



**VNIVERSIDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



Tesis Doctoral

**“Vencer menos para ganar más”. Singularidad deportiva,
vínculo territorial y transversalidad de la identidad a través
de hinchas del Athletic Bilbao.**

Fernando Gutiérrez Chico

Doctorado en Ciencias Sociales

Dirección:

Dr. Íñigo González de la Fuente

Dr. Ángel B. Espina Barrio

2020

Universidad de Salamanca (España)

Facultad de Ciencias Sociales / Instituto de Iberoamérica

*A mis padres y a mi hermano
por estar siempre, siempre, siempre ahí.*

*Al Maestro, al gran José Iragorri
porque siempre te tengo y te tendré muy presente.*

Agradecimientos

En primer lugar, a toda mi familia. Han sido cuatro intensos años de mucho trabajo. Han sido muchas horas sin dormir, muchas horas sin descansar. Mudanza para aquí, mudanza para allá; un empleo aquí, un empleo allá... y en todas y cada una de esas fases siempre he tenido vuestro aliento. Egoístamente, he de reconocer que en esos precisos momentos no era capaz de apreciar su valor en la justa medida. Sin embargo, al escribir estas líneas me doy cuenta de lo muy importante que ha resultado para que esta tesis haya podido salir adelante. Mamá, Papá, Raúl: ¡sois los mejores!

No puedo olvidarme tampoco de todas y cada una de las personas que me han permitido acercarme a su universo *athletictzale* y han compartido conmigo sus experiencias y reflexiones rojiblancas. Todos y todas esas hinchas que habéis participado en esta investigación y de los que tanto he aprendido. Sin vosotros esta tesis no hubiera sido posible, así que sobre vosotros recae el mérito de este trabajo. *Eskerrik asko!*

¡Ay Doctor González de la Fuente! ¡Ay, Iñigo! ¿Por dónde empiezo contigo? Tendremos que hablar con Euskaltzaindia para que acuñen un nuevo término porque *eskerrik asko* se queda corto para todo lo que te tengo que agradecer. ¿Quién te iba a decir, hace más de cuatro años, que te encontrarías a un leonés, con una camiseta del Athletic, saludándote en euskera y hablándote de bakalaos en una clase del MAI? Y aquí estamos, logrando como antropólogos lo que no pudimos como deportistas: vestirnos (científicamente) de rojiblancos. Si no es por tu apoyo decidido e incansable esta tesis no sale adelante. ¡Cuántos WhatsApps te envié a las mil de la madrugada! ¡Cuántas veces me sentí totalmente confundido! Y siempre has estado atento, receptivo y con las palabras adecuadas. Lo mejor de todo, sin embargo, es que te conocí como Profesor, te he tenido como Director y permanecerás como Amigo. Para mí ya eres como el Athletic...*beti zurekin!* en las buenas y en las malas hasta el final de los días.

Por seguir con esta línea de agradecimientos, mi gratitud también para Ángel, co-director de esta investigación. Gracias por haberme introducido en el mundo de la Antropología y por haberme animado a realizar el Doctorado.

Un agradecimiento especial para Marysol, una de las mentes más brillantes que he conocido. Has sido fuente de inspiración en incontables momentos. De verdad que

admiro la fortaleza interior que tienes y que se transmite en la positividad con la que afrontas la vida y todo lo que se ponga por delante. Horas, horas y más horas de conversaciones. Cientos de recuerdos inolvidables. Siempre dispuesta a escuchar mis divagaciones, siempre presta a realizar aportes de un valor incalculable. *Aguyje!*

Y hablando de mentes maravillosas, qué habría sido de mí sin Roberto y Guillermo. Numerosísimas charlas sobre meditación y sobre cómo tratar, en todo momento, de transformar lo negativo en positivo. No creáis que no me costó interiorizarlo al principio, pero la vida es sabia y ha demostrado que teníais razón. Vuestras reflexiones han sido una valiosísima piedra de apoyo en momentos de zozobra, un magnífico faro en medio de la neblina.

Eskerrik asko al propio Athletic por abrirme las puertas de San Mamés, de Lezama, de Ibaigane... y por todas las facilidades que me habéis puesto para realizar esta investigación. ¡Habrà que empezar a brillantar la gabarra!

Thank you very much to every member of the staff in the School of Social Sciences at Birmingham City University (BCU). I cannot be thankful enough for all the kindness, support and warmth you offered me. I joined you as a research visitor and I found a home! I am definitely BCU!

Estoy convencido de que me olvido de muchísimas personas e instituciones. Por favor, disculpadme. Tened por seguro que vosotros, también, habéis jugado un papel absolutamente fundamental en este trabajo.

Índice de contenidos

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	9
1. INTRODUCCIÓN	9
2. JUSTIFICACIÓN	14
2.1. El deporte como campo de estudio.	14
2.2. El deporte como elemento cultural	15
2.3. Fútbol e identidad: ocupar un espacio	17
2.4. Fútbol e identidad: construcción del Nosotros y del Ellos.....	19
2.5. Fútbol: arena social con sus propios mecanismos	21
2.6. Fútbol y globalización.....	22
3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	24
4. OBJETIVOS.....	25
4.1. Objetivos generales.....	25
4.2. Objetivos específicos	25
5. HIPÓTESIS	27
5.1. Hipótesis generales	27
5.2. Hipótesis específicas	27
6. BREVE ADELANTO DE LA TESIS	29
BLOQUE II: DISEÑO METODOLÓGICO	31
7. METODOLOGÍA.....	31
7.1. Perspectiva.....	31
7.2. Estrategias metodológicas	32
7.2.1. Trabajo de campo etnográfico	33
7.2.2. Análisis de contenido.....	36
7.2.3. Revisión literaria.....	41
7.2.4. Estancia de investigación.....	43

BLOQUE III: MARCO TEÓRICO. IDENTIDAD, FÚTBOL Y VASQUIDAD ...	45
8. IDENTIDAD Y PERFORMATIVIDAD.....	47
8.1. La identidad en las Ciencias Sociales	47
8.2. Definir la identidad	48
8.3. Identidades colectivas	51
8.4. Performatividad	53
9. DEPORTE.....	55
9.1. Clasificación del deporte.....	55
9.2. Del ritual al récord	56
9.3. El deporte desde la Academia	57
10. FÚTBOL.....	59
10.1. Del juego de pelota al fútbol.....	59
10.2. Una pelota de cuero reina en España.....	63
10.3. Fútbol como arena de representación	66
11. CULTURAS DEL FÚTBOL	68
11.1. ¿Qué son las culturas del fútbol?	68
11.2. <i>Fandom</i> en el fútbol	70
11.2.1. ¿Excepciones no locales?	73
12. IDENTIDADES DE LOS CLUBES	75
12.1. Sintaxis	75
12.2. Semántica.....	76
12.3. Identidades en plural	77
12.4. El Athletic Bilbao y sus identidades	78
12.4.1. Paradigma nacionalista.....	79
12.4.2. Paradigma vizcaíno	87
12.4.3. Paradigma como movimiento de resistencia	91
13. FÚTBOL MODERNO: GLOBALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	97
13.1. Caso Bosman y similares.....	97
13.1.1. Deporte: ¿negocio o cultura?.....	99
13.1.2. Efectos del Caso Bosman	100
13.2. Comercialización del fútbol.....	102

13.2.1. Patrocinios y naming	102
13.2.2. Nuevos propietarios: las SAD	104
13.2.3. La televisión manda.....	105
13.2.4. La liga ¿española? Deslocalización del fútbol.....	106
14. ¿QUIÉN ES VASCO?.....	111
14.1. Diásporas vascas	113
15. ATHLETIC BILBAO Y SU FILOSOFÍA	117
15.1. Evolución de la filosofía.....	118
15.2. Detractores y defensores.....	121
BLOQUE IV: CONTEXTO SOCIOHISTÓRICO.....	124
16. EL ATHLETIC Y BILBAO EN CLAVE SOCIOHISTÓRICA	124
16.1. El mapamundi de Bilbao	125
16.2. Inmigración hacia Bizkaia y el País Vasco.....	126
16.3. Demasiado gris sobre Bizkaia.....	131
16.4. Y un inglés vino a Bilbao	132
16.5. No lo llames el Atlético, llámalo Athletic	135
16.6. Los Leones de San Mamés	136
16.7. El Athletic Bilbao y sus peñas	137
BLOQUE V: RESULTADOS. ¿HACIA UNA NUEVA VASQUIDAD? IDENTIDAD ATHLETICTZALE, RESISTENCIA Y TRANSVERSALIDAD.	143
17. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS.....	144
17.1. Identificación con el club.....	144
17.1.1. Motivos de identificación para vizcaínos y castellanoleonese.....	144
17.1.2. Definición e interpretación de la “filosofía”	150
17.1.3. ¿Athletic Bilbao, selección española o el equipo local?.....	160
17.2. Relación entre lo local y lo global.....	169
17.2.1. Local y global mediante la filosofía del Athletic Bilbao	170
17.2.2. Athletic Bilbao, independencia y euskera	175
17.2.3. Mercantilización del fútbol.....	179

17.2.3.1. Lealtad a unos colores. Entre Muniain y Llorente	184
17.3. Performatividad de la identidad vasca.....	193
17.3.1. Vasquidad en términos étnicos y cívicos. Diáspora versus cantera.....	193
17.3.2. Una cuestión de ¿pelotas? Athletic Bilbao y el fútbol femenino	204
17.3.3. Un Athletic Bilbao ¿culturalmente diverso?	217

BLOQUE VI: DISCUSIÓN. IDENTIDADES EN JUEGO: ENTRE EL CAMBIO SOCIAL Y LA MERCANTILIZACIÓN DEL FÚTBOL..... 226

18. EL PITIDO FINAL. IDENTIDAD, TERRITORIO Y CAMBIOS SOCIALES.....	242
--	-----

BIBLIOGRAFÍA 245

ANEXOS 265

Anexo 1 - Variables sociodemográficas de los aficionados entrevistados	265
Anexo 2 - Guion de entrevistas semiestructuradas	266
Anexo 3 - Término de Consentimiento Libre, Previo e Informado (TCPLI)	270
Anexo 4 - Término de Consentimiento Libre, Previo e Informado (TCPLI)	272
Anexo 5 - Listado de peñas del Athletic Bilbao por provincia	273
Anexo 6 - Listado completo de entrenadores de la primera plantilla masculina del Athletic Bilbao (1898-2020)	275
Anexo 7 - Listado completo de entrenadores de la primera plantilla femenina del Athletic Bilbao (2002-2020)	277
Anexo 8 - Carnet de abonada del Athletic Bilbao (1924)	278
Anexo 9 – Bibiane Schulze.....	279
Anexo 10 – Cristian Ganea.....	280
Anexo 11 – Iñaki Williams	281
Anexo 12 – Jonás Ramalho	282
Anexo 13 – Muestra afición rojiblanca.	283
Anexo 14 – Sala de prensa “José Iragorri” en San Mamés.	284

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Treinta de mayo de dos mil quince. El Athletic Club de Bilbao (Athletic Bilbao de aquí en adelante) afronta una nueva final de la Copa del Rey de España de fútbol contra el FC Barcelona. Se trata de la tercera que disputa en menos de una década (las anteriores tuvieron lugar en 2009 y 2012, precisamente contra el mismo rival) y hasta aquí todo normal, salvo por dos detalles. El primero tiene que ver con su palmarés y el hecho de que su último título data de 1984, es decir, más de treinta años sin levantar un trofeo. El segundo está ligado a su particular política de jugadores. Dicha “filosofía”, tal y como es conocida entre los aficionados y desde la propia institución, se caracteriza por el uso exclusivo de jugadores locales. Concretamente,

se rige por el principio que determina que pueden jugar en sus filas los jugadores que se han hecho en la propia cantera y los formados en clubes de Euskal Herria, que engloba a las siguientes demarcaciones territoriales: Bizkaia, Gipuzkoa, Araba, Nafarroa, Lapurdi, Zuberoa y Nafarroa Behera, así como, por supuesto, los jugadores y jugadoras que hayan nacido en alguna de ellas. (Athletic Club, 2018b).

Estamos, pues, ante una captación de jugadores que, con sus puntuales transformaciones y adaptaciones, se mantiene vigente desde su adopción a finales de la década de 1910 y pese a los cambios vividos por este deporte con el paso del tiempo: profesionalización, globalización, mercantilización... En este contexto resalta la brecha espacio-tiempo del último cuarto de la centuria pasada, en palabras de Giulianotti (1999), en el que las antiguas fronteras de lo local, lo regional, lo nacional y lo global se han visto derrumbadas. Como consecuencia de ello, los vínculos entre los clubes y sus comunidades locales se han debilitado hasta el punto de producirse una cierta deslocalización del fútbol (Castillo, 2007a; Spaaij y Viñas, 2013).

De vuelta a la mencionada final, todo está preparado para su celebración en Barcelona. Unas cuantas horas antes del pitido inicial, y a casi ochocientos kilómetros de distancia

hacia el Oeste, exactamente en la ciudad de León (Castilla y León), no puedo evitar salir a la calle vistiendo mi propia camiseta del Athletic Bilbao. Se trata de una de tantas experiencias que me han hecho vivir situaciones cuyos efectos me han provocado más preguntas que respuestas hasta el día de hoy. ¿Por qué siento la necesidad de llevar la indumentaria del equipo el día que hay partido? ¿Por qué he de mostrar y compartir con los demás el equipo al que animo?

A los pocos minutos de llegar al centro de la ciudad, se produce una de esas situaciones indicadas. Gente completamente desconocida para mí, gente con la que apenas intercambiaría alguna palabra en cualquier otra circunstancia, se me acerca y me saluda de una manera muy particular: “¡Aúpa Athletic!”. En realidad, yo también sentía (y aún siento) la necesidad de actuar de manera similar cuando veía a alguien con algún distintivo del equipo rojiblanco. Pero, ¿por qué? ¿Por qué sentimos la urgencia de proclamar nuestra pertenencia a la misma comunidad imaginada, usando a Anderson (2006), la comunidad del Athletic Bilbao? ¿Por qué nos sentimos tan orgullosos de hacerle saber a los demás que somos *athletictzales*¹?

Otro de los episodios que también se repite con frecuencia –y en esta ocasión no podía ser menos- es la recurrente pregunta de aquellas personas que no son aficionadas del equipo: “¿Eres de Bilbao?”, “¿Eres del País Vasco?”. Tras responder “no” y añadir que soy tan de León como ellos, la siguiente cuestión tiene que ver con mi familia: “¿Son tus padres vascos?”, “¿Tienes familia en el País Vasco?”. Nuevamente, mi contestación es “no”. De hecho, mi primera visita a Bizkaia fue con quince años, es decir, tras un largo periplo como hincha rojiblanco. Con todo ello, mis encuestadores no pueden ocultar su sorpresa y replican con un último interrogante: “entonces, ¿por qué animas *al Bilbao*²?”. ¿Por qué es mi afición al Athletic Bilbao tan difícil de comprender? ¿No son ellos, después de todo, seguidores del Real Madrid o del FC Barcelona? ¿Por qué tengo que ser vasco para animar al Athletic Bilbao, mientras ellos pueden hinchar por los merengues o los culés sin ser, respectivamente, de Madrid o de Cataluña? Es más, mi vinculación con el conjunto vizcaíno no debería resultar tan extraña si tenemos en cuenta un detalle. Y es que la escuadra bilbaína cuenta con 288 peñas de seguidores

¹ *Athletictzale* es un término en euskera que se refiere a los aficionados del Athletic Bilbao.

² Referirse al Athletic Bilbao como “el Bilbao” es un asunto que genera cierto malestar entre una parte bastante amplia de los aficionados rojiblancos. No obstante, es bastante frecuente oír dicho apelativo si uno está fuera del País Vasco o si la gente no es seguidora del equipo.

rojiblanco repartidas más allá del País Vasco (lo que equivale a un 62% del total). Por si esto fuera poco, Castilla y León es la comunidad autónoma que alberga el mayor número de estas agrupaciones, sin contar el País Vasco. En total, 44 de las 465 que tiene distribuidas por todo el mundo, es decir, casi un diez por ciento (Athletic Club, 2019a)³.

Las preguntas anteriores, no obstante, encierran un debate interno: ¿Por qué nos identificamos con un equipo en el que, como jugadores, no podríamos formar parte por no haber nacido o no habernos formado en alguno de los siete territorios que contempla su política de futbolistas? Este dilema recuerda, salvando las diferencias, al planteado por Farred (2008). Este autor alude a su campaña anti-apartheid en Sudáfrica al tiempo que era un fiel seguidor de un Liverpool que, por aquel entonces, no alineaba ningún jugador negro. Y subraya la gran resiliencia del “amor a larga distancia”, es decir, de los aficionados no oriundos del lugar donde radica su equipo (*Ibid*, 2008: 54).

Minutos antes de que empiece el partido suena el himno nacional de España, tal y como manda el protocolo de la competición. Desde las gradas se emiten abucheos a la Marcha Real, mientras el Rey Felipe VI preside la ceremonia inicial desde el palco de autoridades del Camp Nou. Si fueron muchos o pocos silbidos, si fue todo el público o parte de ella, es un asunto para el que ya se ha habido preparado la prensa -tanto de difusión estatal como local- y que continuaría llenando páginas en los días sucesivos (Rojo-Labaien, 2013). Sea como fuere, una cosa estaba clara: para muchos aficionados del Athletic Bilbao y para otros tantos que no lo son, el club representa al nacionalismo vasco y esta era una prueba más. Así lo pude comprobar un día después del partido, cuando los comentarios que recibía de diferentes personas versaban sobre los citados pitos. Para algunos se trataba de una muestra válida de desaprobación frente al Estado español a través del equipo. Para otros esto era inadmisibles y reprobaban la actuación del conjunto bilbaíno. Sin embargo, en igual medida recibí mensajes que lamentaban la derrota (1-3) ante los blaugranas. Independientemente de que fueran *athletictzales*, el denominador común era el mismo: deseaban que ganara el Athletic Bilbao por su política de apoyo a la cantera, a los jugadores de la tierra y por simbolizar una corriente de resistencia frente al fútbol posmoderno, marcado por la gran comercialización encarnada en su rival, el FC Barcelona. Las cuestiones que se me vinieron a la cabeza,

³ Para un mayor conocimiento de las peñas del Athletic Bilbao, ver Capítulo 16 y Anexo 5.

posteriormente, eran inevitables: ¿Cuál es entonces la identidad del Athletic Bilbao? ¿Acaso sólo tiene una o presenta varias? ¿Cómo se representa(n) esta(s)?

Las interpretaciones durante el pospartido no se terminaron ahí. Varias estuvieron relacionadas con el autor del único gol bilbaíno, el delantero Iñaki Williams. Una de las apelaciones más recurrentes era sobre su aptitud para vestir la camiseta rojiblanca con comentarios como el siguiente: “Yo pensaba que *el Bilbao* sólo jugaba con vascos, pero ayer el gol lo marcó un negro”. Ante tal intervención, aún recuerdo mi respuesta: “Sí, se llama Iñaki y es de Bilbao”. A consecuencia de este breve diálogo, nuevos interrogantes surgieron: ¿Por qué sorprendía ver a un jugador negro jugando con el Athletic Bilbao? ¿Por qué no se concebía a una persona negra con el hecho de ser vasco? ¿De qué manera el Athletic Bilbao performa, a través de sus jugadores, una noción de vasquidad o identidad de lo vasco?

El debate no termina ahí. Justo una temporada antes, el equipo bilbaíno también disputó y perdió (1-1 en la prórroga, 4-5 en los penaltis) la final de la Copa contra el FC Barcelona. En este caso se trataba de la Copa de la Reina jugada por el equipo femenino, un título que el combinado vizcaíno aún no ha conseguido. Sin embargo, aquel veintiuno de junio de dos mil catorce ni salí a la calle con mi camiseta del Athletic Bilbao ni sentía la necesidad de hacerlo. Simplemente, desconocía que el equipo femenino jugaba tal partido. ¿Mera falta de información por mi parte o había algo más estructural? Para responder a esa pregunta, valga un detalle. Unas semanas antes el equipo masculino había certificado su clasificación para la siguiente edición de la Champions League, tras quedar en la cuarta posición de liga, y yo era plenamente consciente de ello. En este sentido, y tras conocer con bastante posterioridad que las *neskas*⁴ habían sido parte de tal contienda, me surgieron nuevos interrogantes: ¿Representa lo mismo el equipo femenino que el masculino para los aficionados rojiblancos? ¿Tienen el mismo impacto y trascendencia entre los seguidores? ¿De qué manera el Athletic femenino simboliza las diferencias sociales de género presentes en la sociedad?

A partir de este acercamiento autoetnográfico, siguiendo el modelo de Groves (2011), la presente tesis doctoral busca investigar y profundizar en la intersección entre el Athletic

⁴ *Neska* (*neskak* en plural) significa ‘chica’ en euskera. Es el apelativo con el que se suele definir al Athletic Bilbao femenino.

Bilbao -con su particular política de jugadores marcada por la defensa de “lo local”-, sus aficionados y la construcción de identidades socioculturales en un contexto atravesado por procesos globalizadores. En este sentido, como se desarrollará con más detalle en el capítulo destinado a los objetivos, la pesquisa se estructura sobre tres asuntos de estudio: a) el Athletic Bilbao como repertorio cultural identitario de sus aficionados, con sus subsecuentes significados entre seguidores vascos y no vascos; b) los procesos de construcción y persistencia de lo local en un contexto global mediante el Athletic Bilbao; y c) el Athletic Bilbao como performador de vasquidad o identidad vasca a través de la representación de sus jugadores y jugadoras, así como de la transformación de los límites de su “filosofía”.

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. El deporte como campo de estudio.

La presente investigación quiere profundizar en el conocimiento de la construcción sociocultural de identidades. Para ello se sirve de un elemento, hasta hace poco, ajeno a la Antropología: el deporte y, más concretamente, el fútbol. En este sentido, se parte de la reflexión de Feixa (2003: 76) cuando se pregunta

¿por qué los antropólogos, especialistas en culturas lejanas y en rituales exóticos, han tardado tiempo en viajar a tribus mucho más cercanas, pero quizá menos exóticas, donde observar formas modernas de totemismo y segmentariedad, como las del Manchester United, el Flamingo o el Fútbol Club Barcelona?.

Nuestro particular caso de estudio se centra en el Athletic Bilbao. Se trata de un equipo que, como se ha indicado anteriormente, mantiene una singular política de jugadores donde destaca la defensa de “lo local” en un contexto futbolístico y social marcado por los grandes flujos globalizadores y mercantiles. Como consecuencia de ello, diversos autores se han visto motivados en analizar esta particularidad y su construcción identitaria, vigente en pleno siglo XXI, desde aproximaciones inconexas y poco interrelacionadas. Así, podemos encontrar trabajos que subrayan una concepción nacionalista, bien vasca bien española, del club (Ball, 2010; MacClancy, 2003, 2007; Rojo-Labaien, 2013; Walton, 2011); otros que destacan su representatividad vizcaína (Agiriano, 2010; Rodrigálvarez, 2014; Unzueta, 1999; Vaczi, 2011); y, más recientemente, aquellos que perciben al conjunto rojiblanco como una forma de resistencia frente a los flujos actuales del balompié indicados anteriormente (Castillo, 2007a, 2007b, Groves, 2011). Sin embargo, y a pesar de este creciente interés, los principales análisis sobre la dimensión sociocultural del Athletic Bilbao siguen recayendo en la prensa. De este modo, de acuerdo con Alabarces (2008), el relato mediático ha fabricado una narrativa dominada por el estereotipo y la estigmatización, cuando no el racismo. Por ello sostenemos, siguiendo con el investigador argentino, que el trabajo académico y social debe indagar aún más para deconstruir críticamente estos

discursos cuya hegemonía los ha convertido en una aproximación comúnmente aceptada.

Por otro lado, el deporte, en general, y el fútbol, en particular, se presentan como una arena en la que se vuelca todo el simbolismo circundante en las sociedades y contextos específicos donde estas prácticas tienen lugar. Eso sí, su propio desarrollo y expansión conducen a la creación de sus propios mecanismos internos, con sus códigos particulares, formando de este modo un entramado de significados sociales (Giulianotti, 1999). Por ello, se concuerda con Feixa (2003) que el balompié, en cuanto a foro del proceso de globalización cultural, se ha convertido en uno los campos de investigación más fértiles de cara al futuro, si no lo es ya.

2.2. El deporte como elemento cultural

A la hora de abordar el factor cultural e identitario del deporte, uno de nuestros puntos de partida debe ser el trabajo de Johan Huizinga (1972) y su obra *Homo Ludens*. En él, el académico neerlandés subraya el papel central del juego en el desarrollo de la civilización. Concretamente, su razonamiento se desmarca de interpretaciones que ven esta práctica como una manifestación más de la cultura y, en cambio, se pregunta “en qué grado la cultura misma ofrece un carácter de juego” (*Ibid*, 1972: 8). Consecuentemente, llega a la conclusión de que “el juego auténtico, puro, constituye un fundamento y un factor de la cultura” (*Ibid*, 1972: 17). Esta perspectiva se revelará fundamental, décadas más tarde, con el devenir económico y comercial del deporte, así como con el establecimiento de nuevas normativas basadas en una concepción mercantil del mismo.⁵

En esta línea abierta por Huizinga, destaca el aspecto liminal, tanto espacial como temporal. Así, el juego o las prácticas lúdicas -en cualquiera de sus dimensiones- se desarrolla dentro de unos límites y bajo unas reglas obligatorias cuya acción tiene un fin en sí mismo. Según sostiene Patxi Alonso (2008), es dentro de estos márgenes donde se ejecutan los movimientos. Es en ellos donde se experimenta una suerte de trascendencia desde la vida real hacia un mundo paralelo cuyo componente mágico llega a su fin con

⁵ Uno de los casos más evidentes es la implantación en 1995 de la conocida como “Ley Bosman”. Ver Bloque III para más detalles.

la conclusión del tiempo establecido y pactado (por ejemplo, pensemos en la línea de cal cuyo traspaso determina si un balón se convierte en gol o no, así como los noventa minutos que dura un partido). De hecho, como aplica Hornby (2008) al caso del fútbol, su incorporación a la vida personal implica, en muchos casos, dictaminar la cronología biológica sobre la base de eventos deportivos. En otras palabras, se trataría de medir el tiempo en función de la consecución de títulos por el equipo que uno apoya o por la celebración de determinados torneos. De este modo, es habitual encontrar gente que estructura sus recuerdos y acciones sobre los años en los que se han celebrado los mundiales de fútbol. En el caso del Athletic Bilbao, en concreto, esta relación se puede observar respecto a las finales disputadas y/o los títulos conseguidos (por ejemplo, el doblete de la temporada 1983/84, las finales de Copa de 2009, 2012 y 2015, o la final de la Europa League de 2012, por citar algunos de los eventos más recientes).

Una vez asentada esta idea, cabe preguntarse por qué la gente le concede tanta importancia al deporte hasta el punto de seguir a ciertos equipos o deportistas, vincularse con ciertos colectivos e, incluso, construir el significado de sus vidas en torno a estos. Autores como Sandvoss (2003) atribuyen esta relación al factor de la realización y proyección personal de uno mismo dentro de una comunidad. Las tradiciones que rodean la celebración de los acontecimientos deportivos, la adquisición de valores mediante la socialización correspondiente o la mera función de válvula de escape en relación a la rutina son otros de los argumentos esgrimidos. Tal es así que Alabarces (2002) subraya la capacidad de estas prácticas para generar un cierto consenso civil a través de una serie de sentimientos, necesidades y subjetividades compartidos. Asimismo, existe un componente de épica alrededor de su práctica y celebración. Como remarca Archetti (2001: 116), “el deporte, quizás junto con la guerra y las expediciones por lugares inhóspitos, permite el despliegue de narrativas heroicas”. Se trata de una idea que también comparten Kuper y Szymanski (2014) cuando subrayan que el deporte tiene la misma capacidad que la guerra y las catástrofes para crear unidad.

Es a partir de este punto donde nos cuestionamos qué papel juega el fútbol en la construcción social de identidades, dónde radica su relevancia en este asunto y qué aportes implica para la Antropología.

2.3. Fútbol e identidad: ocupar un espacio

Para comprender la trascendencia social que ha desempeñado (y desempeña) el balompié y su rol en la construcción social de identidades necesitamos establecer una serie de coordenadas sociohistóricas. El inicio y expansión del fútbol moderno, tal y como lo conocemos en la actualidad, se produce hacia mediados del siglo XIX en el Reino Unido. Se trata de una época de cambio y transformación de las sociedades tradicionales a las industriales o modernas. Este proceso de modernización, como recogen Igartua y Humanes (2004), viene marcado por una serie de elementos como son: a) el crecimiento de la población y su urbanización; b) la extensión de la educación a través de la implantación de la enseñanza obligatoria; c) el establecimiento de un nuevo modelo familiar; d) un sólido proceso de industrialización; e) la movilidad, tanto física como social, lo que conlleva un posible cambio social; f) la racionalización de los procesos laborales y sociales; g) una sociedad masificada por los modelos de producción y de consumo; h) la ampliación del sufragio; así como i) una creciente complejidad social con un mayor número de conflictos.

Estas transformaciones sociales se contextualizan dentro de un marco de construcción de los Estados-nación en Europa y Latinoamérica. Ante tal misión, las distintas administraciones se sirven de diferentes medios como las mejoras en las infraestructuras de transporte o la creación de programas nacionales de educación (inmersos en un incipiente estado del bienestar). Igualmente, otros mecanismos y elementos se muestran productivos ante este objetivo como el auge de los medios de comunicación, que pasan a alcanzar una difusión masiva con el transcurrir de los años (Giulianotti, 1999).

Sin embargo, como señala Lanceros (2008), este camino va a dejar una serie de grietas en la sociedad. Para empezar, la modernización trae consigo una cierta atomización social, un creciente individualismo. Representa un resquebrajamiento de las viejas estructuras y contextos de pertenencia y, por lo tanto, nuevos espacios de inseguridad o abandono. La emigración del campo a la ciudad, con sus nuevos ritmos, estilos y espacios (motivados por el entorno urbano, la industria y el comercio), implica una quiebra de las antiguas instituciones (familia, religión, ...) y su función organizadora. Ante tal desamparo, sumado a la incapacidad de los medios citados anteriormente para alcanzar a todas las personas y todos los rincones del territorio, el fútbol se erige como una herramienta efectiva sobre la que construir un cierto sentimiento de pertenencia, así

como la formación de una identidad individual y colectiva (Giulianotti, 1999; Lanceros, 2008).

¿Dónde radica, pues, la capacidad del fútbol para cubrir ese vacío social? En una primera aproximación general, encontramos que el balompié destaca por su simplicidad, lo que conlleva un atractivo para los sectores populares. Así, el juego es fácil de comprender, su práctica no implica un desembolso muy elevado, engloba una cierta capacidad dramática y, además, se presenta como un elemento de democracia interna en el que se enfrentan once personas contra otras once personas y, en teoría, cualquiera puede jugar (Alabarces, 2002). Sobre este último punto, Galeano (2015: 49) pone como ejemplo el caso brasileño. Para el autor uruguayo “el fútbol ofrece uno de los pocos espacios más o menos democráticos donde la gente de piel oscura puede competir en pie de igualdad”, si bien matiza que “aunque tengan los mismos derechos, nunca compiten en parejas condiciones el jugador que viene del hambre y el atleta bien alimentado”. Asimismo, Gil Araújo (2002) subraya que este poder del balompié se sustenta en la mezcla de posibilidades que presenta, su rol para acentuar el simbolismo, el aprecio por las habilidades individuales y la solidaridad colectiva, sin obviar el destino y la justicia.

Una visión algo más profunda en el asunto nos permite observar la capacidad del fútbol para cubrir ese vacío arriba indicado, para forjar ese sentimiento de pertenencia y contribuir en la construcción de identidades individuales y colectivas. Esta se basa en el alto impacto para la libre circulación de símbolos, mitos y héroes (Archetti, 2001) mediante un doble procedimiento: narrativo y representativo o performador.

Respecto a la primera de estas características –su componente textual-, primero hay que concebir a la comunidad en cuestión, en términos de Quiroga Fernández de Soto (2019: 276), “como un conjunto de metáforas e imágenes que se producen y reproducen en el ámbito discursivo”. De este modo, especialmente a partir de principios del siglo XX, el balompié se erige en un elemento transmisor de discursos nacionales maestros (*Ibid*, 2019). Es en este sentido en el que hay que interpretar a Alabarces (2008: 226-227) cuando señala que el fútbol se convierte en “un espacio donde se despliegan algunas de las operaciones narrativas más pregnantes y eficaces para construir identidades”.

En relación a su capacidad representativa o performadora, Hobsbawm (1992) apunta a la eficacia del simbolismo encarnado en los propios deportistas. De este modo, el fútbol tiene la habilidad de dar forma (los jugadores e, incluso, los aficionados) a algo tan

abstracto como la nación o la comunidad. En palabras del historiador británico, “la comunidad imaginada de millones de seres parece más real bajo la forma de un equipo de once personas cuyo nombre conocemos” (*Ibid*, 1992: 152-153). Así, y en relación al caso de estudio que nos atañe, autores como González San Martín (2008: 31) definen a los futbolistas del Athletic Bilbao como “jugadores [...] de la casa, [que] se sienten especialmente responsables ante una afición formada, en primer lugar, por sus familiares y amigos, por sus vecinos que les alientan cada día en el barrio, en el bar, por todas esas personas que los miran con simpatía y les hacen sentir la suerte que tienen por representarnos a todos”. Otros analistas, como Rodrigálvarez (2014: 13), consideran que “aquellos jugadores [del Athletic] eran tú, pero con otra cara”. De las citas anteriores se desprende, y refuerza, esta concepción de embajadores de una cierta comunidad que, en el caso del Athletic Bilbao, se hace aún más evidente por su política de jugadores.

2.4. Fútbol e identidad: construcción del Nosotros y del Ellos

Hemos visto cómo el fútbol presenta una serie de características que le permiten articular procesos de construcción de identidades socioculturales y, por lo tanto, la relevancia de su estudio desde las Ciencias Sociales. Autores como Ramonet (1999) y Brune (1999) no dudan en señalar que este deporte se presenta como un terreno fértil para la afirmación de identidades colectivas y antagonismos territoriales (locales, regionales, nacionales...). A su juicio, esta fortaleza radica en su capacidad de movilización y adhesión de personas. Dicha observación se traduce en su potencial para la creación de espacios donde generar un sentimiento de pertenencia. Al respecto, Acuña y Acuña (2017) y González Ramallal (2014) subrayan que el fútbol conecta a personas de orígenes socioculturales muy diversos, generando un proceso de homogeneización que, al mismo tiempo, viene acompañado por otro de diferenciación. En otras palabras, nos hallamos ante una construcción y configuración de un Yo/Nosotros frente a un Otro/Ellos. Una ilustración de este mecanismo lo encontramos en las obras de Wasen Fraga (2014) y Lanceros (2008). En sendas publicaciones se hace hincapié en cómo el Nosotros con el que se celebran y recuerdan los éxitos deportivos, así como el malestar por las derrotas, refuerza los rasgos de pertenencia a esa comunidad imaginada (Anderson, 2006) compuesta por los seguidores.

Es en este contexto en el que cobra sentido nuestro análisis sobre el Athletic Bilbao y su rol como repertorio cultural identitario entre sus aficionados, su capacidad en la construcción de un Nosotros rojiblanco, así como su papel articulador y definidor de vasquidad. Para sustentar esta pretensión, podemos fijarnos en varios ejemplos a uno y otro lado del Atlántico. Comenzando por Latinoamérica, uno de los casos más relevantes son el brasileño y su función de eje articulador en un Estado de dimensiones tan grandes y, culturalmente, tan diverso (Alchorne de Souza, 2008). También destaca el papel efectuado por el balompié a comienzos de la década de 1990 en Bolivia. Azkargorta (2008) recoge cómo el éxito en la fase de clasificación para el Mundial de Estados Unidos de 1994 reforzó el sentimiento de pertenencia a la nación andina entre su variada población. No obstante, una de las referencias más estudiadas en las Ciencias Sociales es la argentina. Alabarces (2002), en su pesquisa sobre cómo el fútbol ayudó a la invención de una identidad nacional albiceleste, añade un punto considerable. Las narrativas de pertenencia en esta arena no sólo responden a criterios territoriales o estatales, sino que abarcan otras variables como la clase, el género, la edad, la propiamente étnica...

Por su parte, en el Viejo Continente podemos servirnos de dos casos relevantes por su disparidad sociohistórica. Uno de ellos nos lleva al Reino Unido, país con una larga historia tras de sí y origen del fútbol moderno. Según recoge Alcaide Hernández (2009: 117), sirviéndose del artículo *Imperial Amnesia* en *The Economist*, “para los jóvenes británicos, la razón citada más a menudo para sentirse orgulloso de ser británico era la habilidad nacional para el fútbol y no el recuerdo de un gran imperio u otras razones”. En el lado opuesto encontramos a Italia, un país cuya configuración como Estado-nación fue más tardía y cuya unificación llevó varias décadas del siglo XIX. Según explica Enric González (2008), hacia mediados de la centuria siguiente, con dicho proceso aún reciente, las heridas de la II Guerra Mundial abiertas y las posteriores migraciones masivas en el interior, los equipos del Calcio asumieron la función de bandera y espacio de pertenencia para muchos transalpinos. En ambos casos observamos la trascendencia del fútbol como elemento en la construcción de un Yo/Nosotros en contextos muy diferentes.

Esta constitución de un Yo/Nosotros no es un proceso único, uniforme y exclusivo. Adquiere formas muy variadas en función de un Otro/Ellos. Así, sin abandonar la península Itálica, también encontramos como esa creación de una “italianidad” se torna,

a su vez, en una rivalidad interna entre las regiones septentrionales y meridionales. De esta manera, el Scudetto conseguido por el Nápoles en la temporada 1986/87 se interpretó como una venganza del Sur pobre, campesino, caótico y mediterráneo frente al Norte industrial, rico, organizado y europeo (Alabarces, 2002; Alcaide Hernández, 2009).

2.5. Fútbol: arena social con sus propios mecanismos

Ya hemos visto cómo el fútbol alberga la capacidad de servir como arena en la que proyectar, reforzar, negociar o rebatir aquellos procesos sociales que le rodean (políticos, étnicos, de género, edad, económicos...). En este sentido, Giulianotti (1999) subraya que esta relación sólo se vuelve significativa cuando se concibe en su correspondiente contexto histórico-cultural. Sin embargo, el académico británico también enfatiza que este vínculo no convierte al balompié, necesariamente, en una variable dependiente de su entorno. Así, remarca que la dimensión adquirida por el fútbol hace que produzca sus propios mecanismos internos, con sus particulares rivalidades y oposiciones, generando nuevos espacios de pertenencia e identidad.

De este modo podemos preguntarnos, en nuestro caso de estudio, si se puede hablar de una comunidad *athletictzale*, con su propio Nosotros en contraste con un Ellos. Igualmente, cabe cuestionarse si el Athletic Bilbao es constitutivo de un Yo personal, como elemento cultural, ante un Otro. Para reforzar esta idea, valga citar a Rossano (2018: 44) cuando afirma que “identificarse con un club genera en la persona un sentimiento grupal y de pertenencia”. Una noción más gráfica la encontramos en la descripción del bilbaíno Patxi Alonso (2008: 17), quien sostiene que el fútbol “ofrece la posibilidad de escoger tu propia familia [...] con nuestros himnos, nuestras banderas, nuestros colores, nuestros ‘santos’, a quienes guardamos irrespetuosa devoción. Tenemos nuestros propios templos, a los que acudimos en peregrinación”.

2.6. Fútbol y globalización

En los párrafos anteriores hemos observado cómo el fútbol sirve de arena en la que reflejar todo el simbolismo sociocultural que le rodea, así como de foro para la constitución de espacios de pertenencia propios. Sin embargo, todo lo anterior quedaría desenfocado si no tenemos en cuenta el intenso proceso de globalización en el que se encuentra este deporte. Uno de los autores que más pronto y más profundamente lo ha analizado es Giulianotti (1999). En su análisis sociológico del balompié, remarca que, a medida que se ha convertido en algo más global, “las viejas fronteras entre lo local, lo regional, lo nacional y lo global son rutinariamente penetradas o colapsadas” (*Ibid*, 1999: 24). En este sentido, se sirve de los términos “flujo” y “*scape*”⁶, acuñados por Appadurai, para referirse al nuevo estado en el que se encuentra el fútbol. Así, define el momento actual como “*soccerscape*”, aludiendo a la “circulación geo-cultural de las partes constitutivas del fútbol: jugadores y entrenadores, aficionados y oficiales, bienes y servicios, o información y artefactos” (*Ibid*, 1999: 24).

En este contexto, surgen dos debates a tener en cuenta. Por un lado, de acuerdo con Villena Fiengo (2003b: 260), los procesos globalizadores traen consigo una renegociación y redefinición entre identidad y territorio “que se manifiestan en la conformación de nuevas identidades sub, trans y supraestatales”. Consecuentemente, cabe preguntarse cómo afecta esta transformación a la relación entre el fútbol y la comunidad local. Por otro lado, siguiendo a Alabarces (2002: 10), resulta interesante analizar la persistencia de la nación en la mundialización cultural actual a través del fútbol, “que se globaliza –como ninguna, podríamos decir- y al mismo tiempo radicaliza su tribalismo, o su localismo, o su nacionalismo”.

Sobre la base de lo descrito anteriormente, parece justificado analizar el caso del Athletic Bilbao, y más concretamente su edificación alrededor de su localista política de jugadores, en plena globalización. Cabe estudiar en qué medida se articula la relación identidad-territorio-globalización sobre el marco de su filosofía. De igual modo, este estudio encierra un amplio potencial heurístico, ya que facilita una mejor comprensión

⁶ Según Appadurai, el término “flujo” se refiere a la circulación global de servicios, personas y productos culturales. Consecuentemente, este “flujo” opera mediante una serie de “*scapes*”, tales como “*financescape*” o “*mediascape*” (tomado de Giulianotti, 1999).

de las dinámicas que operan en el fútbol español, más aún en un período de tensión territorial como el actual.

3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se estructura en torno a las siguientes preguntas de investigación:

(A) ¿Por qué una institución tan arraigada identitariamente a un territorio (Bizkaia y el País Vasco), como el equipo de fútbol Athletic Bilbao, genera procesos de identificación en personas en principio ajenas a tal territorio?

(B) ¿Cómo se construye, interpreta y persiste lo local, ejemplificado en el Athletic Bilbao, en un contexto de globalización como el actual?

(C) ¿De qué manera el Athletic Bilbao, debido a su política de jugadores, performa la identidad vasca y representa los cambios sociales de la sociedad vizcaína?

4. OBJETIVOS

Este estudio se compone de los siguientes objetivos.

4.1. Objetivos generales

(A): Analizar los motivos y justificaciones que conducen a identificarse, a través del deporte, con una institución fuertemente vinculada a un determinado territorio.

(B): Identificar y comparar, mediante el Athletic Bilbao, las diferentes construcciones de lo local y su interacción en el proceso de globalización.

(C): Investigar, por medio del Athletic Bilbao, las continuidades y transformaciones de las prácticas y discursos identitarios ligados a un determinado territorio a través del deporte.

4.2. Objetivos específicos

(A1): Conocer y comparar los motivos que conducen a aficionados vizcaínos y castellanoleoneses (residentes en Castilla y León) del Athletic Bilbao a convertirse en seguidores del club y, por lo tanto, a identificarse con este.

(A2): Saber cómo definen e interpretan la política de jugadores del Athletic Bilbao los aficionados vizcaínos y castellanoleoneses del club rojiblanco (residentes en Castilla y León).

(A3): Explorar la relevancia y el grado de identificación de estos aficionados con el Athletic Bilbao, la selección española y los equipos de sus respectivos lugares de residencia.

(B1): Contrastar los conceptos de “local” y “global” construidos a través de la filosofía del Athletic Bilbao.

(B2): Estudiar las opiniones de aficionados vizcaínos y castellanoleoneses (residentes en Castilla y León) del Athletic Bilbao acerca de la implicación del club en asuntos locales como la política y el uso del euskera.

(B3): Analizar la posición de aficionados vizcaínos y castellanoleoneses (residentes en Castilla y León) del Athletic Bilbao ante los cambios en la financiación del club en tanto que el fútbol está marcado por una creciente mercantilización.

(C1): Examinar la definición de la vasquidad, en términos cívicos y étnicos, a través de las interpretaciones y prácticas explícitas e implícitas en la filosofía del Athletic Bilbao.

(C2): Indagar si los cambios sociales en materia de género ocurridos en Bizkaia/País Vasco en las últimas décadas se han performado en las prácticas y narrativas identitarias explícitas e implícitas en torno al Athletic Bilbao.

(C3): Describir cómo se ha representado el aumento de la diversidad cultural acontecido en Bizkaia/País Vasco en las últimas décadas en las prácticas y discursos identitarios explícitos e implícitos en la filosofía del Athletic Bilbao.

5. HIPÓTESIS

Con el fin de desarrollar plenamente esta investigación, partimos de una serie de hipótesis para las que se busca respuesta en el desarrollo de la pesquisa. Dichas hipótesis son las siguientes:

5.1. Hipótesis generales

(A): La identificación con instituciones deportivas fuertemente vinculadas a determinados territorios responde a motivos y justificaciones en los que se asocian valores positivos al origen por nacimiento en un determinado territorio.

(B): La construcción y defensa de lo local, lejos de suponer una resistencia a la globalización, se sirve de esta para reforzar sus límites.

(C): En los procesos de construcción de identidades culturales muy ligadas a determinados territorios, los cambios estructurales en la sociedad de los últimos años han impactado de manera sustancial al resto de instituciones “tradicionales”.

5.2. Hipótesis específicas

(A1): El lugar de nacimiento de los aficionados del Athletic Bilbao hace diferir sus motivos de identificación con esta institución.

(A2): La definición e interpretación de la filosofía del Athletic Bilbao, por parte de sus aficionados, responde a criterios de pertenencia y posicionamiento en un mundo cada vez más globalizado.

(A3): El Athletic Bilbao, para sus aficionados, se constituye como un constructo identitario más significativo que su nacionalidad o lugar de origen debido a su filosofía.

(B1): El territorio y la cantera se erigen como los principales límites identitarios en la construcción de lo local en relación al Athletic Bilbao, si bien la definición de sus criterios dista de ser unánime.

(B2): Los aficionados del Athletic Bilbao se muestran flexibles acerca de la implicación del club en asuntos locales como la política y el uso del euskera siempre y cuando esta no conlleve la exclusión de unos seguidores frente a otros.

(B3): El mantenimiento de un fuerte vínculo de lo propio, en detrimento de la deslocalización, condiciona la aceptación de transformaciones financieras en el Athletic Bilbao.

(C1): El carácter consuetudinario de la filosofía del Athletic Bilbao y su devenir deportivo flexibilizan los criterios cívicos (edad de incorporación a la cantera) y étnicos (diáspora) a la hora de definir la vasquidad por parte del club y los aficionados.

(C2): Las prácticas y narrativas identitarias del Athletic Bilbao performan regulaciones en las relaciones de género, en el plano positivo, al tiempo que camufla sus desigualdades, en el plano negativo.

(C3): La representatividad de la diversidad cultural acontecida en Bizkaia/País Vasco mediante las prácticas y discursos identitarios de la filosofía del Athletic Bilbao está condicionada por el éxito deportivo.

6. BREVE ADELANTO DE LA TESIS

Esta tesis doctoral está estructurada en seis grandes bloques. El primero de ellos, como ya se ha podido leer en las páginas anteriores, abarca la introducción y justificación de la presente investigación. En esta unidad, además, hemos planteado las preguntas de investigación, los objetivos (tanto generales como específicos) y las hipótesis (tanto generales como específicas) que orientarán nuestra pesquisa.

En segundo lugar, encontramos la sección dedicada al diseño metodológico. Este se articula sobre una triangulación consistente en el método etnográfico (trabajo de campo, observación participante y entrevistas semiestructuradas a 25 aficionados del Athletic Bilbao nacidos en Bizkaia y Castilla y León, residentes en esta última comunidad autónoma), el análisis de contenido (prensa generalista y deportiva de difusión vasca y estatal) y la revisión literaria de distinto origen geográfico.

Seguidamente, abordaremos el marco teórico que nos servirá de referencia. Con él pretendemos definir los conceptos clave que nos guíen y nos permitan comprender los resultados y futuras conclusiones. Partiremos con dos términos generales como son la identidad y la performatividad. Posteriormente, encuadraremos el deporte dentro de una perspectiva socioantropológica. Más adelante, y en esta misma línea, nos centramos en el balompié en sí con capítulos dedicados a las culturas del fútbol, las identidades de los clubes o el *fandom*, entre otros. A consecuencia de lo anterior, presentaremos los tres paradigmas identitarios que se han construido en torno al Athletic Bilbao. Este apartado precederá al dedicado a la globalización y la mercantilización de dicho deporte. Terminaremos este bloque con unas coordenadas teóricas sobre el vasquismo o la identidad vasca y la propia filosofía del conjunto vizcaíno.

Posteriormente, detallaremos aquellos aspectos sociohistóricos que permitan comprender mejor la dimensión cultural de esta tesis. Iniciaremos este apartado esclareciendo la ubicación geográfica donde radica nuestro caso de estudio, así como sus datos poblacionales. Esto se completa con un vistazo a diferentes aspectos sociales que han definido el País Vasco desde finales del siglo XIX hasta la actualidad (migraciones, desindustrialización, actividad armada de ETA...). Esto dará pie a hablar sobre las particularidades del propio Athletic Bilbao y su afición.

Una vez planteado todo lo anterior, presentaremos los resultados obtenidos durante la pesquisa. Estos se ofrecerán organizados en torno a tres categorías de análisis principales para una apreciación más clara: a) Identificación con el club; b) Relación entre lo local y lo global; y c) Performatividad de la identidad vasca.

Se concluye con una serie de reflexiones sobre cómo un incentivo de “lo local” ha permitido un posicionamiento dentro de “lo global” en el caso del Athletic Bilbao. Para ello, su filosofía ha jugado un papel fundamental en la construcción de un Nosotros rojiblanco percibido como único y diferente, así como resistente a las dinámicas del fútbol actual. Asimismo, la afición al conjunto bilbaíno se erige como un componente identitario individual de sus hinchas, una especie de continuum identitario de distintas intensidades. De este modo, y siguiendo a Llopis-Goig (2008), aquellos hinchas con un mayor nivel de compromiso o en los que el club representa una parte muy relevante de su vida conformarían el núcleo. Por el contrario, los aficionados con una menor implicación o que le otorgan un valor más bajo a esta vinculación se situarían en el polo opuesto. Igualmente, su política de futbolistas ha construido tal transversalidad que permite la regulación (en el plano positivo), así como el camuflaje (en el plano negativo) de las relaciones sociales en cuestiones como el género o la diversidad cultural.

Toda vez que las coordenadas de las tesis ya han sido presentadas, nos encaminamos hacia su diseño metodológico. Así, en el siguiente bloque explicaremos las pautas adoptadas y utilizadas para realizar la presente investigación.

BLOQUE II: DISEÑO METODOLÓGICO

7. METODOLOGÍA

7.1. Perspectiva

Para el desarrollo de esta investigación empleamos una combinación de perspectivas metodológicas mixtas. La razón la encontramos en la búsqueda de respuestas a los objetivos de la manera más veraz y completa posible. Para ello, esta pesquisa se fundamenta, principalmente, en un enfoque cualitativo sin renunciar a aproximaciones cuantitativas que apoyen y consoliden los resultados obtenidos.

El paradigma metodológico cualitativo abarca un amplio número de métodos: etnografía, histórico, etc. En este sentido, se concuerda con Espina Barrio (2006) la dificultad que conlleva establecer un diseño metodológico en Antropología toda vez que es una ciencia que estudia al ser humano y su cultura de una manera holística. Además, y tratándose de un tema aún en ciernes en la academia como es el estudio del fútbol y los procesos de identificación que genera, se comparte con Sandvoss (2003) la especial vigilancia a tener en cuenta en los discursos de los aficionados/periodistas. Cabe preguntarse hasta qué punto sus respuestas e interpretaciones son meditadas y no una consecuencia derivada de las circunstancias del momento. Por ello, esta pesquisa se sustenta en una triangulación metodológica compuesta por el método etnográfico, el análisis de contenido periodístico y la revisión literaria, como se explicará más adelante.

No obstante, se hace necesaria una matización. Habida cuenta de que los objetivos de esta investigación no se pretenden cuantificar, el foco se centra en el análisis de las interpretaciones, construcciones y reconstrucciones de los aficionados del Athletic Bilbao. De ahí que el grueso del estudio recaiga en una perspectiva cualitativa, como pasamos a describir a continuación.

7.2. Estrategias metodológicas

En una investigación cualitativa, como esta, es recurrente que los investigadores participen en el estudio y sean parte principal del instrumento de medida. Consecuentemente, eso puede derivar en una subjetividad evidente. Para evitar dicha situación, se emplea la triangulación como estrategia para la recogida y análisis de datos. En otras palabras, se trata de conseguir la información desde diferentes fuentes y ángulos. Por ello, en el presente trabajo se opta por una triangulación compuesta por el trabajo de campo etnográfico, el análisis de contenido periodístico y la revisión literaria. El primero nos permite un contacto directo con los sujetos de estudio -aficionados del Athletic Bilbao en este caso-, obtener contenido de primera mano a través de las entrevistas y la observación participante. Por lo tanto, nos dota de material de análisis para profundizar en el estudio de los procesos de identificación e identidad que genera el club en ellos, cómo interpretan y afrontan los cambios estructurales que se están dando en el fútbol (comercialización, desterritorialización, globalización...) o cómo perciben la performatividad de la vasquidad. El segundo –el análisis de contenido– funciona como un método etnográfico paralelo en la medida en que recoge y difunde la información relativa al club, previa interpretación y desciframiento de los componentes culturales inherentes a la institución y la comunidad social que la rodea. Además, como se desarrollará más adelante, no se puede ignorar el rol que juegan los medios de comunicación en la construcción y conformación de identidades colectivas. Finalmente, el tercero, pero no por ello menos importante –la revisión literaria–, nos permite incardinar las diferentes aproximaciones al estudio del fútbol y su relevancia social. La combinación de fuentes académicas de distinto origen geográfico aporta una visión global del estado de la cuestión. Nos resulta especialmente importante debido a la disparidad de visiones entre la tradiciones anglosajona y mediterránea/latinoamericana, empleadas en esta pesquisa. Gracias a ello, se han corregido posibles desviaciones de interpretación, sobre todo en lo referido al concepto de *new fandom* (nuevos aficionados) que se verá más adelante y que forma parte estructural de esta tesis.

Tras esta necesaria introducción, conozcamos más en profundidad los procedimientos empleados en cada uno de estos métodos de investigación.

7.2.1. Trabajo de campo etnográfico

Para abordar el presente estudio se ha optado por un trabajo de campo etnográfico que ha contado con una parte centrada en una serie de entrevistas semiestructuradas y otra basada en la observación participante.

Como ya se ha indicado, se han realizado entrevistas semiestructuradas en profundidad a 25 seguidores del Athletic Bilbao, nacidos en Bizkaia y Castilla y León, y que residen en esta última comunidad autónoma⁷. La variable ‘lugar de nacimiento’ resulta especialmente importante, toda vez que el análisis comparativo entre aficionados vizcaínos y castellanoleoneses es parte central de este trabajo. De hecho, supone la primera investigación centrada en el conjunto rojiblanco que adopta dicho criterio y que profundiza en los procesos de construcción de identidad de personas que, recordemos, no podrían defender los colores del club como jugadores debido a la política de futbolistas del combinado vizcaíno.

Los sujetos de estudio participantes cuentan con una edad comprendida entre los 28 y los 61 años⁸. La muestra se compone de seis mujeres y diecinueve hombres⁹. Las entrevistas se realizaron, progresivamente y por partes, desde el 17 de mayo de 2017 hasta el 20 de febrero de 2019. Sin pretender convertirse en un estudio longitudinal, la opción de dividir las entrevistas en dos partes buscaba detectar posibles incongruencias y, por lo tanto, reducir una posible falta de precisión. Este aspecto cobra aún más sentido si tenemos en cuenta los cambiantes contextos coyunturales que se suceden en el mundo del fútbol. Cabe recordar que en el periodo cubierto se produjeron salidas de jugadores del Athletic Bilbao bastante controvertidas (Aymeric Laporte y Kepa Arrizabalaga), que se sumaban a otras igualmente sensibles (Fernando Llorente, Javi Martínez y Ander Herrera). Asimismo, se reabrió el debate sobre los límites de la filosofía con la incorporación de futbolistas como Youssuf Diarra (nacido en Malí e

⁷ Ver Anexo 1 para conocer las variables sociodemográficas (origen, edad y sexo) de cada participante.

⁸ Las edades se corresponden con las fechas en las que tuvieron lugar las entrevistas.

⁹ Si bien el sexo de los entrevistados no es una variable de análisis en este trabajo, se intentó conseguir paridad en la muestra. No ha sido posible por el mayor número de aficionados varones que hay en dicho territorio. No obstante, valga señalar que cuatro de las seis mujeres son directivas en sendas peñas del Athletic Bilbao a las que pertenecen.

incorporado con 17 años a la cantera rojiblanca) o Cristian Ganea (nacido en Rumanía y formado en equipos vizcaínos).

Con una duración media de 45 minutos, todas han sido grabadas y transcritas. Como herramienta metodológica para las entrevistas, se ha empleado un guion con 52 preguntas (Anexo 2). De igual modo, y como se recoge en el Término de Consentimiento Libre, Previo e Informado (TCPLI) (Anexos 3 y 4) entregado a cada uno de los participantes, se ha ofrecido atención personalizada en caso de duda o incompreensión. En este sentido, también hay que subrayar que todos los aficionados que conforman la muestra han tomado parte de manera voluntaria tras firmar y aceptar las condiciones de dicho TCLPI. A partir de la información registrada, se ha trabajado sobre una clasificación con los siguientes temas (ordenados en una tabla-matriz): motivos de identificación con el club; interpretación de la filosofía; relevancia del club en la vida personal; Athletic Bilbao y selecciones nacionales; territorialidad y cantera; Athletic Bilbao-euskera; Athletic Bilbao e independentismo vasco; Athletic Bilbao-mercantilismo; diáspora vasca; fútbol femenino; y diversidad cultural.

La elección de Castilla y León como territorio de análisis se justifica por ser la comunidad autónoma que más peñas rojiblanca alberga, sin contar el País Vasco. En total, 44 de las 465 que tiene repartidas por el mundo, es decir, casi un diez por ciento (Athletic Club, 2019a). A todo ello, debemos añadir la interrelación histórica entre esta autonomía y la provincia de Bizkaia. Si bien ahondaremos en ello en el apartado dedicado al marco sociohistórico (capítulo 16), cabe indicar los continuos flujos migratorios desde la primera hacia la segunda. Tal es así que incluso llegaron a tener una vía de tren directa: la línea La Robla-Bilbao, que conectaba León con la capital vizcaína atravesando Palencia y Burgos (Sánchez Melado, 2006). Por lo tanto, puede considerarse un territorio suficientemente representativo del objeto de estudio.

Para la identificación y localización de estos aficionados, se contactó con dichas peñas, tanto en ámbitos rurales como urbanos, así como a través de grupos de apoyo al club rojiblanco en diferentes redes sociales (Facebook y WhatsApp, principalmente). Los fragmentos de las entrevistas que se incluyen en el bloque de resultados son atribuidos a sus correspondientes participantes. Eso sí, con el fin de preservar su anonimato, se han empleado nombres que no se corresponden con la realidad. Para diferenciar a los sujetos nacidos en Bizkaia y en Castilla y León, se han utilizado nombres en euskera para los primeros y nombres en castellano para los segundos.

Paralelamente, se ha realizado un trabajo de campo durante dos años. Este proceso ha incluido la observación participante dentro de una selección de las distintas peñas oficiales que la escuadra vizcaína tiene presentes en Castilla y León. En este tiempo, se ha convivido con los diferentes seguidores y se han visto varios partidos del Athletic Bilbao en un ambiente completamente rojiblanco o mezclado con hinchas del equipo rival. También se ha intervenido en charlas y discusiones acerca del futuro del equipo y su política de jugadores. Igualmente, se han establecido contactos con el club, lo que ha facilitado el acceso a los archivos de la entidad, especialmente recogidos en su museo, así como a las instalaciones deportivas. Esto último ha sido importante para conocer diferentes aspectos estructurales a tener en cuenta en la investigación, como su estadio (San Mamés), su centro de entrenamiento y espacio de formación de las categorías inferiores (Lezama), así como el conglomerado de acuerdos comerciales con distintas compañías (a resaltar, particularmente, todos los aspectos publicitarios que se explicarán con detalle en el apartado de resultados).

Por otro lado, también se han mantenido conversaciones informales con distintos aficionados del club durante las distintas visitas a Bilbao/Bizkaia como parte del trabajo de campo. Estas charlas, si bien no han sido grabadas, sí han permitido adquirir una perspectiva mayor y más profunda de la relación de los aficionados con el club, así como de las diferentes concepciones de la identidad vasca. Al mismo tiempo, las estancias en dicha provincia vasca han facilitado la participación en distintas tertulias y entrevistas sobre el equipo, su dimensión social y su trascendencia más allá del País Vasco. Estas intervenciones, al igual que las conversaciones anteriormente citadas, han resultado relevantes para el conocimiento de intrahistorias y procesos de identificación de distintos hinchas. A lo anterior, cabe añadir mi propia experiencia profesional como periodista, durante la que he llegado a participar en las retransmisiones radiofónicas de los partidos del Athletic Bilbao desde San Mamés¹⁰, y mi condición de aficionado del club, a modo de autoetnografía (Groves, 2011). Todo ello revierte en un carácter emic en los contenidos expuestos. De este modo, se interpreta, desde dentro, el sentido y

¹⁰ Entre septiembre de 2008 y mayo de 2011 trabajé como becario en la emisora local Radio Popular de Bilbao – Bilbo Herri Irratia. El jefe de la sección de Deportes, en aquel periodo, fue el periodista José Irigorri, quien alcanzó una notoria popularidad en toda Bizkaia y entre los aficionados del Athletic Bilbao por narrar los goles del club rojiblanco al grito de ‘Bakalao, bakalao, bakalao’. Tal sigue siendo su reconocimiento entre la población vizcaína que, a petición popular, la sala de prensa del Nuevo San Mamés pasó a llamarse ‘Sala de Prensa José Irigorri’ en 2014, meses después de su fallecimiento. Para hacerse una idea de su relevancia puede consultarse el vídeo *Athletic Bilbao – Emotivo vídeo de José Irigorri presentado a la Asamblea del Athletic* creado por la plataforma WoodyAthletic (2014).

significado de los procesos de pertenencia a este colectivo, así como el aprendizaje e interiorización de repertorios culturales y simbólicos en torno al conjunto rojiblanco en el interior y fuera de la sociedad vizcaína.

7.2.2. Análisis de contenido

El análisis de contenido periodístico conforma otro de los pilares del diseño metodológico de la presente investigación. En cierto modo, puede considerarse como una etnografía alternativa en la medida en que recoge y difunde información relativa al club, tras la interpretación de los distintos elementos culturales propios de la institución y su entorno social.

Concretamente, se ha optado por un análisis de contenido cualitativo que, en buena medida, se sirve del denominado “análisis descriptivo” (Igartua y Humanes, 2004: 78). Este se define como aquel que “pretende evaluar las representaciones o encuadres mediáticos de un tema, problema o un aspecto determinado en los mensajes de los medios” (Igartua y Humanes, 2004: 78). Así, se han establecido una serie de variables a tener en cuenta en nuestra búsqueda. Por un lado, se han considerado las definiciones e interpretaciones que se han hecho en la prensa sobre la política de jugadores del Athletic Bilbao. De esta manera, podemos estudiar la configuración de límites identitarios que nos permite dibujar las fronteras entre un Yo/Nosotros y un Otro/Ellos. En la misma línea cabe observar las descripciones que los medios de comunicación hacen de la afición rojiblanca como colectivo, así como su aproximación a los seguidores en virtud de su origen vizcaíno/vasco o no vizcaíno/no vasco.

Por otro lado, se ha prestado atención a los diferentes argumentos y contra argumentos utilizados en la defensa y oposición a los diferentes paradigmas identitarios con relación al Athletic Bilbao¹¹. De esta forma se persigue examinar el raciocinio de cada una de las posturas y no tanto cuantificar la presencia mayoritaria de unos sobre otros. En este sentido, el foco se ha puesto en asuntos como la relación del Athletic Bilbao con los procesos nacionalistas e independentistas que ocurren en el País Vasco y el Estado

¹¹ Estos se desarrollarán en profundidad en el Bloque III. A modo de resumen, se pueden clasificar en: a) Athletic Bilbao como representante nacionalista (vasco/español), b) Athletic Bilbao como símbolo de Bizkaia; c) Athletic Bilbao como símbolo de resistencia frente al fútbol postmoderno.

español, la representatividad vizcaína en las filas rojiblancas o la trascendencia del club en la provincia de Bizkaia, así como la interacción de la entidad y su masa social con los nuevos procesos mercantiles y comerciales que definen el fútbol actual, entre otros.

Un tercer apartado de este análisis de contenido se centra en el Athletic Bilbao como representante o agente definidor de la vasquidad o identidad vasca. Para ello se ha observado el enfoque y la cobertura que los medios de comunicación han hecho sobre la inclusión/exclusión de jugadores procedentes de la diáspora vasca, así como los límites etarios que definen la formación vía cantera y la incorporación de futbolistas nacidos fuera del País Vasco en la academia rojiblanca. También se ha tenido en cuenta la interpretación sobre las fronteras territoriales que definen la política de futbolistas del club. Igualmente, se ha examinado la difusión que los medios de comunicación han hecho del equipo femenino con especial énfasis en qué aspectos se han destacado y cómo se han presentado los acontecimientos. En este mismo sentido se ha analizado la aproximación de los medios de comunicación a la variable étnica en relación al concepto de “negritud” y su inclusión/exclusión en la filosofía del club.

Una vez formulados los temas de análisis, cabe definir la estrategia de acción, es decir, qué fuentes se van a utilizar, qué fechas se contemplan en el estudio y cómo se va a proceder. Para esta investigación, se ha aplicado un “muestreo polietápico” (Igartua y Humanes, 2004: 87). Este procedimiento contempla dos fases típicas.

La primera se refiere al muestreo de las fuentes del material o soportes. En ese caso, se ha optado por un sistema de conveniencia que combina, principalmente, prensa deportiva y generalista de difusión en el País Vasco y el conjunto de España, tanto en formato digital como papel¹². Así, en relación a la primera, se ha optado por los tres periódicos de mayor difusión estatal: Marca, As y Mundo Deportivo (edición Bizkaia)¹³, tanto en formato digital como papel. Respecto a la segunda, los diarios

¹² El formato digital presenta la ventaja de las llamadas ‘etiquetas’. Estas suponen un enlace directo a los contenidos referentes al tema en cuestión. En nuestro caso, las etiquetas ‘Athletic’, ‘Athletic Bilbao’, ‘Athletic Club’ o ‘Athletic Club Bilbao’ nos han permitido acceder directamente a las noticias vinculadas al equipo en los distintos medios analizados.

¹³ Con el fin de facilitar una mayor y mejor comprensión del impacto y alcance de estos periódicos, ofrecemos, a continuación, una contextualización de sus tendencias ideológicas. El diario Marca publica todos los días quince ediciones diferentes (once regionales, tres uniprovinciales y una estatal). Pertenece al grupo mediático Unidad Editorial, con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha española. El diario As cuenta con ediciones no sólo en España, sino también en Latinoamérica. Pertenece al grupo mediático Prisa, el mayor colectivo de medios de comunicación

utilizados han sido El Correo y Deia (de difusión vizcaína/vasca), así como El País, El Mundo y Eldiario.es¹⁴ (de difusión estatal). Además, de manera complementaria, se han empleado fuentes alternativas como la revista especializada Líbero debido a su perspectiva social del fútbol.

La segunda fase de este muestreo polietápico consiste en la selección de las fechas, tomando como referencia los objetivos de la investigación. En este sentido, también se ha optado por un modelo intencional, sin un período establecido, toda vez que se buscaban mensajes concretos que “permitieran recoger la información relevante para el concepto o teoría buscada” (Andréu Abela, 2000: 25).

Una vez explicado el procedimiento empleado, consideramos necesario dotar a esta herramienta metodológica de cierta justificación. En este sentido, cabe enfatizar el destacado papel que han jugado (y juegan) los medios de comunicación a la hora de formar, consolidar y difundir la identidad de un territorio o comunidad. Así, en términos generales, Igartua y Humanes (2004) o Acuña y Acuña (2016) sustentan el efecto poderoso de los medios de comunicación en su capacidad de influencia sobre las formas de conocer, de construir socialmente la realidad y de interactuar con los otros. Al respecto, Hobsbawm (1992) subraya el potencial para integrar los símbolos de un determinado colectivo en la vida diaria de sus miembros dando lugar a una ruptura entre las esferas privada/local y pública/nacional. Esta cuestión simbólica conlleva, por su

informativos, culturales y educativos en España e Iberoamérica. Su línea editorial está orientada hacia el socioliberalismo español. El diario Mundo Deportivo cuenta con seis ediciones provinciales, entre ellas una en Bizkaia centrada en el Athletic Bilbao. Perteneció al grupo mediático Godó, un colectivo de información general radicado en Cataluña, pero con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha catalana.

¹⁴ Al igual que en el caso anterior, presentamos una contextualización de las tendencias ideológicas de estos periódicos. El diario El Correo pertenece al grupo mediático Vocento, un colectivo de información general con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha española. El diario Deia tiene difusión en todo el País Vasco, si bien su principal ámbito de alcance es Bizkaia. Perteneció al grupo mediático Noticias. Publica información tanto en castellano como en euskera y su línea editorial está orientada hacia el nacionalismo vasco moderado. El diario El País cuenta con ediciones no sólo en España, sino también en Latinoamérica, además de una versión en inglés dirigida hacia Estados Unidos. Perteneció al grupo mediático Prisa, el mayor colectivo de medios de comunicación informativos, culturales y educativos en España e Iberoamérica. Su línea editorial está orientada hacia el socioliberalismo español. El diario El Mundo cuenta con una edición estatal y diecinueve regionales-locales. Perteneció al grupo mediático Unidad Editorial, con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha española. El medio de comunicación digital Eldiario.es está constituido como una sociedad limitada en la que más del 70% pertenece a las personas que trabajan en la redacción. Además, buena parte de su financiación procede de cuotas de suscripción de los lectores. Su línea editorial está orientada hacia la izquierda española. Asimismo, cuenta con la figura de la redactora jefa de género para coordinar e impulsar la información sobre feminismo, género e igualdad.

parte, la difusión y refuerzo del sentido de pertenencia al colectivo habida cuenta de esta común interiorización (Wasen Fraga, 2014).

Igualmente, no se puede obviar uno de los componentes más significativos de la prensa: su capacidad de difusión. En este sentido, y vinculado al deporte, Díaz Noci (2000: 2) señala que las distintas disciplinas deportivas y su significación social “no sería[n] nada sin los medios de comunicación, que son los que le dan la difusión masiva que hoy tienen”. A este respecto, el académico González Ramallal (2014: 362) remarca, en uno de sus análisis sobre la identidad española en la prensa deportiva, que “los medios de comunicación nos cuentan la identidad, construyéndola y reconstruyéndola a imagen y semejanza de la idea que los propios medios tienen sobre ella”. Entramos, pues, en una concepción de la nación o colectivo como narración. En esta línea, se presenta a la comunidad en cuestión como un sumatorio de metáforas e imágenes producidas y reproducidas en el discurso (Quiroga Fernández de Soto, 2019).

Un caso práctico aplicado lo encontramos en la obra de Wasen Fraga (2014). El autor brasileño señala cómo la prensa deportiva de su país ha producido (y produce) un conjunto de imágenes y significados para la construcción de la nacionalidad del gigante sudamericano. Al respecto, enfatiza el impacto que tuvo el conocido como Maracanazo. La derrota de Brasil frente a Uruguay en el Mundial de 1950 celebrado en el país lusófono suscitó la edificación de una identidad nacional sobre elementos negativos. Por el contrario, los títulos obtenidos en 1958 y 1962 por la *canarinha*¹⁵ produjeron el efecto opuesto, al demostrar internacionalmente que Brasil podía hacer las cosas de manera eficiente.

Es aquí donde la relación fútbol-prensa juega un papel especial. Villena Fiengo (2003b) subraya que el papel vertebrador del balompié a la hora de articular una comunidad reside en el sólido discurso construido sobre su base. Y añade la posición privilegiada que han ocupado (y ocupan) los periodistas deportivos en su elaboración y, posterior, difusión. Así, y en relación al caso de estudio que aquí nos atañe, podemos encontrar

¹⁵ *Canarinha* es el nombre con el que, popularmente, se conoce a la selección brasileña de fútbol. De hecho, el origen de este término está relacionado con la derrota en el Mundial de 1950. Con el fin de dejar atrás el malestar producido por la pérdida ante Uruguay, desde la prensa se lanzó una campaña para cambiar los colores del uniforme brasileño (camiseta blanca y pantalón azul por aquel entonces). Se trató de una especie de superstición. Como resultado de ello, el combinado nacional comenzó a lucir los colores que mantiene en los tiempos de la redacción de esta tesis. Es decir, camiseta amarilla con ribetes verdes, pantalón azul y medias blancas. De ahí que una traducción del portugués (*canarinho* significa canario y, por lo tanto, amarillo) permita este juego de identificaciones.

varios puntos de apoyo considerables. Igartua y Humanes (2004) señalan cómo los medios afectan a la concepción de la tradición, es decir, el conjunto de asunciones históricas que facilitan la interpretación del mundo y ayudan a la construcción de la identidad individual y/o colectiva. En nuestra pesquisa particular, este enfoque nos ayuda a encarar el papel jugado por los medios a la hora de discutir, aproximarse o enfocar la política de jugadores del Athletic Bilbao, a la vez que estas intervenciones pueden modificar su concepción por parte de los aficionados.

Otro aspecto relevante tiene que ver con la construcción racial o de género en torno a la vasquidad y el papel performativo que el Athletic Bilbao desempeña en esta labor. Siguiendo esta línea, Richard Giulianotti (1999: 139) apunta que el análisis de contenido o discurso se presenta como “una herramienta metodológica útil”, ya que permite “excavar los marcos narrativos comunes a la mayoría de los medios deportivos internacionales”. Un acercamiento similar ofrece Wasen Fraga (2014), si bien el autor de Porto Alegre hace hincapié en la producción de un imaginario permeado constantemente por la actuación de los jugadores. Este enfoque resultará pertinente en relación a la aplicación de teorías performativas, como se verá más adelante.

Además, en relación a la construcción identitaria del club y el rol que desempeñan los medios de comunicación en ello, resulta muy edificante el trabajo de Bradley (2006). En su obra, el académico británico señala las tiranteces que mantuvieron los medios locales y nacionales a la hora de presentar al Celtic de Glasgow como un combinado escocés, omitiendo su construcción discursiva como el representante de los irlandeses en Escocia o de la diáspora irlandesa, durante la final de la Copa de la UEFA disputada en 2003.

Aunque no forma parte integral de esta investigación, no podemos pasar por alto los aportes de Sandvoss (2003) y su concepción del fútbol como un espectáculo mediado. Según este autor, los aficionados al fútbol son espectadores que conocen y experimentan este deporte a través de los propios medios de comunicación (seguimiento de los partidos por televisión, radio o Internet; conocimiento de la actualidad de los clubes a través de la prensa...). En este sentido, no está de más añadir una de las observaciones del trabajo de campo realizado. En él, se ha detectado cómo los diferentes sujetos de estudio reconocen seguir el día a día del equipo a través de los medios de comunicación, toda vez que se encuentran lejos de Bizkaia (ubicación geográfica del club) y, por lo tanto, no les resulta tan asequible acceder a contenidos directamente vinculados al Athletic Bilbao. Por otro lado, en este punto merece la pena

subrayar cómo estos seguidores comparten, constantemente, noticias sobre el conjunto rojiblanco mediante los diferentes grupos de Facebook y WhatsApp de los que forman parte. Se trata de grupos creados, explícitamente, para conectar y vincular a los distintos hinchas del equipo.

Con todo ello, se comparte la reflexión de González Ramallal (2014) cuando se cuestiona si el efecto de los discursos deportivos en torno a la identidad de un colectivo tiene, en realidad, más fuerza socializadora que los relatos cuidadosamente elaborados por los partidos políticos.

7.2.3. Revisión literaria

La revisión literaria constituye el tercero de los puntales sobre los que asentamos nuestra triangulación metodológica. Resulta fundamental para el establecimiento de conceptos clave en la pesquisa, así como para aplicar una aproximación al estudio del fútbol y su relevancia sociocultural de la manera más completa posible. Como se ha indicado anteriormente, la combinación de fuentes académicas procedentes de ambas orillas del Atlántico aporta una visión global del estado de la cuestión. Concretamente, nos permite corregir posibles desviaciones interpretativas, habida cuenta de la diferencia de perspectivas entre las tradiciones anglosajona y mediterránea/latinoamericana. Una de estas divergencias la encontramos en lo que podemos llamar “miradas desde el Norte” y “miradas desde el Sur”. Así, cuestiones como la comercialización del fútbol y la nueva división del trabajo deportivo son abordados de distinta manera. Desde el Reino Unido y centro-norte Europa el foco de atención se pone en los distintos procesos de deslocalización de los clubes, así como en las nuevas construcciones de seguimiento (*new fandom*) por parte de hinchas de equipos a los que nos les une, tradicionalmente, nada (ni geografía, ni relaciones culturales o familiares...). Por su parte, desde Latinoamérica -uno de los principales viveros de futbolistas del mundo- se acentúa la exportación de jugadores al Viejo Continente y, cada vez más, a las ligas norteamericana y china, al tiempo que se remarca el papel territorial de los clubes.

En cuanto a los conceptos empleados, partimos de una aproximación a la cuestión de la Identidad. Aquí, nuevamente, cabe resaltar la combinación de autores tanto europeos/norteamericanos (Anderson, 2006; Barth, 1976; Baumann, 2005) como

latinoamericanos (Castro-Gómez, 2017; Giménez, 1997), a fin de obtener una visión más amplia de este asunto siempre complicado. Otro de los términos y teorías utilizados es el de la Performatividad, extendido en las academias anglosajonas y que nos ofrece un acercamiento alternativo a temas como la vasquidad y el deporte. En este sentido, cobran relevancia los trabajos de Butler (2007) y Aquino (2017), entre otras.

En relación a las culturas futbolísticas y las identidades de los clubes, también aquí se combinan fuentes de ambas orillas del Atlántico. Destacan, sobre manera, los trabajos del británico Giulianotti (1999), del argentino Alabarces (2002) y del vasco Reguera (2008) a la hora de servir como guía y estructura a través de las cuales armar los textos y las distintas aproximaciones de la tesis. Uno de los asuntos que corre de manera paralela a estos es el de la ya citada comercialización del fútbol. En este apartado resultan fundamentales las aportaciones de Spaaij y Viñas (2013), Castillo (2007a; 2007b), Villena Fiengo (2003b) o Giulianotti (1999). Dentro de este ámbito, no podemos ignorar las implicaciones del caso Bosman y sus efectos en la constitución de plantillas cada vez más internacionales, así como su efecto en el vínculo territorial de los clubes. Para ello optamos por referencias tanto hispanas (Gil Araújo, 2002; Marcén, 2016; Schaffhauser, 2009; Vázquez Montalbán, 2005), como anglosajonas (Antonioni y Cubbin, 2000; Gardiner y Welch, 2011).

Otro de los conceptos que articulan el esqueleto de esta tesis es el referido a los aficionados o *fandom* (por el término genérico empleado en inglés). Aquí cobra especial relevancia ver la transformación que han vivido los seguidores, en cuanto actores, desde modelos tradicionales hasta el llamado *new fandom*. Así, las obras de Llopis-Goig (2018), Hornby (2008), Farred (2008), Castillo (2007b), Kuper (2006), Foer (2004), Sandvoss (2003), Villena Fiengo (2003b) o Giulianotti (1999) constituyen un corpus sólido para comprender los procesos de construcción de identificación con un club a través de las diferentes fases que ha atravesado el fútbol, desde su amateurismo inicial hasta su comercialización actual.

Respecto a la cuestión de la vasquidad o identidad vasca, hemos puesto el foco sobre dos asuntos principales. Uno de ellos es la evolución que ha tenido su definición a lo largo de las últimas décadas y el último siglo y medio, especialmente tras la fundación de los primeros partidos nacionalistas vascos (finales del siglo XIX). Aquí, por proximidad, muchas de las fuentes son del ámbito español o hispano, aunque llama la atención dedicada al asunto desde centro-norte Europa y Estados Unidos. En este último

caso, el énfasis viene motivado por la existencia del Centro de Estudios Vascos en la Universidad de Nevada (Estado de Reno). De este modo, utilizamos como base las obras de Zabalo Bilbao y Odriozola (2017), Jeram (2013), González-Fuente (2005), Raento y Watson (2000) y Azurmendi (1998). El otro aspecto de interés es la diáspora vasca con la que pretendemos dotarnos de una base sólida para afrontar su aplicación al caso del Athletic Bilbao. En este sentido, las fuentes proceden principalmente del ámbito hispanohablante como demuestran las obras de Oiarzabal (2017), Tsavkko García (2016) y Totoricagüena (2005), si bien esta última pertenece al anteriormente citado Centro de Estudios Vascos de la Universidad de Nevada.

En relación al caso de estudio que aquí nos atañe -el Athletic Bilbao-, la bibliografía es amplia. Al igual que en los apartados anteriores, la política de jugadores del club ha suscitado un gran interés no sólo dentro del Estado español, sino allende las fronteras. Los ángulos empleados para su estudio han sido, también, diversos. Varios son los aportes realizados desde un enfoque socioantropológico (Aquino, 2017; Castillo, 2007a, 2007b; Groves, 2011; Llopis-Goig, 2008, 2013; MacClancy, 2003, 2007; Shulman, 2004; Vaczi, 2011, 2013a, 2013b), histórico (Estomba Etxepare, 2007; Walton, 2011), político (Quiroga Fernández de Soto, 2014a, 2019), comunicativo o ligado al periodismo (Agiriano, 2010; Díaz Noci, 2000; Rodrigálvarez, 2014; Rojo-Labaien, 2013; Unzueta, 1999), así como una suerte miscelánea (Ball, 2010; Bertelegni, 2017), entre otros.

En resumen, son varias las fuentes de investigación a las que se acude y con carácter tanto general como específico. Esto nos lleva a observar el objeto de estudio desde una perspectiva macro hacia una perspectiva micro en cada una de sus categorías de análisis.

7.2.4. Estancia de investigación

Finalmente, esta pesquisa se ha completado con una estancia de investigación realizada en la ciudad de Birmingham (Reino Unido). Ha tenido una duración de tres meses, desde el 1 de febrero hasta el 1 de mayo de 2020, en la Birmingham City University (BCU). Durante la misma, se ha podido reforzar la parte teórica de este estudio mediante enfoques ampliamente usados en el modelo británico (especialmente la teoría de la Performatividad), tal y como se ha explicado en los párrafos precedentes. Además,

ha servido para indagar en los procesos de identificación con clubes de fútbol en seguidores locales. Esta aproximación, si bien no forma parte de los resultados del presente análisis, sí permite ampliar la perspectiva hacia el caso de estudio y obtener una comprensión más amplia de las relaciones fútbol-sociedad, fútbol-territorio, fútbol-identidades y fútbol-comercialización.

BLOQUE III: MARCO TEÓRICO. IDENTIDAD, FÚTBOL Y VASQUIDAD

En las siguientes páginas presentaremos las coordenadas teóricas sobre las que se asienta la presente investigación. A lo largo de ellas pretendemos definir los conceptos clave que nos permitan guiar y comprender los resultados y futuras conclusiones incorporadas en la tesis. Así, en primer lugar, partiremos de dos términos generales como son la identidad y la performatividad. Huelga decir que nuestro objetivo no es desarrollar su concepción ni profundizar en su definición. Por el contrario, nos serviremos de una serie de enfoques básicos que faciliten la comprensión y las aproximaciones de los asuntos a investigar más adelante.

Seguidamente, dedicaremos un capítulo a encuadrar el deporte dentro de un prisma socioantropológico. En este sentido, aprovecharemos el trabajo previo de aquellos académicos que han asentado las perspectivas básicas de cara al estudio de estas prácticas lúdicas. Igualmente, haremos un recorrido por las distintas interpretaciones, favorables y contrarias, que el deporte ha recibido desde ámbitos sociales.

A continuación, centraremos un nuevo apartado en el balompié en concreto. Primeramente, presentaremos las diferentes etapas o fases por las que ha atravesado el fútbol: desde sus orígenes como prácticas rituales en distintas civilizaciones hasta su comercialización actual, pasando por su concepción moderna en el Reino Unido de mediados del siglo XIX y la transformación del amateurismo a su profesionalización en las primeras décadas de la centuria pasada. En este caso, abriremos un epígrafe especial para hacer hincapié en esta evolución en el caso español. De manera complementaria, estableceremos una serie de apuntes que refuerzan la concepción del fútbol como arena de representación simbólica.

Una vez asentados los pilares anteriores, comenzaremos a profundizar en el balompié como fenómeno de análisis social y cultural. Así, se destinará un nuevo capítulo a definir y desarrollar las conocidas como culturas del fútbol. Con ello, precisaremos los términos y enfoques en los que nos moveremos para abordar nuestro particular análisis referido al Athletic Bilbao. Dentro de esta misma sección, se incluirán aspectos como la relación aficionado-equipo desde el ángulo de la identificación, así como pautas para comprender el fenómeno del *fandom* (el continuum de identificación con un club, que varía desde un núcleo compuesto por aquellos hinchas con un mayor compromiso hasta

posiciones periféricas donde se hallan los seguidores menos implicados). Asimismo, este último apartado incorpora un subtema encaminado hacia el llamado *non-local fandom* o seguidores no locales. Parece lógico enfatizar las particularidades de este asunto habida cuenta de nuestro enfoque en hinchas no vascos del conjunto bilbaíno.

Posteriormente, será el momento de centrar la mirada en las conocidas como identidades de los clubes de fútbol. Definiremos este concepto para, seguidamente, desarrollar las tres principales interpretaciones identitarias –con sus argumentos a favor y en contra– que se han construido en torno al Athletic Bilbao: nacionalista (vasco y español), símbolo de Bizkaia y modelo de resistencia frente al fútbol moderno.

Es, precisamente, el fútbol moderno el siguiente asunto a tratar en este marco teórico. Dos son los aspectos que se retroalimentan en este apartado: su globalización y su comercialización. De este modo, iniciaremos este recorrido desde un ámbito legal. Concretamente, estableceremos las claves del conocido como Caso Bosman, datado en 1995, y que marcó un antes y un después en la incorporación de deportistas extranjeros en las ligas nacionales. También detallaremos los subsecuentes casos derivados de este fallo judicial. Inmediatamente después, pondremos el foco en la comercialización de este deporte, las prácticas puestas en marcha por los clubes y los distintos organismos futbolísticos en este sentido, así como sus consecuencias territoriales e identitarias.

Más adelante será el turno para profundizar en el vasquismo. Con este capítulo pretendemos conocer las diferentes concepciones que, históricamente y en diferentes fases, se han construido sobre la identidad vasca. Para ello adoptaremos principalmente, aunque no exclusivamente, las aproximaciones realizadas desde los nacionalismos vascos (pues no consideramos esta ideología como una, única y homogénea). Dentro de este apartado, incluiremos un epígrafe destinado a la diáspora vasca y las diferentes etapas en que está se ha ido generando. Este tema cobra especial sentido si se tiene en cuenta que, en el apartado de Resultados (capítulo 17), trabajaremos sobre la aptitud o no de este colectivo en relación a la política de jugadores del Athletic Bilbao.

Finalmente, cerraremos este bloque con una mirada a la “filosofía” del conjunto vizcaíno. Recopilaremos las distintas versiones que explican su evolución a lo largo de las décadas, así como los cambios y transformaciones experimentados. Asimismo, recogeremos los distintos argumentos vertidos a favor y en contra de su mantenimiento desde posiciones académicas y periodísticas.

8. IDENTIDAD Y PERFORMATIVIDAD

Como ya se ha indicado anteriormente, a la hora de abordar los conceptos de identidad y performatividad buscamos establecer una serie de pautas y coordenadas que faciliten la comprensión y alcance de los posteriores resultados. Por lo tanto, no forma parte de nuestros objetivos profundizar en su desarrollo terminológico ni adentrarnos en discusiones al respecto. Con carácter orientativo, en los siguientes párrafos y líneas señalaremos los lineamientos que han llevado al estudio de la identidad desde las Ciencias Sociales. Además, nos serviremos de distintos autores para definir este concepto en su conjunto, así como la suma de las partes que lo componen. Igualmente, asentaremos unas bases que faciliten la inmersión en el ámbito de las identidades colectivas. Asimismo, confrontaremos un modelo tradicional de identidad con un enfoque posmoderno, relevante para comprender, más adelante, los procesos que atraviesa la relación identidad-pertenencia-fútbol en la actualidad. Por último, y en relación a la performatividad, introduciremos unas nociones elementales que apuntalen las interpretaciones sobre las que nos moveremos en la parte final de la tesis.

8.1. La identidad en las Ciencias Sociales

Por muy extendido que parezca su empleo, el concepto de identidad se ha asentado en el campo de las Ciencias Sociales a partir de la segunda mitad del siglo XX. Lapierre (1984) defiende que esta aproximación es consecuencia del resurgimiento de ciertos movimientos sociales que, con el pretexto de una identidad grupal o de categoría social, han cuestionado una relación de dominancia o demandado una mayor autonomía. Precisamente, esta encrucijada coincide con una percibida crisis del Estado-Nación pues su soberanía se vería doblemente atacada desde arriba (con el poder de las multinacionales y las entidades supraestatales) y desde abajo (regionalismos y particularidades locales) (*Ibid*, 1984). A colación de lo anterior, Giménez (1997: 10) señala que esta pertinencia en el estudio de las identidades viene reforzada, en la actualidad, por “las nuevas problemáticas últimamente introducidas por la dialéctica entre globalización y neo-localismos, por la transnacionalización de las franjas fronterizas y, sobre todo, por los grandes flujos migratorios”.

Por su parte, Baumann (2005) se sirve de las reflexiones de Philippe Robert para apuntar al contacto entre comunidades como razón de ser del estudio de la identidad. A su juicio, las sociedades humanas se han movido, principalmente, en un espacio de vecindad. Sin embargo, el creciente tránsito de personas sumado a la revolución de los transportes (y podemos añadir de los medios de comunicación) ha llevado al encuentro entre colectivos y a cuestionarse quién es uno mismo. Según señala el sociólogo polaco, “preguntar ‘quién eres tú’ sólo cobra sentido cuando se cree que uno puede ser alguien diferente al que se es” (*Ibid*, 2005: 48).

8.2. Definir la identidad

Una vez contextualizado el acercamiento de las Ciencias Sociales al estudio de la identidad, resulta pertinente proceder a su definición. En este sentido, se comparte con Giménez (1997: 10) la concepción de la identidad como “elemento de una teoría de la cultura distintivamente internalizada como ‘habitus’ o como ‘representaciones sociales’”. [...] La identidad no sería más que el lado subjetivo de la cultura considerada bajo el ángulo de su función distintiva”. En otras palabras, se trata de la representación que los agentes, bien individuales bien colectivos, tienen de su distinción en un determinado espacio social en relación con otros agentes. No obstante, de acuerdo con el académico latinoamericano, no basta con que las personas se vean a sí mismos como diferentes, sino que también deben ser vistos así. Es decir, se requiere la sanción del reconocimiento social. Sobre este aspecto, Baumann (2005) remarca que la razón de ser de la identidad es la fijación y confirmación de la frontera entre el Yo/Nosotros y el Otro/Ellos.

De lo indicado anteriormente, podemos extraer un primer componente a la hora de definir la identidad. No se trata de una esencia o de un atributo propio, elemental y originario del sujeto. Más bien al contrario, presenta un carácter relacional e intersubjetivo que se construye y afirma en contraposición con otras identidades a través de la interacción. En esta misma línea, Castro-Gómez (2017) razona que las identidades culturales no deben ser entendidas como singularidades puras, constituidas únicamente en relación consigo mismas, independientemente de su relación con otros agentes. Desde su punto de vista, las identidades socioculturales carecen de esencia, ya que “la

fijación última del sentido es una imposibilidad estructural de la cadena de relaciones” (*Ibid*, 2017: 253) y, consecuentemente, las fijaciones serán parciales. En suma, las identidades no pueden ser interpretadas fuera de su marco relacional.

Habiendo señalado lo anterior, cabe preguntarse cuáles son esos elementos distintivos que constituyen la identidad de las personas. Uno de ellos es la pertenencia a una serie de grupos o comunidades. Esta pertenencia social supone la incorporación del individuo en un colectivo con el que se mantiene una relación de lealtad. Esta dinámica se manifiesta mediante la asunción de ciertos roles dentro de la comunidad, pero especialmente con la incorporación e internalización de un determinado entramado simbólico-cultural, de manera parcial o completa (Giménez, 1997). Nos encontramos, pues, ante una interiorización de significados socialmente construida y compartida que da pie a una representación común de la realidad. En relación a este sentimiento de pertenencia, debemos hacer mención al trabajo de Benedict Anderson (2006) y sus “comunidades imaginadas”. Según este autor, incluso “las personas de la nación más pequeña nunca conocerán a sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno de ellos existe la imagen de su comunión”, y prosigue diciendo que “las comunidades se distinguen no por su falsedad/genuinidad, sino por el estilo en que son imaginadas” (*Ibid*, 2006: 6). De la cita anterior resulta interesante el concepto “imaginada” interpretado como un aprendizaje compartido de símbolos y significados.

Otro de esos elementos distintivos, siguiendo a Giménez (1997), es el del valor atribuido a la propia identidad. Cada actor concede un determinado valor a esta, por lo normal diferente del que otorga al resto de sujetos con los que interactúa socialmente. Así, la identidad se erige en el valor central sobre el que la persona se relaciona con su entorno. Este elemento puede adquirir un tono positivo, pero también negativo. En el primero de los casos, remarca Giménez (1997: 20-21), “tiene por consecuencia estimular la autoestima, la creatividad, el orgullo de pertenencia, la solidaridad grupal, la voluntad de autonomía y la capacidad de resistencia contra la penetración excesiva de elementos exteriores”; mientras que en el segundo “genera frustración, desmoralización, complejo de inferioridad, insatisfacción y crisis”.

Un tercer elemento básico de la identidad es su permanencia en el tiempo y en el espacio. De manera más exacta, debemos hablar de su “continuidad en el cambio” (Giménez, 1997: 19). Así, entendemos la identidad como un proceso evolutivo y

dinámico (y, por lo tanto, no fijo y no estático), que se mueve entre la retórica de la permanencia y el cambio, entre la continuidad y la discontinuidad (*Ibid*, 1997). Se trata de un proceso de mantenimiento y readaptación al entorno sin dejar de ser ellas mismas. En este aspecto -especialmente tratándose de una perspectiva tradicional en comparación con la posmoderna que abordaremos después-, cabe incorporar la tesis de Fredrik Barth (1976) y sus límites. Según el antropólogo noruego, la identidad se concibe elementalmente por sus diferencias, no así por el contenido simbólico que en un momento concreto alberga entre sus fronteras o límites. En otras palabras, el significado sociocultural de un colectivo puede modificarse sin que ello implique un cambio de su identidad.

En relación a lo anterior, Giménez (1997: 20) establece una clasificación de los procesos de cambio a lo largo del tiempo y el espacio en función de su continuidad, transformación y los agentes resultantes. Así, estos se dividirían en:

- Transformación: “Proceso adaptativo y gradual que se da en la continuidad, sin afectar significativamente la estructura de un sistema, cualquiera que este sea”.
- Mutación: “Supondría una alteración cualitativa del sistema, es decir, el paso de una estructura a otra”.

Este último punto, la mutación, se desarrolla todavía más aplicada a las identidades colectivas. De este modo, encontramos:

- Mutación por asimilación:
 - Amalgama: “Dos o más grupos se unen para formar un nuevo grupo con una nueva identidad”.
 - Incorporación: “Un grupo asume la identidad de otro”.
- Mutación por diferenciación:
 - División: “Un grupo se escinde en dos o más de sus componentes”.

- Proliferación: “Uno o más grupos generan grupos adicionales diferenciados”.

Este componente de permanencia como parte integrante y definitoria de la identidad choca frontalmente con las nuevas interpretaciones posmodernas. Uno de los autores que más claramente ha desarrollado esta concepción ha sido Baumann (2005). La perdurabilidad y su consecuente lealtad son un asunto que las sociedades posmodernas ponen en tela de juicio. Según señala el sociólogo polaco (2005: 70-71), “hay pocos motivos para esperar reciprocidad en la lealtad que uno profesa a un grupo. [...] Es poco aconsejable brindar semejante lealtad a crédito cuando es improbable que le paguen a uno con la misma moneda”. Desde su punto de vista, el miedo a la soledad y la necesidad humana de camaradería motivan la búsqueda de comunidades de acogida. Sin embargo, las vinculaciones actuales son temporales. Se improvisan y duran únicamente aquel tiempo para el que se han formado, edificando un nivel de compromiso bajo. Tal y como resume, “si el compromiso no tiene sentido, uno se siente empujado a cambiar de identidad” (*Ibid*, 2005: 73).

Precisamente, Alabarces (2002) indaga aún más sobre este nuevo camino adoptado por la identidad en la posmodernidad. Para ello, recopila y confronta las tesis de Canclini y Lechner al respecto. La perspectiva del primero señala que las actuales identidades ya no se asientan sobre fundamentos ahistóricos, sino más bien sobre el consumo. A su parecer, se trata de procesos trans-territoriales, multilingües, formadas a raíz de los distintos gustos y acercamientos a bienes compartidos por los consumidores. Por el contrario, el segundo señala que las promesas no cumplidas por el mercantilismo, especialmente en relación a la cohesión social, empujan a las personas al deseo de una comunidad.

8.3. Identidades colectivas

En los párrafos anteriores hemos definido el concepto de identidad, así como explicado algunos de los componentes principales que la conforman. Ahora nos centraremos, específicamente, en las identidades colectivas. De acuerdo con Giménez (1997), debemos entender estas como actores colectivos en sí, sin una abusiva personificación

que trascienda a sus miembros integrantes (por exceso) ni reducirlos a una mera suma de individualidades (por defecto). Se trata, en cambio, de interpretarlas como entidades en relación, conformadas por integrantes vinculados por un recíproco sentimiento de pertenencia, una mutua interiorización de códigos, símbolos y representaciones sociales y una cierta orientación a la acción común. Además, señala Giménez, también son aptos para la aplicación de los componentes anteriormente explicados, sin caer en el error de atribuirle rasgos propiamente psicológicos o de personalidad propios del sujeto-persona. De este modo, el sujeto-grupo alberga su capacidad de distinción y ser distinguido en relación con otros colectivos, es capaz de definir sus propios límites, de crear su simbolismo específico, así como de (re)configurar su pasado a modo de memoria colectiva compartida por sus integrantes.

Finalmente, dedicamos un último apartado a la explicación de los diferentes modelos o interpretaciones de identidad, especialmente enfocados en cuestiones de nacionalidad. El objetivo, con este punto, no es otro que asentar una serie de pautas para facilitar la comprensión, posteriormente, de los modelos de vasquidad en relación al Athletic Bilbao. Así, sirviéndonos del trabajo de Zubrzycki (2002), podemos dividir entre un modelo étnico y un modelo cívico:

- Étnico: Según esta interpretación, la identidad es algo cultural, que se proporciona con el nacimiento, se impone al individuo. Se trata de una pertenencia que precede a la elección humana y a la reflexión personal.
- Cívico: De acuerdo con esta concepción, la identidad es algo político, se basa en una elección personal de pertenecer a una comunidad concreta, en la asociación de miembros con ideas próximas, abierta a la deliberación y su (re)negociación.

Igualmente, debemos complementar la dualidad anterior con los clásicos términos jurídicos en latín del *ius sanguinis* y el *ius solis*. El primero, que literalmente significa derecho de la sangre, supone que la identidad nacional-colectiva es una herencia de los progenitores, se transmite de generación en generación. Por su parte, el segundo, que literalmente hace alusión al derecho del suelo, del lugar, contempla que la identidad

nacional-colectiva viene marcada por el enclave en el que se encuentren los padres en el momento del nacimiento de la persona, sin importar su origen.

8.4. Performatividad

Consideramos la teoría de la performatividad como un marco relevante en el que encuadrar nuestro posterior análisis del Athletic Bilbao como representante y definidor de la vasquidad. De este modo, dicha base académica debe su asentamiento al trabajo de Judith Butler (2007) y su estudio sobre la temática del género. Según esta filósofa estadounidense, no existe ningún sujeto sexuado que aprenda roles de género. Por el contrario, la persona se constituye a sí misma mediante la actuación (*performance*). Toda vez que el género implica una serie de comportamientos y acciones, Butler señala que se han de redefinir tales conductas al tiempo que se articulan otras socialmente autorizadas para que así cada uno logre ser lo que desea en cada situación. Consecuentemente, el cuerpo se vuelve performativo al crear una sensación de realidad por su transformación. La suma de estas acciones encerraría un potencial cambio en las relaciones sociales y de poder. Tal y como conceptualizó, el género es “la repetición estilizada de acciones a lo largo del tiempo” (*Ibid*, 2007: 192).

En nuestro caso particular, y aplicado al mundo del deporte/fútbol, una de las autoras que más en profundidad ha empleado esta teoría es Aquino (2017). Al respecto, señala que “el cuerpo nacional” (y cualquier colectivo podemos añadir) se representa mediante el balompié. Así, “la nación ya no es algo fijo o abstracto: se representa a través de la convocatoria de atletas para jugar con la selección nacional, el modo en que esos atletas se presentan a sí mismos, la respuesta de los medios a tales presentaciones y las actuaciones de esos atletas en el campo” (*Ibid*, 2017: 124). Previamente, Hobsbawm (1992) ya había hecho un aporte similar al subrayar la eficacia del deporte como medio en la construcción de sentimiento nacional. De acuerdo con él, estas disciplinas tienen la capacidad de dar forma (jugadores) a algo abstracto (la nación, el colectivo). Así, enfatiza que “la comunidad imaginada de millones de seres parece más real bajo la forma de un equipo de once personas cuyo nombre conocemos” (*Ibid*, 1992: 152-153). Por su parte, Huizinga (1972) vincula esta representatividad con la esencia de la

formación de los mitos. Y añade que la representación nace como figuración, como herramienta necesaria para transmutar lo percibido en algo vivo y animado.

9. DEPORTE

Una vez establecido el sentido en el que nos moveremos en relación a la identidad y la performatividad, pasamos a desgranar cuestiones relacionadas propiamente con el deporte en sí. Lo haremos desde un ángulo sociocultural. Así, en este nuevo capítulo nos encontramos tres partes diferenciadas. En primer lugar, fijaremos una clasificación de estas prácticas sirviéndonos del trabajo de Caillois (2001). Seguidamente, haremos un repaso, de acuerdo con Guttmann (2004), sobre la evolución que ha seguido el deporte como parte integral de las sociedades y la cultura (Huizinga, 1972). Finalmente, nos centraremos en los diferentes enfoques y aproximaciones, positivos y negativos, que ha recibido el deporte desde el mundo académico.

9.1. Clasificación del deporte

Con el fin de comprender el significado interno y la trascendencia que adquieren las diferentes prácticas deportivas, consideramos oportuno señalar una cierta clasificación de estas. Para ello, recogemos la división establecida por Roger Caillois (2001) en su propósito de completar la obra de Huizinga, *Homo Ludens*, publicada años antes. Según esta tipificación, los deportes se enmarcan en cuatro grandes categorías no excluyentes. Estas son:

- *Agôn*: Hace referencia a la competencia. Son los deportes o juegos que se presentan como una rivalidad bajo una igualdad artificial. Agentes antagonistas se enfrentan dentro de unos límites y en condiciones ideales. Tal sería el caso del fútbol, por ejemplo.
- *Alea*: Hace referencia a la suerte. Aquí se incluyen las prácticas en las que el destino marca el devenir de los participantes. Las cualidades de los individuos pasan a una posición de igualdad frente al azar. Casos representativos son los dados o el lanzamiento de una moneda (de hecho, ritual precedente al inicio de un partido de fútbol).

- *Mimicry*: Hace referencia a la simulación. Los sujetos en cuestión juegan a hacer creer, a encarnar una realidad distinta de la propia. El arte dramático o el juego de las películas son ejemplos de esta categoría.
- *Ilinx*: Hace referencia al vértigo. Aquí se enmarcan aquellos deportes o prácticas que buscan el aturdimiento a través de la destrucción instantánea de la realidad con un carácter brusco; una ruptura de la estabilidad perceptual; una creación de pánico. En este apartado podemos encasillar las carreras de automovilismo o el *puenting*.

9.2. Del ritual al récord

Una vez clasificadas las diferentes disciplinas deportivas, cabe mirar a la dimensión y evolución social que ha adoptado su práctica con el tiempo. En la actualidad, los deportistas están considerados los héroes (González San Martín, 2008) que, otrora, las sociedades y comunidades reconocían y (re)construían en sus mitos y memorias colectivas. Este tipo de vínculo no es del todo nuevo, ya que, según explica Huizinga (1972: 233), “en las culturas arcaicas, las competiciones formaban parte de las fiestas sagradas. Eran imprescindibles en calidad de acciones de efectos santos y salvadores”.

Esta conexión sacra, de acuerdo con Guttmann (2004), ha desaparecido pues las sociedades industriales han conducido a la erradicación de esta interpretación del deporte como sentido social fecundo. En su lugar, el ritual ha dado paso al récord como representación de la secularización, igualdad, especialización, racionalidad, cuantificación y medida que los nuevos contextos han demandado. Teniendo en cuenta la fecha en que Guttmann escribió su obra -finales de la década de 1970-, debemos añadir que en la actualidad el deporte ha dado un paso más allá hasta el punto de servir a los intereses comerciales y financieros, convirtiéndose así en una nueva industria. Precisamente, en relación al concepto de récord, Huizinga (1972: 236) hace una interesante apreciación. Señala que, en un principio, este término significaba “el registro conmemorativo de una realización notable que el corredor primero en llegar apuntaba en las paredes de la hospedería. La estadística mercantil e industrial condujo [...] a introducir este elemento deportivo en la vida económica y técnica”.

9.3. El deporte desde la Academia

El estudio del deporte desde las Ciencias Sociales ha pasado de ser una carrera de obstáculos a una carrera de fondo. Tradicionalmente, este ha sido un campo de análisis al que se le ha prestado poca atención desde la Sociología y la Antropología. Dentro del mismo, el fútbol ha sido especialmente denostado por algunos círculos académicos. Así, González Ramallal (2014) señala varias razones que explican esta falta de interés. Por un lado, los propios científicos se han centrado más en hallar soluciones que en la comprensión del fenómeno en sí, de modo que estas prácticas serían consideradas como algo trivial. Asimismo, se ha concebido como una fuente de alienación, como una herramienta al servicio de gobiernos autoritarios y del sistema capitalista. Se trataría de su asimilación como “opio del pueblo” (Alcaide Hernández, 2009: 244). Igualmente, durante bastante tiempo se ha interpretado como un tema irrelevante desde el punto de vista económico, político o sociocultural. Con todo, concluye González Ramallal, las pesquisas en relación al deporte desde este enfoque se han encasillado como un estigma académico. Una perspectiva similar recoge Alchorne de Souza (2008) aplicada al balompié. En su caso, además de señalar a la ya citada consideración como opio del pueblo, también remarca su práctica no democrática y foco de conflictos. Así, subraya cómo, desde ciertos colectivos de investigación, se ha remarcado el efecto del mercantilismo en el deporte/fútbol. Consecuentemente, sólo aquellos con más recursos económicos podrían asistir a los eventos.

Sin embargo, y a pesar de estas aproximaciones negativas, el deporte ha encontrado su espacio dentro de las Ciencias Sociales. Las obras de Huizinga (1972), Caillois (2001) y Guttmann (2004), empleadas anteriormente, dan fe del alcance sociocultural que estas prácticas tienen. De este modo, la Sociología, en primer lugar, y después la Antropología comenzaron a dedicar su atención a este ámbito. Medina y Sánchez (2003) dibujan un interesante recorrido por la evolución de esta disciplina. Sitúan sus orígenes en el siglo XIX, en lo que resultaría ser una recopilación de juegos populares, una serie de obras etnográficas y etnológicas acerca de las similitudes y diferencias entre los ejercicios físicos y los juegos propios de cada comunidad. A comienzos de la siguiente centuria, las obras adoptarían un enfoque más teórico, menos descriptivo, especialmente orientado a la relación entre las prácticas primitivas y su lineamiento en la vida social. Es, a partir de mediados del siglo XX, donde comienzan a aparecer

diferentes marcos teóricos, confrontaciones entre ángulos evolucionistas, funcionalistas y estructurales, así como modelos de interpretación simbólico-ritual. Asimismo, Medina y Sánchez (2003) fijan el punto de inflexión de la Antropología del Deporte en España a partir de la década de 1990. A su juicio, nace apoyada por el impacto que los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992 tuvieron en el país. De hecho, un año antes, nace la Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte (AEISAD) y, a mediados del decenio, en 1995, se defiende la primera tesis doctoral española en esta materia. La obra, titulada *Deporte y producción de sentido: estudio sobre un club de fútbol aficionado*, fue a cargo de Guillermo Alonso Meneses en la Universidad de Barcelona.

En relación a la aproximación académica al fútbol, en términos generales, Ramonet (1999) y Augé (1999) argumentan que debe considerarse como un hecho social total, apropiándose del término establecido por Marcel Mauss. Desde su punto de vista, este deporte atañe a todos los aspectos de la sociedad y facilita una mejor comprensión de sus estructuras, de sus valores fundamentales y de las contradicciones que la rodean. De igual modo, Feixa (2003) remarca el potencial del balompié para investigar las fronteras identitarias en clave étnica, de género, intergeneracional, territorial, política e, incluso, religiosa.

10. FÚTBOL

Tras haber enmarcado el deporte, en general, dentro del ámbito de las Ciencias Sociales y haber establecido una serie de pautas para su mejor comprensión, toca profundizar en la práctica que aquí nos compete: el fútbol. Este capítulo se estructura en torno a tres apartados principales. En primer lugar, comenzaremos con una descripción desde sus orígenes como práctica elemental (juegos de pelota en distintas civilizaciones) hasta su concepción actual como balompié moderno. A continuación, detallaremos las diferentes fases que la evolución del fútbol ha seguido en España. Concretamente, abordaremos desde sus inicios, a partir de las relaciones comerciales con el Reino Unido, hasta el proceso de mercantilización y comercialización que atraviesa en la actualidad. Finalmente, fijaremos una serie de claves para su interpretación como arena de representación social.

10.1. Del juego de pelota al fútbol

Como hemos visto en el capítulo anterior, los juegos (de pelota en el caso que aquí nos interesa) han estado sumamente integrados en las distintas comunidades y civilizaciones. Desde su carácter sacro hasta la comercialización actual, las prácticas en torno a una pelota o balón se remontan varios milenios. Alcaide Hernández (2009) ofrece un listado bastante resumido de las mismas. Así, podemos encontrar el *Tsu-Chu* en China hace más de dos mil años. Se trata de un entrenamiento atlético con el que el ejército imperial buscaba mantener la forma. Sin salir de Asia, concretamente en Japón, se desarrolló medio milenio después el conocido como *Kemari*. Se corresponde con ejercicios ceremoniales que demandaban habilidad, aunque no era tan competitivo como su antecesor chino. Ya en Europa, la Antigua Grecia fue testigo del *Episkyros*, una práctica consistente en la conducción de una pelota con la mano, con movimientos sensuales y armoniosos, a lo largo de una serie de plazas. Al otro lado del mar Mediterráneo, en Roma, el *Harpastum* se centraba en el lanzamiento de un balón más allá de una línea de marcación dibujada por el rival. Un salto temporal y espacial hacia la Francia del Antiguo Régimen nos lleva al *Soulé*, jugado principalmente en el área de Bretaña-Normandía y cuyo objetivo era depositar el esférico en un lugar convenido. Por

su parte, en la otra orilla del Canal de la Mancha, desde el siglo VIII hasta el XIX comenzaron a popularizarse distintas actividades con una pelota como protagonista. Estas serían el germen de lo que posteriormente se convertiría en el fútbol moderno y reglamentado que conocemos hoy día.

Con la aparición del fútbol moderno y su creciente consolidación en el Reino Unido de mediados del siglo XIX, no tardaría en llegar su difusión a nivel mundial. Contrariamente a lo que ocurriera con otros deportes (como el rugby o el críquet, donde los lazos imperiales y coloniales jugaron un papel importante en su expansión territorial), el balompié encuentra la causa de su extensión a otros países en el comercio y las redes educativas con las islas británicas (Giulianotti, 1999). De hecho, así es como el fútbol llega a Bilbao/Bizkaia en las postrimerías del siglo XIX, consecuentemente originando la fundación del Athletic Bilbao¹⁶. Tal fue la hegemonía del archipiélago sobre este deporte que, incluso, la lengua inglesa se convirtió en el idioma oficial de las nacientes federaciones, así como de la distinta terminología empleada: *football*, *corner*, *penalty*, *referee*... (Ibid, 1999). Esta influencia también se dejó notar en la concepción del propio juego, donde la impronta de la deportividad propia de la escuela anglosajona de la década de 1930 se consideraba más importante que el éxito en el campo (Kuper, 2012).

Con todo lo anterior, Giulianotti (1999) divide la evolución del fútbol moderno en tres grandes períodos:

- Era tradicional: Esta fase comprende el final del siglo XIX y comienzos del XX. A lo largo de este tiempo se favorece el amateurismo. El control del fútbol recae, principalmente, en la aristocracia y las élites urbanas de clase media. Entre sus objetivos, está la interiorización de un cierto sentimiento nacional a través de la práctica de este deporte y la asimilación de las nuevas comunidades de inmigrantes. Además, se acrecienta el interés de las clases bajas por esta práctica hasta el punto de que pasarán a dominarla tiempo después.

¹⁶ Para una explicación más detallada de la fundación del Athletic Bilbao y su influencia británica, ver bloque IV.

- Era moderna: Esta fase abarca desde el final de la I Guerra Mundial (1914-1918) hasta 1990, año del Mundial de Italia. A su vez, se divide en tres subperíodos:
 - Temprana era moderna: Comprende el intervalo entreguerras (1920-1945). Su mayor significación viene dada por la profesionalización de los jugadores y el auge de los equipos de clase obrera. La hegemonía británica se desvanece. Los estilos nacionales de juego se hacen más evidentes a medida que aumentan los encuentros internacionales.
 - Intermedia era moderna: Incluye el período entre el final de la II Guerra Mundial (1939-1945) y la década de 1960. Supone un desarrollo de las instituciones, así como de las competiciones a escala continental. Las selecciones británicas se incorporan a los estamentos mundiales del fútbol y nuevas selecciones comienzan a dominar la esfera balompédica.
 - Tardía era moderna: Engloba los tres decenios que van desde 1960 hasta 1990. Las competiciones internacionales de clubes comienzan a asentarse. El fútbol empieza a mercantilizarse con la llegada de la televisión y el creciente peso de los patrocinios frente al dinero de las entradas. Surge un nuevo tipo de aficionado-espectador televisivo. Además, los jugadores pasan a ganar mejores sueldos y sus traspasos al extranjero suponen una nueva realidad, aunque aún contenida. Un nuevo tipo de factor entra en juego con los nuevos movimientos ultras y su violencia, lo que da pie a nuevos tipos de estadio con butacas incorporadas.

- Era posmoderna: Esta fase comienza a partir de 1990 y llega hasta nuestros días. La desindustrialización quiebra los vínculos de las clases obreras con los clubes. La televisión domina las finanzas de las diferentes ligas y sus clubes. Los equipos más poderosos económicamente se embarcan en la contratación de grandes estrellas mundiales, favorecidas por la globalización del mercado de futbolistas. Entra en escena la Ley Bosman que favorece dicha movilidad. Además, los clubes se desligan de sus vínculos territoriales y apelan a un nuevo

tipo de seguidor, lejano, que ya no guarda valores de lealtad, sino que se mueve motivado por los triunfos.

El citado paso del amateurismo al profesionalismo ha representado un cambio trascendental en el desarrollo del fútbol. Es a partir de entonces cuando el dinero, las finanzas y el mercado cobran un nuevo peso y adoptan un rol determinante. Resulta interesante la comparativa que ofrece Alchorne de Souza (2008) acerca de cómo se ha visto cada una de las modalidades en uno y otro momento. De este modo, a comienzos de la década de 1930, cuando el profesionalismo aún estaba en discusión de ser aprobado, el jugador amateur era visto como leal, fiel al colectivo y relegando un posible salario al último lugar. Por su parte, el futbolista profesional era percibido como un mercenario que sólo busca ganar dinero y despreocupado de su grupo. Sin embargo, a comienzos del siglo XXI, donde estos últimos ya son la norma, la concepción es bien distinta. Ahora, el amateur es observado como alguien sin preparación, un simpatizante que carece de habilidad. Mientras, el profesional es interpretado como alguien capaz y dotado técnico-tácticamente.

No podemos terminar este repaso por la evolución del fútbol sin reseñar los pasos dados en el ámbito femenino. En un deporte preeminentemente masculino, las mujeres han ido haciéndose un hueco poco a poco. Alcaide Hernández (2009) documenta que ya por el siglo XVIII se jugaban encuentros de solteras contra casadas en Escocia. Además, una centuria más tarde, se disputó en Inglaterra el primer partido de fútbol femenino del que se tiene constancia. Sin obviar los campeonatos que, allá por 1920, se celebraban en Francia. Sin embargo, los estereotipos y costumbres de la época supusieron una lona de grandes dimensiones y el fútbol se convirtió en un reducto machista. No sólo ellas fueron desplazadas de su práctica, sino que también era poco frecuente su presencia en las gradas. Si bien lentamente, las últimas décadas del siglo pasado y las nuevas del actual han visto un continuo crecimiento de su práctica entre las mujeres. A comienzos de 1970, la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA, por sus siglas en inglés) exigió a sus respectivas federaciones la promoción y fomento de sus áreas femeninas. Un decenio más tarde, en 1984, se disputó el primer campeonato europeo (ganado por Suecia). Y siete años después, se celebró el primer Mundial reconocido por la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA, por sus siglas en francés) (ganado por Estados Unidos).

10.2. Una pelota de cuero reina en España

La evolución del fútbol en España ha seguido unos cauces similares a los del resto de Europa, descritos en los párrafos anteriores, aunque con su particular sello distintivo. Como en tantos otros países, este deporte llegó a la península Ibérica a través de las relaciones comerciales con el Reino Unido. Especialmente expuestas a esta influencia británica estaban aquellas provincias portuarias cuyo tráfico de bienes con las islas era relevante. Así, podemos encontrar claros ejemplos como Huelva o Bizkaia, donde la explotación de las minas de cobre y hierro por personal inglés trajo consigo esta nueva práctica deportiva. No es de extrañar, pues, que algunos de los clubes más antiguos del Estado se encuentren en estos territorios (Recreativo de Huelva y Athletic Bilbao, por ejemplo).

A la hora de dividir la evolución del fútbol en España, tanto espacial como temporalmente, una primera clasificación de interés la encontramos en Castillo (2007b). Se aprovecha de los parámetros establecidos por Giulianotti –previamente explicados– para adaptarlos al país. De este modo, aquí también podemos encontrar tres subperíodos:

- Era tradicional: Esta fase comprende desde finales del siglo XIX, con la fundación de los primeros clubes, hasta los inicios del profesionalismo en 1929. Es el período en el que se difundirá la conocida como Furia Española¹⁷.
- Era moderna: Esta fase abarca desde los inicios de la II República Española (1931-1936) hasta la década de 1990. Se divide, a su vez, en tres etapas:

¹⁷ La Furia Española era el sobrenombre con el que se conocía a la Selección española de fútbol. Su origen se remonta a los Juegos Olímpicos de Amberes 1920. Con motivo de esa ocasión, el combinado hispano se dio a conocer internacionalmente por su juego aguerrido y con pundonor. Por ello, diversos periodistas de la época no dudaron en calificarla como “Furia Española”, en alusión al saqueo de Amberes de las tropas de Felipe II en el siglo XVI. Se trataba de unas características y unos valores que, curiosamente, el dictador Primo de Rivera (1923-1930) también pregonaba en la España de la época y con los que buscaba construir su particular idea de españolidad (Selección española, 2015). Llama la atención, no obstante, que este proceso de nacionalización española se sirviera de una referencia encarnada por todo un nacionalista vasco como José María Belauste. Fue este jugador quien encarnó el nacimiento de la Furia Española con una frase que pasaría a la posteridad. En el encuentro frente a Suecia, el centrocampista solicitó un pase de gol a su compañero Sabino al grito de ‘¡Sabino, a mí el balón que los arrollo!’. El arrojo mostrado en la jugada se convertiría en una representación de los atributos indicados anteriormente.

- Temprana era moderna: Está marcada por la Guerra Civil (1936-1939) y la inmediata posguerra. Se trata de un lapso de tiempo en el que no existen equipos ciertamente dominadores.
- Intermedia era moderna: Está caracterizada por la impronta del Franquismo y se extiende hasta, prácticamente, el fin del Régimen (1975). En este período, el dictador hace uso de los triunfos internacionales del Real Madrid como embajador del país.
- Tardía era moderna: Se inicia, aproximadamente, con el fin de la dictadura (1975) y se extiende hasta los comienzos de la década de 1990. El mercado abre sus puertas, decididamente, a la incorporación de futbolistas extranjeros. Se permite la alineación de hasta tres foráneos por club. Se acaba la llamada Era Dorada y los equipos empiezan a convertirse en Sociedades Anónimas Deportivas (SAD), lo que significa el fin de la soberanía de los socios.
- Era posmoderna: Esta fase comienza a partir de 1990. Viene marcada por la aplicación de la Ley Bosman, lo que permite la libre circulación de futbolistas y la conclusión del derecho de retención de los clubes. Los conjuntos españoles muestran ciertas pautas de resistencia ante la comercialización del deporte¹⁸.

Otra importante clasificación de la evolución del fútbol en España es la que hace Llopis-Goig (2008). Hace una doble tipificación. Por un lado, se refiere al proceso de profesionalización que vivió este deporte en el país. Por otro lado, establece una serie de etapas en relación a los sentimientos nacionalistas en torno a esta práctica. De este modo, en el primero de los casos, remarca dos fechas claves para la transformación de un modelo amateur a uno profesional. En un inicio, 1912 representa el año en el que el

¹⁸ Cabe hacer una importante puntualización al respecto. Esta clasificación establecida por Castillo data de 2007. Desde entonces, esos síntomas de resistencia se han desvanecido por completo. Todos los clubes salvo cuatro (Athletic Bilbao, FC Barcelona, Real Madrid y CA Osasuna) se han convertido en SAD. El reparto de los derechos televisivos ha crecido exponencialmente. Todos los equipos, salvo el Athletic Bilbao, han notado un aumento del número de jugadores extranjeros en sus plantillas.

balompié comienza a ser un evento de pago en España. Más adelante, a partir de 1926, es cuando se aprueban las primeras regulaciones para el fútbol profesional en el Estado.

En relación a la segunda sistematización, el autor valenciano descompone el balompié español en cuatro etapas:

- Período pre-nacional o regional: Esta fase contempla el primer tercio del siglo XX. El fútbol se organiza de manera regional y se presenta como una expresión de las actuales autonomías. Territorios como el País Vasco y Cataluña cuentan con sus propias selecciones.
- Período de nacionalización española: Comienza con el final de la Guerra Civil (1936-1939) y se prolonga durante buena parte de la dictadura hasta la década de 1960. El Régimen lleva a cabo una nacionalización de este deporte e intenta fomentar la imagen de una Selección española portadora de los valores vigorosos de la nación. Se emplea la imagen del Real Madrid como símbolo del centralismo reinante.
- Período de fortalecimiento de los nacionalismos periféricos: A partir de la década de 1960 y hasta mediados de la década de 1990, los nacionalismos vasco y catalán –principalmente- encuentran en el fútbol la arena de representación ideal para mostrar su rechazo a la dictadura y para alcanzar sus propósitos.
- Período posnacional: Comienza hacia la mitad de la década de 1990. Viene marcada por un profundo carácter globalizador, la aprobación de la Ley Bosman y su consecuente flujo mundial de futbolistas, así como por la conversión de los clubes en SAD.

Al igual que hemos hecho en el apartado anterior, aquí también debemos dedicar un espacio al camino recorrido por el fútbol femenino en España. Alcaide Hernández (2009) refleja las muchas espinas que han tenido que atravesar las futbolistas. Recoge cómo a comienzos del pasado siglo ya se tiene constancia de partidos entre mujeres en Cataluña. Sin embargo, los patrones machistas de la sociedad por aquel entonces relegaron el papel de las mujeres a un segundo e, incluso, tercer plano sin facilidades

para jugar y asistir a los estadios. No será hasta 1983 cuando la Selección femenina dispute su primer partido oficialmente reconocido. Fue un derbi ibérico contra Portugal que ganaron las lusas (0-1). Sin embargo, doce años antes ya se había celebrado otro partido, considerado el primero de todos, contra el mismo rival (3-3). Desde entonces, el conjunto rojigualdo ha participado en dos Mundiales y tres Eurocopas. Mención aparte requiere los recientes éxitos conseguidos por las categorías inferiores¹⁹. Por su parte, la Liga de fútbol femenino (llamada Primera Iberdrola en la actualidad) arranca en 1988, siendo el Athletic Bilbao el equipo más laureado hasta la fecha (cinco títulos). Es, precisamente, el conjunto vizcaíno uno de los primeros que contó con una mujer como presidenta de una institución de fútbol profesional en el país. Ana Urquijo tomó las riendas del club en septiembre 2006 (hasta 2007), tras la dimisión de su predecesor Fernando Lamikiz. Seguía así la estela de Teresa Rivero en el Rayo Vallecano (presidenta del conjunto madrileño desde 1999 hasta 2011). En la actualidad, otras dos mujeres rigen los destinos de sendos conjuntos de la Primera División masculina: Amaia Gorostiza (desde 2016 en la SD Eibar) y Victoria Pavón (desde 2009 en el CD Leganés).

10.3. Fútbol como arena de representación

Tras haber determinado los diferentes pasos que ha adoptado el fútbol en general, y en España en particular, buscamos ahora profundizar en su trascendencia sociocultural. Para ello, partimos de la reflexión de Villena Fiengo (2003a: 26), quien destaca la función de este deporte como “arena pública en el proceso de construcción de identidades sociales y culturales de diverso cuño, sean identidades de pertenencia o identidades de rol”. Y añade que, en este desempeño, el balompié se convierte en ese foro público “donde se elaboran y refuerzan identidades tanto prefutboleras como específicamente futboleras” (*Ibid*, 2003a: 26). Esta última apreciación resulta significativa, pues denota que el fútbol y su alcance sociocultural va más allá de una mera función de espejo. En efecto, su relevancia comunitaria tiene la capacidad de

¹⁹ Un subcampeonato del mundo Sub-20 (2018); tres campeonatos de Europa Sub-19 (2004, 2017, 2018) y cinco subcampeonatos (2000, 2012, 2014, 2015, 2016); un campeonato del mundo Sub-17 (2018) y un subcampeonato (2014); cuatro campeonatos de Europa Sub-17 (2010, 2011, 2015, 2018) y cuatro subcampeonatos (2009, 2014, 2016, 2017).

expresar y (re)construir una gran diversidad de identidades: nacionales, culturales, étnicas, religiosas, de género, intergeneracionales, políticas, de orientación sexual... como ninguna otra (Bradley, 2006).

Retomando la reflexión de Villena (2003a), podemos comenzar con la aplicación del fútbol como reflejo de la sociedad. En este sentido, Pulleiro Méndez (2015) define con pericia esta circunstancia al manifestar que este deporte ni surgió ni se halla inmerso en una burbuja independiente de su alrededor. Su desarrollo está marcado por el entorno que le rodea (social, político, económico, legislativo...). Por lo tanto, se comparte con Ramonet (1999) y Augé (1999) que el balompié es un terreno fecundo para la afirmación de identidades grupales y rivalidades territoriales (en sus más diversas divisiones: local, regional, nacional...). Para el caso español, Spaaij y Viñas (2013) sostienen que los estadios se convirtieron, con el tiempo, en espacios donde los diferentes colectivos volcaron sus luchas simbólicas existentes antes, incluso, que las rivalidades futbolísticas.

Por su parte, si analizamos la progresión y la dimensión que ha adquirido este deporte con el tiempo, nos damos cuenta de que su trascendencia va más allá. Una mirada desde la actualidad nos hace ver que su repercusión no sólo se limita a ser un mero recopilador de eventos circundantes. De acuerdo con Feixa (2003), el fútbol produce identidades culturales nuevas y propias, con su particular dialéctica. Esta se expresa de diferentes formas, bien sea individual (la identificación con un club como un modo contemporáneo de construcción social), grupal (nuevos sentimientos de pertenencia), institucional (los clubes siguen lógicas empresariales) o transnacional (la base local se abre a una nueva escala con su correspondiente red de significados).

11. CULTURAS DEL FÚTBOL

Ya hemos fijado las bases acerca de la evolución y desarrollo del fútbol. A partir de ahora, centraremos nuestro interés en profundizar acerca de su alcance sociocultural. Por ello, en este capítulo comenzaremos definiendo las llamadas culturas del fútbol. Explicaremos sus componentes, los distintos procesos que comprende, así como las premisas que acompañan a la relación de identificación construida entre aficionado y club. Seguidamente, recopilaremos algunas de las claves para interpretar el modelo tradicional de *fandom* (conjunto de hinchas) en el mundo del balompié, así como su derivada *non-local fandom*, es decir, los seguidores no locales.

11.1. ¿Qué son las culturas del fútbol?

Antes de abordar la cuestión que da nombre a este epígrafe, resulta necesaria una aclaración inicial. Siguiendo a Wann y Goeke (2017), debemos señalar la distinción entre ser un seguidor del deporte e identificarse con un equipo. La primera alude al interés general de una persona por el deporte, mientras la segunda remarca la conexión psicológica de un hincha con un equipo concreto. En nuestro caso particular, prestaremos atención a esta última. Así, compartimos con Acuña y Acuña (2017), González Ramallal (2014) y Sandvoss (2003) que el fútbol y la vinculación con un club se mueve entre la homogeneización y la diferenciación. Por un lado, reagrupa a individuos de orígenes socioculturales muy diversos en torno a unos colores y una simbología propia. Sin embargo, por otro lado, esta unión implica el desafecto hacia otros como expresión del refuerzo del colectivo propio. En otras palabras, asistimos a una relación de alteridad, un establecimiento de límites identitarios entre un Yo/Nosotros y un Otro/Ellos (Gómez-Pellón y Macha, 2014).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, cabe pues preguntarse ¿qué son las culturas del fútbol? ¿Cuáles son sus componentes? Para dar respuesta a estos interrogantes, nos servimos de Llopis-Goig (2013: 237), quien las define como “un conjunto de orientaciones, prácticas y sentimientos cuyo eje central sería la identificación con un club de fútbol”. De este modo, actuarían como constituyentes de una serie de imaginarios colectivos y pautas concretas de comportamiento, tanto grupal como

individualmente. Continuando con esta línea, el académico valenciano destaca uno de los principales componentes de estas culturas futbolísticas: el sentimiento de identificación con un equipo. Este se formaría mediante dos principales características:

- Intensidad variable: No todos los hinchas de un equipo se identifican con este de la misma manera y con la misma pasión. Aquellos miembros que presentan un mayor nivel de compromiso integran el núcleo. Será en torno a estos donde se irán ubicando el resto de aficionados, en diferentes grados, de mayor a menor, según su implicación.
- Alteridad: Como ya explicamos al comienzo de este bloque, la identidad es un proceso intersubjetivo que cobra significado en interacción con un Otro. En este sentido, el concepto de rivalidad adquiere un valor trascendental en este asunto de estudio. Esa otredad se fundamenta en una memoria histórica colectiva de los clubes. Se construye sobre la base de éxitos, gestas y fracasos deportivos, compartidos por su masa social y creador de cohesión interna.

Este sentimiento de identificación con un club determinado se compone, a su vez, de dos elementos que Llopis-Goig (2008) recopila adaptando la obra *Sports Marketing* de Fullerton:

- Vinculación emocional: Hace referencia al vínculo psicológico entre el hincha y el equipo. Se trata de un mar de sentimientos que desarrolla el seguidor respecto al club con el que se identifica. Además, este sumatorio de emociones facilita su cohesión dentro del grupo de hinchas que también se adhieren a esta causa y construye la noción de Nosotros.
- Compromiso personal: Alude al conjunto de ritos individuales/colectivos (incluidos los de consumo) que refuerzan la pertenencia del aficionado al club. De hecho, autores como Farred (2008) imprimen un carácter de propiedad cuando señala la frecuencia con que los seguidores hablan de *su* equipo, de algo que forma parte de ellos.

En términos conductuales, Llopis-Goig (2008), nuevamente siguiendo la publicación de Fullerton, remarca tres puntos a tener en cuenta en la pesquisa sobre la implicación de un hincha con su equipo:

- **Uso:** Se trata de la aproximación al equipo mediante la asistencia, en directo, a los partidos o bien su seguimiento a través de diferentes medios de comunicación (encuentros por televisión, artículos de prensa, tertulias radiofónicas, grupos en redes sociales...).
- **Merchandising:** Se refiere a la adquisición de productos del club, principalmente su camiseta, pero también cualquier otro bien o servicio que haga alusión a la entidad.
- **Comunicación boca a boca:** Implica centrar las conversaciones de los hinchas en torno al equipo, su rendimiento, las últimas noticias, sus resultados, previsiones de futuro...

11.2. *Fandom* en el fútbol

Teniendo todo lo anterior en cuenta, en este apartado nos proponemos conocer los entresijos de esa conexión entre un hincha y su equipo. Desgranar los códigos internos que llevan a un aficionado a identificarse con un club de fútbol. Para que todo esto cobre sentido, valga iniciar con una apreciación de Huizinga (1972). El académico neerlandés recoge una anécdota acontecida con el Sha de Persia en una de sus visitas al Reino Unido. Invitado a una carrera de caballos, el mandatario declinó la oferta alegando que ya conocía que un equino corre más que otro. En este aspecto, Huizinga subraya cómo la trascendencia del juego –aquí bien podríamos sustituirlo por el equipo en cuestión- sólo cobra sentido cuando se ingresa en la esfera propia de la práctica y se comparten sus códigos. Sólo así, no resulta indiferente el signo del resultado final.

En una línea similar desarrolla su teoría Verdú (1980). Establece una comparativa entre la percepción del fútbol como espectáculo y como ceremonia/acontecimiento. En el primero de los casos, los asistentes son meros espectadores, cuando no clientes. Interpretan el deporte como una mercancía, cuya temporalidad se reduce a los noventa

minutos que dura el partido. El resultado no deja mella en ellos. Carecen de códigos internos, a modo de mitología propia, y su ejecución es una parte más del recorrido histórico de la sociedad. Por el contrario, en la segunda de las aproximaciones, los participantes son forofos que integran la ceremonia. El partido comienza mucho antes del pitido inicial y se prolonga más allá de silbido final. El resultado adquiere una trascendencia especial, cuyos efectos pueden verse en el ánimo de los aficionados: felicidad y satisfacción en la victoria, tristeza y melancolía en la derrota. Existe un cierto sentimiento de camaradería entre los demás hinchas. Se mueve entre un simbolismo propio y pasa a medir el tiempo no como un hecho histórico más, sino en función de su particular línea de acontecimientos.

Si extrapolamos la confrontación establecida por Verdú a la actualidad, encontramos un choque entre dos modelos de concebir el fútbol. Uno, el primero (espectáculo), propio de las sociedades posmodernas actuales, donde los clubes buscan seguidores globales y los aficionados siguen equipos con los que no les une ningún vínculo familiar, histórico o cultural. El otro, el segundo (ceremonia), más tradicional, donde la relación club-hincha hunde sus raíces en causas más cercanas entre sí. Es este último el que nos atañe ahora, dejando para capítulos posteriores las variantes posmodernas.

Así, Giulianotti (1999) señala que el modelo tradicional de hincha cimentaba su identificación social con su club en base a tres posibles ejes: la nación, la clase o el territorio local. Y remarca que, con el aumento de los partidos celebrados, su creciente relevancia y la, cada vez mayor, rivalidad entre los combinados hace que los vínculos locales predominen sobre los nacionales. Por su parte, Kuper y Szymanski (2014) sitúan este tipo de seguimiento en un escenario surgido a consecuencia de las migraciones masivas (internas y externas) ocurridas a lo largo del siglo XX. De este modo, los equipos locales funcionan como imanes de integración de ciudadanos desprovistos de sus lazos de comunión previos. De esta fuerte unión nace una identificación sólida que, en palabras de Farred (2008), conlleva siempre un elemento de dolor. No se refiere a una patología común, sino a un componente fundamental en la vida del aficionado, en su sentido de la vida y en su decisión de adherirse a un colectivo (equipo) y no otro.

En esta complicidad existe otro factor específico del *fandom* tradicional: la lealtad. Seguir a un club hasta las últimas consecuencias. Hornby (2008) fundamenta esta fidelidad en el sentimiento de pertenencia desarrollado por los seguidores hacia su equipo. Usando su propia experiencia, lo describe de una manera muy gráfica: “había

descubierto que la lealtad, al menos en términos futbolísticos, no era objeto de una elección moral, tal como pudieran serlo la valentía o la amabilidad, sino que era más bien como una verruga o una joroba, es decir, algo con lo que uno ha de convivir sin remedio” (*Ibid*, 2008: 47). Precisamente, este componente ha sido utilizado por los equipos para transformar este tipo de aficionado en un recurso económico. Así lo sostienen Kuper y Szymanski (2014), quienes añaden el poder de los medios de comunicación a esta ecuación. De este modo, tal cambio de paradigma da pie a un nuevo tipo de hincha, el hincha posmoderno.

Si bien profundizaremos más en ello cuando nos adentremos en la comercialización del fútbol, presentamos aquí una serie de líneas básicas que explican su fundamento. De acuerdo con Giulianotti (1999), este tipo de seguimiento erosiona al anterior mediante tres frentes. Por un lado, la polarización del apoyo. Muchos aficionados siguen viendo a su equipo local como representante de su territorio y, por ende, mantienen su fidelidad. Sin embargo, los equipos más poderosos van más allá de su proximidad. Su mayor peso económico les otorga una mayor presencia en los medios de comunicación y, por lo tanto, llegan a más rincones. A esto se suma que sus nuevos acólitos razonan la identificación con el equipo a partir de criterios utilitarios: el éxito sobre los valores. De modo que, a mayor número de títulos, mayor número de fans; mientras los conjuntos perdedores caerán, paulatinamente, en el olvido. Por otro lado, la globalización trae consigo el desgaste de los lazos sociales entre el equipo y su comunidad. Esto también atañe a los jugadores. La profesionalización de los futbolistas y la apertura del mercado conlleva un incremento del flujo de deportistas que ya no actúan como embajadores de sus respectivos lugares. En tercer lugar, especialmente referido a la clase social, se vive un creciente debilitamiento en los estratos más bajos en detrimento de los medios-altos. Son estos los nuevos asistentes a los estadios al poder permitirse el pago de los crecientes precios de las entradas. Alternativamente, también son quienes pueden asumir las suscripciones a los distintos canales privados de televisión donde se retransmiten los encuentros. Como consecuencia de todo ello, en ambas circunstancias se lima el carácter popular de antaño.

11.2.1. ¿Excepciones no locales?

A pesar de los razonamientos expuestos anteriormente, la identificación con un club no local es algo que también se ha dado (y se sigue dando) dentro del modelo tradicional. Farred (2008: 33) lo llama “amor de larga distancia”. Para el autor sudafricano, esta relación consiste en

sobreidentificarte, cuando se crean lealtades ante la ausencia de un espectáculo físico, pero no psíquico. [...] Es ese inusual modo de *fandom* en el que las lealtades y las identificaciones no sólo preceden al espectáculo, sino que también construyen una lucha imaginaria sin ninguna noción convencional de espectáculo. [...] Se trata de la profundidad, la intensidad y la permanente pasión de ese otro espacio imaginado y lejano (aunque no tan lejano) (*Ibid*, 2008: 33).

Diversas son las causas que llevan a esta conexión. Estas, entre otras muchas, van desde los lazos con la tierra de origen (diáspora que mantiene sus raíces a través de su afición a un determinado club), compartir ciertos valores representados por un equipo determinado o reflejarse en un equipo conjunto determinado ante la ausencia de actores locales. Uno de los ejemplos que mejor refleja este último caso lo encontramos en Irlanda del Norte. Allí, el seguimiento de la rivalidad de Glasgow entre Celtic y Rangers –conocido en el mundo del fútbol como *Old Firm*- se siente como algo propio. Atravesado por la confrontación entre católicos y protestantes, la falta de equipos mediante los que canalizar esta disputa en el Ulster hace que los habitantes locales se refugien en sus vecinos de Escocia (Foer, 2004).

Uno de los aspectos más llamativos que se dan en este tipo de seguimientos es el aprendizaje de repertorios culturales de otras comunidades territoriales. Su motivación es a raíz de la identificación con un club de dichas comunidades. Una muestra de ello la da el académico sudafricano Farred (2008), quien señala que aprendió la lengua inglesa y se familiarizó con ciertas costumbres británicas debido al fútbol y su afición al Liverpool. Otro ejemplo lo encontramos, esta vez, en la literatura. El escritor japonés Haruki Murakami (2015), en su obra *Hombres sin mujeres*, relata la historia de un

personaje llamado Kitaru. A pesar de ser oriundo de la localidad de Den-en-chofu²⁰, habla con total fluidez el dialecto Kansai-ben²¹. La razón que esgrime para haberlo estudiado es el hecho de ser hinchas de los Hanshin Tigers²², como se observa en el siguiente fragmento:

Yo, desde pequeño, soy fan incondicional de los Hanshin Tigers y cada vez que vienen a jugar a Tokio voy a verlos, pero es que, si vas con el uniforme de rayas hablando dialecto tokiota a las gradas de los hinchas, nadie te hace caso. No puedes entrar en el grupo. Entonces decidí dejarme los codos estudiando. [...] Sí. Para mí los Hanshin Tigers lo eran todo. Desde entonces no hablo más que Kansai-ben (*Ibid*, 2015: 57).

Como se puede apreciar, aparte de conceder un valor trascendental a su identificación con el club (“Sí. Para mí los Hanshin Tigers lo eran todo”), se interpreta la interiorización de otros repertorios culturales como esencial para mantener tal vínculo (“Si vas con el uniforme de rayas hablando dialecto tokiota a las gradas de los hinchas, nadie te hace caso. No puedes entrar en el grupo”). Este apartado resultará relevante para comprender, más adelante, la relación de los aficionados no vascos con el Athletic Bilbao.

²⁰ Al sur de Tokio, en la costa Este del país.

²¹ Este dialecto es propio de la región con el mismo nombre, en la costa Oeste. A ella pertenecen las ciudades de Osaka, Kobe o Kioto, entre otras.

²² Equipo de béisbol profesional de la región de Kansai.

12. IDENTIDADES DE LOS CLUBES

Tal y como se ha explicado a la hora de abordar las culturas del fútbol, estamos ante un proceso de construcción de significados y símbolos que son adheridos por los diferentes integrantes de una comunidad a un equipo de balompié. Esto es lo que autores como Reguera (2008) y Giulianotti (1999) han llamado “identidades de los clubes”. Profundizar en su conocimiento centrará este capítulo para, a continuación, desarrollar los diferentes paradigmas identitarios construidos en torno al Athletic Bilbao y su singular política de jugadores.

Las identidades de los clubes, según Giulianotti (1999: 9-10), dependen de dos principios:

- Sintaxis: Se refiere a “cómo el juego está enraizado en oposiciones y rivalidades binarias”.
- Semántica: Alude a “cómo ayuda a integrar a la gente y a reproducir el orden social”.

Seguidamente, pasaremos a detallar cada uno de estos dos componentes, siguiendo al académico británico.

12.1. Sintaxis

Como hemos señalado, el elemento sintáctico que define la identidad de un club se refiere a la relación de oposición que este mantiene con otro conjunto. Estas rivalidades se pueden presentar en función de múltiples variables. Continuando con Giulianotti (1999), el más puro de los antagonismos se da entre equipos de una misma ciudad o región (Celtic-Rangers en Glasgow; Inter-AC Milan en Milán; Sevilla-Real Betis en la capital andaluza...). Ahora bien, esta confrontación requiere indagar un poco más en su trascendencia social. Así, estos enfrentamientos se revisten de condicionantes históricos y culturales. En este sentido, y en términos espaciales, podemos encontrar rivalidades

por un área o barrio concreto de la ciudad, especialmente en grandes metrópolis (Racing-Independiente en Avellaneda, Argentina; Arsenal-Tottenham en el Norte de Londres...). Igualmente, esta oposición adquiere una nueva dimensión en términos provinciales (la Roma representando la ciudad, mientras la Lazio encarna las áreas rurales...). En aquellas urbes donde sólo hay un equipo de élite, esta rivalidad espacial se mide en aspectos regionales (aquí podemos incluir el derbi vasco entre el Athletic Bilbao y la Real Sociedad, cada uno representando Bizkaia y Gipuzkoa, respectivamente). Cuando el peso de los equipos es muy grande, esta disputa puede adquirir tintes nacionales (River Plate-Boca Juniors en Argentina; Benfica-FC Porto en Portugal; Ajax-Feyenoord en los Países Bajos; PSG-Olympique Marseille en Francia...).

Este antagonismo también se puede medir en función de la clase social. Latinoamérica es un buen campo en el que encontrar ejemplos de este tipo. En Brasil, más concretamente en Río de Janeiro, hallamos el conocido como Fla-Flu entre Flamengo (simbolizando el equipo de las favelas) y el Fluminense (representando a la aristocracia). En Perú, la rivalidad más grande del país se da entre Alianza Lima (símbolo de la población afroperuana) y Universitario de Deportes (representante de la población criolla). En Paraguay, el superclásico lo juegan dos equipos de la capital Asunción, Cerro Porteño (el equipo de la clase trabajadora) y el Club Olimpia (el equipo de la élite).

No podemos ignorar el apartado político-económico. Como ya hemos indicado en la Justificación, el Scudetto logrado por el Nápoles en la temporada 1986/87 tuvo una lectura en esta clave. El deprimido Sur italiano mandaba un mensaje al potente Norte al vencer a las escuadras de la Juventus y AC Milan. Las tensiones etnonacionalistas se expresan, por ejemplo, en el caso español (con el choque FC Barcelona-Real Madrid y la dimensión simbólica Cataluña-España) o en la antigua Yugoslavia (con el encuentro Dinamo de Zagreb-Estrella Roja de Belgrado y su extrapolación Croacia-Serbia).

12.2. Semántica

Por su parte, el apartado semántico en la construcción identitaria de un club viene definida por lo que este es. Sin embargo, no es una tarea fácil, pues según el punto de

vista que se adopte las interpretaciones irán en uno u otro sentido. Siguiendo con la descripción que hace Giulianotti (1999), encontramos dos modelos enfrentados.

Por un lado, la tradición neo-funcionalista se centra en aspectos como la solidaridad comunitaria, el orden social y la continuidad política que representan los equipos. Su lógica es que las sociedades modernas, especialmente con la industrialización, han roto los lazos comunales. De este modo, y ante el desamparo de una falta de pertenencia, los combinados futbolísticos cubren dicho vacío. Lo hacen mediante la integración de gente de diversos orígenes y la construcción de nuevos repertorios culturales. Así, la membresía supone una alternativa al individualismo e impersonalidad de las nuevas urbes surgidas de este proceso fabril. Valga subrayar que, el hecho de nombrar al equipo en cuestión con un topónimo, reforzaría esta conexión local. Sin embargo, como ya hemos indicado anteriormente, esta relación es cada vez más un *rara avis* en el fútbol.

Por otro lado, quienes se oponen a esta visión argumentan que los clubes suponen, en realidad, válvulas de escape con las que reproducir el orden social. De este modo, remarcan, las élites políticas explotan el fútbol para mantener su poder y evitar revueltas populares. Es aquí donde se aplica el ya citado opio del pueblo o la expresión *panem et circus*. En otras palabras, la pelota distrae la atención de la población mientras los poderes fácticos recomponen las estructuras.

12.3. Identidades en plural

Una vez visto cómo se compone la identidad de un club, debemos ir un paso más allá. Y para ello, se comparte con Reguera (2008: 71) que se ha de hablar de identidades, en plural, ya que

cada club tiene una dimensión simbólica propia [...] que pone en liza en un aspecto u otro dependiendo del rival de turno. Una identidad extensa, abierta y compleja que [...] resulta difícil precisar cuál es, en la medida en que no es una y cerrada, sino que depende de cada encuentro, de cada campeonato, de cómo los hinchas entienden su propio club y cómo este es visto por los rivales.

Además, hay que añadir que estas no son algo pétreo y estático. Por el contrario, en la medida en que se construyen en torno a relatos de la afición –y a veces de las propias instituciones-, muestran una cierta elasticidad y cambian, se transforman (*Ibid*, 2008).

A la hora de definir la parte sintáctica de las identidades de los clubes se ha hecho referencia a una serie de variables. En un intento por ser más explícito, Reguera (2008) establece una clasificación al respecto en función de cuatro criterios:

- Comunidad: Se refiere a cómo “comunidades nacionales, políticas, religiosas o grupos de inmigrantes se concentran en torno a determinados equipos de fútbol que son entendidos por ellos como sus representantes en las competiciones en las que participan” (*Ibid*, 2008: 75)
- Geografía: Alude a que “todo club de fútbol se ubica en una determinada población. [...] La identidad de muchos de ellos se limita, en este sentido, a la consideración de sí mismos como los representantes futbolísticos de esa ciudad, o barrio, en las competiciones que disputan” (*Ibid*, 2008: 73)
- Valores: Se trata de la construida mediante la “referencia a un determinado modo de vida, a unos valores éticos y deportivos que los jugadores del club han de representar allá donde jueguen” (*Ibid*, 2008: 85)
- Clase: Su cimentación se basa en “la visión política de la realidad bajo los parámetros que van de una línea que discurre de derecha a izquierda, aquella visión que se distingue por el sesgo económico de lo político” (*Ibid*, 2008:81)

12.4. El Athletic Bilbao y sus identidades

Una vez fijadas las coordenadas para comprender los procesos de construcción de identidades en los clubes de fútbol, pasamos a su aplicación respecto al Athletic Bilbao. Debido a su singular política de jugadores, su fuerte conexión territorial y su, aparentemente, anacrónico encaje en el deporte del siglo XXI (marcado por la globalización y su comercialización), se han elaborado tres paradigmas principales en cuanto a su interpretación identitaria. Hay quienes lo conciben como un representante

nacionalista (no sólo y exclusivamente vasco, sino también español como veremos más adelante), como símbolo de la provincia de Bizkaia y como actor de resistencia frente al fútbol moderno. Así, en los próximos epígrafes detallaremos los argumentos, a favor y en contra, sobre los que se han (de)construido tales significaciones.

12.4.1. Paradigma nacionalista

Para comprender esta interpretación, debemos tener en cuenta el criterio comunitario descrito por Reguera (2008). Además, se ha de complementar con la perspectiva de Quiroga Fernández de Soto (2014b: 688), quien afirma que los clubes deportivos son agentes de la “esfera pública no oficial” del proceso nacionalizador. De esta manera, se genera un vínculo entre la adquisición de características nacionales y la consecución de identidades deportivas. Así se entiende la significación nacionalista construida en torno al Athletic Bilbao, motivada principalmente por su filosofía de jugadores. De hecho, hay quien, como MacClancy (2003: 151), directamente sentencian que “la mayoría de los seguidores del Athletic ven a su equipo en términos nacionalistas, [...] todos sus jugadores son vistos como nacionalistas, a no ser que ellos mismos se definan de otra manera”. Esta parece, no obstante, una afirmación demasiado libre, pues no recoge ninguna etnografía con aficionados rojiblancos.

Sea como fuere, el nacionalismo vasco no es una excepción en este sentido. Según Rojo-Labaien (2013), en la parte española del País Vasco²³ el fútbol es el deporte más popular. Su desarrollo en forma colectiva lo hace más proclive para la generación de pertenencia en detrimento de la pelota vasca, práctica considerada autóctona del territorio y que se juega de manera individual²⁴. A juicio de este autor, el nacionalismo vasco se habría fijado en el balompié como una herramienta útil con la que crear símbolos unificadores entre las tres regiones vascas (Comunidad Autónoma Vasca,

²³ Según el nacionalismo vasco, el País Vasco (conocido como Euskal Herria) estaría compuesto por 3 regiones bajo soberanía de dos Estados: Comunidad Autónoma Vasca y Comunidad Foral de Navarra (España) e Iparralde (Francia). Asimismo, valga indicar que Iparralde no es una región oficial del Estado francés, sino que forma parte del departamento de los Pirineos Atlánticos, en la región de Nueva Aquitania.

²⁴ Es cierto que la pelota vasca también se puede jugar en parejas, pero en ningún caso forma un equipo en la medida en que sí lo hace el fútbol. De hecho, cuando se juega por pares, la forma de referirse a estos es mediante los apellidos de los integrantes (más allá de colorados o azules, en referencia a los colores de los uniformes).

Comunidad Foral de Navarra y el País Vasco francés). Ante la falta de una selección nacional propia, el Athletic Bilbao cobraría un significado todavía más fuerte en las competiciones españolas. Autores como Walton (2011: 458) lo consideran “el equipo nacionalista vasco por excelencia”. Otras, como Aquino (2017: 122), no dudan en llamarlo “su equipo nacional de facto”, al tiempo que sus jugadores “no son simplemente futbolistas profesionales, son representantes de la vasquidad”.

Igualmente, Tuñón y Brey (2012) emplean una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) para refrendar esta tesis²⁵. Según la misma, el 68,2% y el 66,7% del electorado del Partido Nacionalista Vasco (PNV) y Eusko Alkartasuna (EA)²⁶ en el País Vasco, respectivamente, apoyan al conjunto rojiblanco. Este respaldo político también lo usa Zákřavský (2016) para fundamentar la conexión vasco-nacionalista del equipo al subrayar su estrecha relación con el PNV en su dirección. En este sentido, recuerda a los tres miembros de la familia de la Sota (Alejandro, Manuel y José María Vilallonga), militantes de dicho partido y que presidieron el club en sus primeras décadas. Otro ejemplo documentado en el que se basan quienes secundan esta perspectiva es la fundación, en años parejos, del equipo y del partido político. Los rojiblancos nacían en 1898, tan sólo tres años después de que lo hicieran los *jeltzales*²⁷. Con el inicio del siglo XX, ambas instituciones mostraron cierta vitola influyente. Según sostiene Ball (2010: 68-69), el éxito futbolístico de unos durante los tres primeros decenios impulsó políticamente a los otros, al tiempo que los dirigentes peneuvistas convertían al equipo en un “teatro de sueños nacionalistas”. Es más, recuerda que el primer lehendakari²⁸ legítimo jugó en el club (José Antonio Aguirre en

²⁵ CIS, Barómetro Deporte y Ocio 2007/2705.

²⁶ El PNV se fundó en 1895 de ideología nacionalista, libertal y demócrata cristiana. Su actividad política radica en la Comunidad Autónoma Vasca, la Comunidad Foral de Navarra, Iparralde, el condado de Treviño (territorio ubicado en las fronteras geográficas del País Vasco, pero bajo control administrativo de Castilla y León) y la Unión Europea. Reivindica, principalmente, el derecho a la autodeterminación para Euskal Herria. Por su parte, EA es un partido socialdemócrata, nacionalista e independentista vasco. Fue fundado en 1986 por el ex *lehendakari* Carlos Garaikoetxea como una escisión del PNV. En Iparralde forma parte de EH Bai, mientras que en la Comunidad Autónoma Vasca y en la Comunidad Foral de Navarra está integrado en EH Bildu

²⁷ *Jeltzale* es un término con el que se denomina a los miembros del PNV, derivado del acrónimo “JEL” procedente de su lema “*Jaun-goikua Eta Lagi-zara*” (Dios y leyes viejas).

²⁸ *Lehendakari* en euskera significa “presidente” y es el término con el que se denomina al Presidente de la Comunidad Autónoma Vasca.

1936) y afirma que, sin el apoyo del partido, ningún candidato podría alcanzar su presidencia.

Continuando con esta interpretación en términos políticos, autores como Bertelegni (2017) sitúan en el período franquista (1939-1975) la significación nacionalista vasca atribuida a la escuadra bilbaína. A su juicio, el Athletic Bilbao no expresa deportivamente esta ideología. Sin embargo, los esfuerzos de la dictadura por suprimir los símbolos identitarios vascos y crear una homogeneización españolizadora generó un efecto bumerán. De ese modo, el carácter primeramente vizcaíno del club dio paso a una adopción vasquista. Rojo-Labaien (2013: 37) también secunda esta hipótesis y señala que la frase “Aúpa Athletic, ya nos entendemos” pasó a expresar un rechazo al caudillo, un apoyo a la nación vasca y una manifestación del sentimiento independentista. No obstante, Quiroga Fernández de Soto (2019: 297) apunta que esta interpretación no debe aplicarse como un “juego de suma cero”. Desde su punto de vista, el régimen también se esforzó en presentar las victorias rojiblancas como triunfos de su españolidad, tal y como veremos más adelante.

Por su parte, otros autores se desmarcan de esta concepción y ubican la representatividad nacionalista vasca del Athletic Bilbao en la época democrática. Rodrigálvarez (2014), quien tampoco considera que el club vizcaíno simbolice dicha ideología, anota que la selección española jugó varios partidos en San Mamés, un estadio que incluso inauguraron los jefes de Estado Alfonso XIII y María Cristina sin ningún problema. A su juicio, son los esfuerzos nacionalistas surgidos a partir de la Transición (1975-1978) los que se han servido de la filosofía y el impacto del equipo. En esta línea, MacClancy (2003) puntualiza que, tras la muerte de Franco, el PNV ha intentado controlar los designios de la institución rojiblanca. En la época más reciente, ciertos escarceos entre la entidad y la causa nacionalista han servido como caldo de cultivo para cimentar esta interpretación. Así, a mediados de 2018 el club publicó, vía Twitter, su apoyo a la campaña soberanista vasca ‘Gure Esku Dago²⁹’, lo que llevó al

²⁹ *Gure Esku Dago* (estas tres palabras en euskera significan, traducidas al castellano, “está en nuestras manos”) es una asociación cultural que trabaja por el derecho de autodeterminación en Euskal Herria. La campaña concreta a la que se refiere el texto se remonta a junio de 2018. En tal fecha se organizó una cadena humana que conectó a las capitales de las tres provincias de la Comunidad Autónoma Vasca (Bilbao, Donostia-San Sebastián y Vitoria-Gasteiz). Según datos de la organización, el evento congregó a 175.000 personas y en él participaron representantes de distintos sindicatos independentistas vascos (como ELA y LAB), partidos políticos independentistas vascos (como el PNV y EH Bildu), así como formaciones independentistas catalanas (como Esquerra Republicana de Catalunya o la Candidatura d’Unitat Popular – CUP) (Gorospe, 2018).

periodista Sergio Viñas (2018) a definir esta relación como “el Athletic y el nacionalismo, un matrimonio de conveniencia”. Al mismo tiempo registraba el peso histórico del PNV a la hora de declinar las presidencias del equipo a su favor. Esta relevancia se observa cuando Igor Barcía (2018) afirma que la exitosa candidatura del expresidente Urrutia (2011-2018) se vio favorecida por el respaldo peneuvista.

En términos propiamente culturales, Quiroga Fernández de Soto (2014b) destaca la relevancia de elementos comunes de la vida diaria de los españoles (matrículas de automóviles, monedas, sellos conmemorativos de efemérides estatales, dominios de Internet...) a la hora de recordarles constantemente la nación. En este sentido, el Athletic Bilbao presenta algunos ejemplos que bien merecen la pena comentar. Así, nos encontramos con el nuevo dominio utilizado en la página web del club (.eus), haciendo así referencia a Euskadi (País Vasco) en detrimento de (.es) que alude a España, o la presencia de la *ikurriña*³⁰ en la camiseta y brazalete de capitán en ausencia de la española.

Esta es la línea empleada por algunos académicos para reforzar esta asociación del equipo con el nacionalismo vasco. Por ejemplo, nos encontramos el banderín oficial creado para la final de la UEFA de 1977, que contenía una bandera italiana para representar a la Juventus de Turín y una vasca para lo propio con el conjunto rojiblanco (Quiroga Fernández de Soto, 2014a). Por esa misma época (concretamente a finales de 1976) se produjo un acontecimiento con consecuencias legales. En los prolegómenos del derbi vasco a disputarse en el estadio donostiarra de Atotxa, los capitanes de la Real Sociedad y del Athletic Bilbao entraron al terreno de juego portando una *ikurriña*. Cabe recordar que, por aquel entonces, tal insignia estaba prohibida. A raíz de dicho evento, el Gobierno español procedió a su legalización un mes más tarde (*Ibid*, 2014a). Lo mismo se puede aplicar al uso del euskera. En 1983, el presidente Pedro Aurtenetxe

³⁰ *Ikurriña* es el nombre de la bandera vasca. Fue creada en el año 1894 por los hermanos Luis y Sabino Arana (este último fundador del PNV). En un principio, se pensó para simbolizar al territorio de Bizkaia. Con el tiempo pasó a representar las siete provincias de Euskal Herria. Desde 1979 constituye la insignia oficial de la Comunidad Autónoma Vasca, tras su adopción y aprobación por el Estatuto de Autonomía Vasca. No obstante, huelga subrayar que estuvo prohibida durante la dictadura franquista. En dicho periodo, su utilización estuvo fuertemente castigada por las autoridades españolas. Consecuentemente, se convirtió en un símbolo antifranquista. A pesar de la muerte del caudillo (1975), se tuvo que esperar hasta 1977 para que fuera legalizada, justo un año antes de que el Estado español aprobara en referéndum la Constitución y se articulase como una democracia. Mantiene cierta similitud con la bandera británica (Union Jack) en su diseño. Así, sobre un fondo rojo (color que identifica a Bizkaia y, posteriormente, al País Vasco), se extiende un aspa verde (color que simboliza a San Andrés, al árbol de Gernika y la libertad vasca), sobre el que, a su vez, se dibuja una cruz blanca (color que representa a Dios).

(1982-1990), miembro del PNV, aprobó la creación de un nuevo himno. Este pasaría a cantarse en euskera y con alusiones al club como referente vizcaíno y vasco. Sin embargo, se eludieron el castellano y los vínculos con España de los anteriores.

Otra forma de representar este nacionalismo tiene que ver con los límites territoriales contemplados en su política de jugadores. La elección de determinados futbolistas define las fronteras en el sentido de Barth (1976), en este caso corporales, de la vasquidad (Aquino, 2017). Así, sobresalen los casos del defensa Bixente Lizarazu –que jugó en la temporada 1996-97-, el zaguero Aymeric Laporte –desde la temporada 2011-12 hasta la 2017-2018- y el centrocampista Didier Deschamps –pretendido, pero nunca fichado-. Estos tres últimos jugadores son o se han formado en el País Vasco francés y, por lo tanto, entran en la filosofía. Sin embargo, tal y como apunta Gutiérrez-Chico (2017), mientras para los no nacionalistas se trata de franceses, para los nacionalistas son parte de Euskal Herria. Este movimiento supone, para Shulman (2004), una manera de incluir a la parte francesa en tales pretensiones ideológicas³¹.

Como ya hemos señalado con anterioridad, el conjunto vizcaíno también ha sido interpretado como referente de la idea de nación española de grupos asociados a la derecha política. Si dejamos a un lado a los jugadores del País Vasco francés, la filosofía del Athletic Bilbao se puede tornar, discursivamente, en ‘futbolistas españoles’. Así se pueden analizar los siguientes ejemplos. En un intento por reivindicar la hispanidad del equipo y de sus miembros, el diario ABC³² llevó a una de sus portadas de enero de 1997 la fotografía del, por aquel entonces, capitán Julen Guerrero. En su titular se podía leer: “Hoy se enfrenta al Real Madrid el Athletic de Bilbao, el único equipo español que juega con once españoles” (Quiroga Fernández de Soto, 2014a:

³¹ En el momento de redacción de esta tesis doctoral, en Iparralde concurren diversas formaciones políticas de tinte nacionalista vasco, principalmente el PNV (PNB por sus siglas en francés) y Euskal Herria Bai (plataforma política de varias fuerzas nacionalistas vascas de izquierda y contraparte de EH Bildu en Francia). Han llegado a conseguir representación en ayuntamientos como los de Baiona, Biarritz o San Juan de Luz. Asimismo, en este territorio hay registradas 37 *ikastolas* (*ikastola* es un centro educativo cooperativo que emplea el euskera como lengua vehicular) según datos de la federación de *ikastolas* del País Vasco francés Seaska (2020).

³² Al igual que hemos hecho anteriormente, presentamos una contextualización de la tendencia ideológica de este periódico. El diario ABC pertenece al grupo mediático Vocento, un colectivo de información general con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha española.

219). Años más tarde, en 2002, el periódico La Razón³³ hizo algo similar. En su portada, el titular “Athletic Club, sólo sangre española”, se complementó con párrafos que lo definían como “el único equipo con once españoles, siempre prefirió la pureza nacional, el producto nacional” (Vaczi, 2013b: 9). Igualmente, en el primer trimestre de 2020, los diarios El Correo y Marca subrayaron una circunstancia acontecida en el partido Athletic Bilbao-Villarreal disputado en San Mamés. Los veintidós jugadores que partieron de inicio eran españoles. Así, El Correo tituló “Un partido que ha arrancado sin extranjeros” y añade que “supone la primera vez en esta temporada [2019/2020] que se dé una situación de este tipo” (Barcía, 2020). Por su parte, Marca tituló “Athletic vs Villarreal: Made in Spain”, a lo que incluyó que “dos onces 100% españoles se citan en el césped de San Mamés” (Cotorro y Rodríguez, 2020).

Muestras como las anteriores han llevado a Castillo (2007b: 29-30) a dividir estas significaciones españolas en dos modelos. Por un lado, está el modelo “nostálgico”. Se trata de un intento melancólico de que otros equipos españoles hagan por el país lo mismo que el Athletic Bilbao hace por su comunidad local. Es una demanda de que los clubes vuelvan a ser representantes de su territorio, en un fútbol cada vez más atravesado por la globalización. De este modo, la conversión ‘vasco’ en ‘español’ permite sustentar tal reclamo. Por otro lado, está el modelo “irónico”. Este “refleja el debate más general entre las diferentes identidades y nacionalidades en España”. La transformación de ‘vasco’ a ‘español’ supone una provocación para los postulados independentistas y refleja una disputa por la legitimidad identitaria. Precisamente Vaczi (2013b: 10) apunta que este axioma de “los once españoles” se remonta a la época de Franco y su agenda de españolización. Esta es la razón, a su modo de ver, por la que toleró la filosofía rojiblanca en pro de héroes que construyeran su “furia española”.

El modelo irónico lo ejemplifica en detalle Quiroga Fernández de Soto (2019). En su artículo *Así también se hace patria. Fútbol y franquismo en Cataluña y el País Vasco (1939-1977)* desarrolla los esfuerzos de la dictadura por presentar los éxitos del Athletic Bilbao como demostración del “lugar de los vascos, en general, y los vizcaínos, en particular, como españoles primigenios” (*Ibid*, 2019: 297). Esta exaltación patriótica fue frecuente en la década de 1940 coincidiendo con los títulos conseguidos por la escuadra

³³ Al igual que en el caso anterior, presentamos una contextualización de la tendencia ideológica de este periódico. El diario La Razón pertenece al grupo mediático Planeta, un colectivo de información general con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha española.

rojiblanca. Los recibimientos en la villa eran envueltos en gritos de ensalzamiento al caudillo y loas a España. Según relata el académico madrileño,

el partido fascista contempló en el Athletic de Bilbao una encarnación de los valores masculinos hispánicos de virilidad, ímpetu y furia. [...] El equipo vasco pasó a representar la furia española y pronto se ganó el favor del régimen franquista, al ser el único equipo de la élite que alineaba sólo a jugadores españoles. La política del Athletic [...] fue reinterpretada por los falangistas como un modo de mantener la pureza española del equipo (*Ibid*, 2019: 23).

Esta relación Athletic Bilbao-nacionalismo que acabamos de recoger encuentra, sin embargo, a un número igualmente notable de detractores. Por ejemplo, Unzueta (1999) remarca cómo, a principios del siglo XX, los nacionalistas vascos mostraron su desconfianza ante este deporte debido al temor de una reavivación de las rivalidades intravascas vizcaíno-guipuzcoanas. De hecho, Walton (2011) afirma que así ha sido, toda vez que el balompié fue uno de los diferentes escenarios en los que se desafiaban los intentos unificadores de este movimiento.

En el caso del Athletic Bilbao, autores como Agiriano (2010) y González San Martín (2008) apuntan que la concepción nacionalista, bien vasca bien española, del equipo responde más a cuestiones oportunistas, toda vez que los éxitos del club, especialmente en sus inicios, con su singular filosofía hacían inevitable una exaltación de lo propio. Sin embargo, esta política de jugadores caló entre la población. Por ello, trascendió cualquier ideología hasta el punto de abarcarlas a todas, “de ahí que, en su respeto integral a lo largo de los años, se hayan unido nacionalistas vascos y españoles, monárquicos y republicanos, liberales y carlistas, falangistas y comunistas” (Agiriano, 2010: 106). Además, de acuerdo con Quiroga Fernández de Soto (2014a: 209), ni el Athletic Bilbao es el único equipo con vínculos nacionalistas, ni la totalidad de sus seguidores son nacionalistas, así pues “que el Athletic represente [...] a los nacionalistas vascos de Gipuzkoa y a los guipuzcoanos, en general, parece infundado”. Esta línea también es compartida por Ball (2010: 35) al destacar el enojo de la Real Sociedad porque se considere al club bilbaíno como el “buque insignia del sentimiento nacionalista vasco”. Gyóri Sabó (2013), por su parte, recuerda que, al contrario de lo

que sucede en Cataluña, hay varios clubes en el País Vasco para representar a la región y a la nación vasca. Y añade que, en el caso vasco, este simbolismo está más vinculado a los distintos territorios históricos³⁴ que lo componen.

Esta pluralidad ideológica en torno al equipo se vio reflejada a comienzos de 1977 cuando la directiva decidió que el capitán Iribar no portase la *ikurriña* en su brazalete. La razón esgrimida es que no había consenso entre los aficionados. Igualmente, muchos seguidores evitaron ir al partido-homenaje del portero por discrepar de su defensa vasco-nacionalista (Quiroga Fernández de Soto, 2014a). El guardameta llegó a integrar, en 1978, la mesa nacional de Herri Batasuna³⁵ para gestionar el área de deporte dentro del grupo de Cultura. Si bien abandonó esta coalición un año más tarde, el arquero nunca ha ocultado su posicionamiento favorable al derecho a decidir respecto al futuro político del País Vasco (Corazón Rural, 2019).

En relación a esta vasquización de los símbolos del club, cabe señalar que no fue óbice para la integración de aficionados de todo el espectro político. Así lo demostraron las celebraciones por los títulos de Liga y Copa en 1983 y 1984, al igual que los festejos por el centenario, en 1998, coronados con el subcampeonato de Liga (*Ibid*, 2014a). Para tener una perspectiva más amplia del significado de estos eventos, tomemos dos muestras como ejemplos ilustrativos. Ambos se refieren a los éxitos deportivos cosechados en la década de los ochenta. En sendas temporadas, los recibimientos al equipo campeón concentraron a más de un millón de personas en las márgenes de la ría del Nervión mientras el equipo la surcaba en una gabarra³⁶. Igualmente, esta imagen refleja nítidamente la heterogeneidad de clases sociales que han definido, tradicionalmente, al área metropolitana de Bilbao. En la margen izquierda es donde se

³⁴ Los territorios históricos hacen referencia a la denominación utilizada en la Comunidad Autónoma Vasca para cada una de las tres entidades territoriales que la componen: Bizkaia, Gipuzkoa y Araba. Como se puede observar, estos coinciden en sus límites con las provincias homónimas. Esta configuración forma parte de su ordenamiento jurídico interno. Entre sus particularidades destaca la competencia tributaria, con hacienda propia.

³⁵ Herri Batasuna (traducido del euskera significa ‘Unidad Popular’) fue una coalición política vasca de corte independentista y socialista. Fundada en 1978 y registrada como partido político seis años después, el Tribunal Supremo de España resolvió su ilegalización y disolución en 2003 por considerarla parte de la banda terrorista ETA.

³⁶ La gabarra es una embarcación pequeña y de forma achatada destinada a la carga y descarga en los puertos. Fue muy popular en Bilbao y alrededores, ya que permitía el desplazamiento de recursos entre las distintas fábricas situadas a lo largo de la ría y el puerto. Por esta razón, su empleo en las celebraciones de los títulos de 1983 y 1984 representó una manifestación del vínculo del Athletic Bilbao con Bizkaia. Para más detalles ver Capítulo 16.

han situado las factorías, así como toda la mano de obra que sacó adelante la industria vizcaína. Es, por lo tanto, una zona con un alto componente ideológico y social de carácter obrero. Justo enfrente, en la margen derecha, es donde se han ubicado los patrones de las fábricas y las clases más acomodadas. Consecuentemente, es una zona con un alto componente ideológico y social de carácter acomodado, señorial y burgués. En medio, encontramos el Nervión, arteria fluvial imprescindible para el desarrollo de la ciudad, desde donde los jugadores saludaban, indistintamente, a izquierda y derecha.

En épocas más recientes, se puede destacar, entre otros, la continua demostración de identificación con el club del primer lehendakari socialista de la historia, Patxi López, o las críticas al ya citado apoyo a la campaña “Gure Esku Dago”. Esto último ha sido calificado como una “inmensa torpeza” y una “arbitrariedad absurda” por Jon Agiriano (2018), periodista del Grupo Vocento, quien subraya el enfado provocado en muchos socios y seguidores. Por su parte, Manuel Arroyo (2018), también comunicador del mismo grupo mediático, secunda lo innecesario de este respaldo público al declarar que se debe respetar “la pluralidad de sentimientos de su masa social” y que le lleva a titular “Un derecho a decidir: Ser del Athletic”.

12.4.2. Paradigma vizcaíno

El desarrollo de esta interpretación responde al criterio geográfico expuesto por Reguera (2008). En ese contexto se entienden los argumentos que conciben al club rojiblanco como representante de la ciudad de Bilbao y, por extensión, de la provincia de Bizkaia. Hemos visto, con anterioridad, la existencia de un cierto tira y afloja entre la unidad vasca y la rivalidad intraterritorial. Según Walton (2011), el tiempo ha demostrado que esta resulta a favor de la segunda, especialmente con la profesionalización del fútbol en el País Vasco. De este modo, y a pesar de los altibajos en las relaciones entre el Athletic Bilbao y la Real Sociedad, la pugna vizcaíno-guipuzcoana sigue canalizada mediante estas dos escuadras (Bertelegni, 2017; Quiroga Fernández de Soto, 2014a). A ello también ha contribuido que los periódicos locales, El Correo y El Diario Vasco³⁷,

³⁷ Al igual que hemos hecho anteriormente, presentamos una contextualización de la tendencia ideológica de este periódico. El Diario Vasco pertenece al grupo mediático Vocento, un colectivo de información general con difusión por todo el Estado español. Su línea editorial está orientada hacia la derecha española.

muestren continuamente a los jugadores *zurigorris* y *txuriurdines*³⁸ como embajadores de Bizkaia y Gipuzkoa (*Ibid*, 2014a). Precisamente, un periodista de El Correo, Jon Agiriano (2010: 33), subraya cómo “desde la prensa [...] no se les dejaba de recordar su responsabilidad como representantes de la ciudad”.

Esta performatividad provincial, apoyada en buena medida por la política de jugadores del club, ha dado pie al binomio indisoluble vizcaíno = *athletictzale*. De este modo, autores como Rodríguez (2014: 11) recogen que “hace un tiempo nacer en Bilbao significaba automáticamente ser del Athletic”. También ex jugadores, como Julen Guerrero³⁹, han remarcado que “en Vizcaya naces con la camiseta del Athletic seguro, sin duda” (Abou-Kassem y Barcala, 2013). Igualmente, esta relación se extiende a los inmigrantes que la provincia, tradicionalmente, ha recibido (primero interiores y luego extranjeros⁴⁰) debido a su empuje industrial. Consecuentemente, el equipo se ha convertido en un actor de integración social para Bizkaia. Como relata Rodríguez (2014: 15), “con el euskera y todos los símbolos vascos prohibidos y casi olvidados, el Athletic era para los nacidos en Bilbao y para los llegados a Bilbao el jardín de los recreos, el kilómetro cero donde el rojo y el blanco señalaban el punto de partida”. Y añade la recurrencia con la que unos y otros habitantes de la provincia se interesan por los resultados obtenidos, no como interés hacia el fútbol, sino como muestra de pertenencia ciudadana.

Esta circunstancia se traduce, entre los partidarios de este paradigma, en la transversalidad provincial del equipo frente a la unicidad nacionalista. Consecuentemente, varios autores (Agiriano, 2010; González San Martín, 2008; Unzueta, 1999; Vaczi, 2011) han subrayado que el Athletic Bilbao es la única causa que unifica todas las clases sociales e ideologías de Bizkaia. En este sentido, se recogen

³⁸ Los términos *zurigorri* (*zuri* = blanco; *gorri* = rojo en euskera) y *txuriurdin* (*txuri* = blanco; *urdin* = azul en euskera) aluden al Athletic Bilbao y a la Real Sociedad, respectivamente, debido a los colores de sus camisetas.

³⁹ Julen Guerrero, conocido como ‘La Perla de Lezama’ o ‘El Rey León’ entre los aficionados rojiblancos, fue un jugador del Athletic Bilbao. Entre los hinchas del equipo se le guarda un especial cariño por haber desarrollado toda su trayectoria profesional en el club vizcaíno. Hizo su debut con el primer equipo en 1992, con apenas 18 años, y se retiró en 2006. En total anotó 116 goles con la camiseta *zurigorri*. Además de todo esto, hay que sumar que entró en la cantera de Lezama en la categoría Alevín con 8 años, un dato que refuerza su vinculación al club. Es por ello que se le considera un paradigma del llamado One Club Man, es decir, un futbolista que ha desempeñado toda su carrera deportiva en el mismo equipo.

⁴⁰ Para una explicación más detallada, ver Bloque IV.

diversas manifestaciones que destacan esta “vizcainidad” del club. De acuerdo con Unzueta (1999: 149), el equipo, apoyado en su singularidad deportiva, “se considera una institución exclusivamente vizcaína. Se convierte [...] en la única institución leal compartida por los vizcaínos a lo largo del siglo XX”. MacClancy (2003: 153), por su parte, remarca la sugerencia que le hizo un miembro de la directiva al sostener que “el Athletic cumple en Bizkaia con la misma función unificadora que la monarquía en Inglaterra”. Asimismo, Agiriano (2010) acentúa que los éxitos del club fortalecieron su filosofía. Esta, a su vez, ha consolidado el orgullo de pertenencia vizcaína frente a otros clubes y, por ende, territorios que recurren a foráneos para intentar vencerles. Del mismo modo, Quiroga Fernández de Soto (2014a: 210) encuentra en la política de jugadores del Athletic Bilbao el baluarte principal que hace del conjunto rojiblanco “un lugar de identidad común para los vizcaínos” en una sociedad tan fragmentada (en términos de polarización podemos hablar de la margen izquierda-margen derecha, urbano-rural, hombres-mujeres y, especialmente, identidad vasca-identidad española).

Para ejemplificar esta identidad geográfica del equipo, cabe emplear tres casos concretos. Por un lado, la atención mediática a la ausencia o presencia de vizcaínos en el once titular del Athletic Bilbao. El 3 de marzo de 2011, el equipo jugó contra el Real Zaragoza. Por primera vez en su historia no figuraba ningún jugador de dicha provincia. Concretamente, salieron de inicio seis navarros, cuatro guipuzcoanos y un alavés. De hecho, el único vizcaíno –Ander Herrera- estaba en el equipo rival (Beato, 2011). Por el contrario, el 6 de febrero de 2018, los rojiblancos jugaron contra el Girona con diez vizcaínos en la alineación, a los que se sumaba un navarro (Zabala, 2018). Por otro lado, está lo que se puede llamar “el caso Ondarroa”. Ondarroa es un municipio vizcaíno, próximo a la frontera con Gipuzkoa. De allí son el defensa Iñigo Martínez y el portero Kepa Arrizabalaga. El primero se incorporó a las filas *zurigorris* a comienzos de 2018, procedente de la Real Sociedad. Su fichaje se percibió en la comunidad *athleticzale* como algo lógico. El ex entrenador Javier Clemente afirmó, al respecto, que “por ley, entre comillas, un vizcaíno debería estar en el Athletic. [...] Iñigo es vizcaíno y debería estar en el Athletic. Se ha cumplido la ley” (EFE, 2018a). El propio jugador declaró que “para un vizcaíno siempre es especial jugar en el Athletic. Ha sido un referente estando en la Real o en otro equipo. Imagínate yo que soy vizcaíno y que desde siempre he mamado todo esto” (Athletic Club, 2018c).

El guardameta, por su parte, centró las portadas por su complicada renovación y su posible fichaje por el Real Madrid. Cuando su salida parecía una realidad, un grupo considerable de los seguidores rojiblancos amortiguaron su impacto bajo el argumento de que, en realidad, Kepa era prácticamente guipuzcoano. Sea como fuere, el portero terminó fichando –en el verano de 2018 y tras renovar con el Athletic Bilbao– por el Chelsea inglés. Este movimiento reabrió el debate de la pérdida de peso de los vizcaínos en la plantilla. Robert Basic (2018) recalca el “mensaje demoledor a las generaciones venideras” que supone la fuga de Kepa por dos motivos: ser vizcaíno y canterano. Por su parte, Ortiz de Lazcano (2018b) resalta el hecho de que, entre 2014 y 2018, treinta jóvenes vizcaínos hayan abandonado clubes de la provincia para unirse a canteras de otros equipos de Primera División que no sean el Athletic Bilbao. Este dilema, no obstante, ya tiene su trayectoria como demuestra el análisis realizado por Agiriano (2011) en relación al descenso del número de vizcaínos en el equipo desde su fundación hasta la primera década del siglo XXI. Con todo ello, su titular fue “La extraña minoría vizcaína”.

Aunque sucintamente, los motivos que contravienen esta interpretación geográfica de la entidad se basan sobre dos factores principales. Por un lado, la ausencia de otro club de élite en Bizkaia favorece la canalización de la pertenencia vizcaína mediante el Athletic Bilbao. Sin embargo, esto no ha sido siempre así. Tal y como recuerdan Walton (2011) y Barba (2008), el Arenas Club de Getxo desafió dicho honor hasta el asentamiento del profesionalismo en el fútbol. Sus éxitos deportivos –que incluyen la Copa de 1919– fortalecieron la rivalidad con los rojiblancos. Consecuentemente, la división intraterritorial era evidente. Además, según recoge MacClancy (2007), la dominancia de los *zurigorris* en la provincia y la relación de clubes convenidos⁴¹ que mantiene con los demás equipos vizcaínos hacen que estos traspasen sus buenos jugadores a la escuadra bilbaína. Fruto de ello, a veces surge cierto malestar.

Por otro lado, la tabla de futbolistas que más partidos han disputado con la camiseta del Athletic Bilbao muestra un marcado carácter guipuzcoano. Así, cuatro de los cinco

⁴¹ Se trata de una vinculación especial del Athletic Bilbao con otros clubes. Mediante esta relación, el equipo bilbaíno ofrece asesoramiento técnico, recursos deportivos e, incluso, económicos a cambio de un derecho preferencial en la captación de jugadores prometedores en estas entidades. En términos geográficos, esta vinculación se extiende más allá de Bizkaia y se adentra en el resto de provincias de Euskal Herria. De esta manera, gana terreno frente a los clubes más representativos de estos territorios históricos (Real Sociedad, Deportivo Alavés, CA Osasuna...).

integrantes que copan la clasificación son de Gipuzkoa: José Ángel Iribar (614), Joseba Etxeberria (514), Andoni Iraola (510) y Markel Susaeta (507). En esta lista, sólo se cuenta un vizcaíno: Txetxu Rojo (541). A ello hay que añadir que, en los tiempos de la investigación, el rol de embajador del club –y, por lo tanto, su representante en actos oficiales más allá de Bizkaia- recae sobre el propio Iribar y un navarro como el ex capitán Carlos Gurpegui.

12.4.3. Paradigma como movimiento de resistencia

Esta es la interpretación del Athletic Bilbao más reciente de las tres que veremos. Su encaje se enmarca en el criterio de los valores descrito por Reguera (2008). En este contexto se articula lo que Manuel Castells (2010) llama “identidad de resistencia” y que se define como la

generada por aquellos actores que están en posiciones/condiciones devaluadas y/o estigmatizadas por la lógica de la dominación, construyendo así trincheras de resistencia y supervivencia sobre la base de principios diferentes de, u opuestos a, aquellos que permean las instituciones de la sociedad (*Apud Spaaij y Viñas, 2013: 184*).

Así, el conjunto rojiblanco se ha concebido, en muchos círculos futbolísticos, como “un símbolo de resistencia frente a las presiones del globalizado mundo del fútbol [...] y prueba que aún es posible sobrevivir en el mundo del fútbol postmoderno defendiendo los valores del fútbol tradicional” (Castillo, 2007b: 30). Esta noción se fundamenta sobre un sumatorio de factores que detallan la estructura de la institución. Además de la ya explicada política de jugadores, la escuadra bilbaína es uno de los cuatro únicos clubes de España que pertenece a sus socios y no se ha convertido en SAD⁴²; fue el último equipo de la Primera División masculina en poner publicidad en su camiseta⁴³; y

⁴² Junto con FC Barcelona, Real Madrid y CA Osasuna.

⁴³ En términos estrictamente comerciales, el primer equipo del Athletic Bilbao portó publicidad en la camiseta en la temporada 2004/2005. Se trató de un acuerdo con el Gobierno Vasco para lucir la palabra ‘Euskadi’ en los partidos de la Copa de la UEFA. Al tratarse de una institución gubernamental, muchos consideraron que no se trataba de una esponsorización. Sea como fuere, en la temporada 2008/2009 la camiseta llevó su primer patrocinador netamente comercial al incluir el logo de la empresa petrolera

mantiene el nombre de su estadio –San Mamés– intacto sin recurrir a nomenclaturas comerciales (como por ejemplo Wanda Metropolitano en el caso del Atlético de Madrid), entre otros. Igualmente, ha sido pionero en el fútbol español al ser el primero que ha impuesto sus colores al de sus patrocinadores tras la construcción del nuevo campo.

Todo ello ha llevado a varios autores a reforzar esta identidad. Ugalde (2018) califica a la entidad como “Asterix” por su resistencia al frente moderno. En el lado opuesto, desde su punto de vista, se encuentran los demás equipos y la estructura futbolística en sí, tildados de “romanos de traje y corbata” y “majaretas”. Por su parte, Patxi Alonso (2008: 27) recurre a la expresión “once aldeanos”, popular entre los *athletictzales*⁴⁴, que juegan “contra los millonarios ejércitos del resto del planeta fútbol”. También considera que los valores del club son análogos a “los protagonistas de la batalla de las Termópilas”. Asimismo, Ball (2010: 67) se hace eco de la repercusión que tuvo en los medios británicos el subcampeonato conseguido en 1998. Por ejemplo, subraya cómo el *Sunday Telegraph* ensalzó al Athletic Bilbao por acabar delante del “millonario” Real Madrid, siendo un modelo para la “purificación futura”.

Consecuentemente, y de forma paradójica, esta causa ha permitido a la institución rojiblanca construir procesos de seguimiento, y por ende identificación, más allá de sus límites de captación futbolística. Así, Groves (2011: 267) justifica su apoyo al Athletic Bilbao “como un acto de resistencia contra los procesos de globalización, estandarización y racionalización de fútbol”. Otros, como Castillo (2007b: 30), hacen hincapié en la nostalgia del que cree en el “tradicional rol del jugador como héroe local”.

También hay quien destaca la relativa carencia de interés económico de los jugadores a la hora de vestir la camiseta, bien en el pasado (MacClancy, 2003), bien en el presente. En este sentido, hay dos casos recientes que apuntalan esta teoría. Por un lado, el ex delantero Joseba Etxeberria decidió jugar la temporada 2009/2010 –la de su despedida– de manera gratuita como agradecimiento al club. Por otro lado, desde finales de 2018 se

vizcaína Petronor. Ubicada en la zona más occidental de la provincia, se encuentra bajo el paraguas organizativo de Repsol.

⁴⁴ La referencia de los once aldeanos se remonta a la Copa de 1958. El Athletic Bilbao, con su singular filosofía, venció al Real Madrid que acababa de proclamarse Campeón de Europa y contaba con jugadores contrastados como el argentino Di Stéfano.

han sucedido una serie de renovaciones o fichajes cuyos contratos no contemplan cláusula de rescisión. Este término jurídico-laboral actúa a modo de tasación del jugador y es la cantidad que un pretendiente debe pagar para liberar al futbolista de su club actual. El primero que decidió no incluir dicha cláusula fue el actual capitán, Iker Muniain, seguido por sus compañeros Óscar de Marcos y Mikel Balenziaga. Meses más tarde, a comienzos de 2019, Ibai Gómez fichaba por el Athletic Bilbao y también optó por esta opción. Estas decisiones se han interpretado como un gesto de fidelidad al equipo por encima de pretensiones, únicamente, económicas.

Incluso la literatura y la música han presentado este argumento como seña de identidad del club. La obra *La ciudad de la lluvia* (Del Río, 2018) se sitúa en el Bilbao de los años ochenta. Se trata de una década marcada por las inundaciones que asolaron la ciudad, el intenso terrorismo de ETA y los últimos títulos conseguidos por el equipo rojiblanco (Liga de 1983 y doblete de 1984). Uno de los protagonistas es Alain Lara, ficticio jugador del equipo en la época. En un pasaje del argumento, Lara se refiere a su contortulia de la siguiente manera:

Es, sencillamente, lo que hace grande al Athletic. [...] Mira, es una tontería, pero reconoce que hay algo especial en que si Maradona o Pelé hubieran querido jugar en el Athletic, simplemente, no habrían podido. [...] Si lo piensas es increíble. Un fútbol cada vez más internacional y profesionalizado... y el Athletic sigue con esa filosofía (*Ibid*, 2018: 339-340).

También en la canción *No lo llames el Bilbao, llámalo Athletic*, del intérprete Reno Renardo (2014), se alude a una observación similar. Una estrofa remarca que “ni Messi ni Ronaldo aquí podrán jugar, aunque supliquen y aunque vengan regaloos [sic]”. De estas dos composiciones se aprecia un modelo de resistencia por una doble vía: el dinero no lo puede todo y la permanencia del componente local en un fútbol exponencialmente internacional.

Se trata, pues, de una suma de circunstancias que llevan a Castillo (2007a) a concluir que el Athletic Bilbao demuestra que se puede esquivar la dominancia de la globalización en el fútbol profesional actual.

No obstante, existen voces críticas con esta interpretación. Giulianotti y Robertson (2007: 174) defienden que hasta “el más localista de todos los clubes está repleto de influencias cosmopolitas en términos de jugadores, entrenadores, sistemas tácticos, métodos de marketing o formas de animar que se originaron previamente en otras localidades culturales”. A pesar del importante peso de la tradición y su particular estructura, el Athletic Bilbao ha dado muestras de esta globalización y adopción de pautas del llamado “fútbol moderno”. De esta manera se puede enmarcar la construcción del nuevo San Mamés, que cuenta con catalogación 4 –la máxima de la UEFA- y cuya ejecución costó 173 millones de euros. Además, sus ingresos por derechos televisivos le sitúan como el quinto equipo de la Primera División masculina que más recibe. Asimismo, ha abandonado su propia marca de ropa deportiva por otras como Umbro, Nike o New Balance en los últimos años. Y no podemos obviar las retribuciones, previamente indicadas, por sponsors comerciales en su camiseta y dentro del campo.

Si hay un aspecto que ejemplifica esta situación son las grandes sumas de dinero que ha desembolsado en algunos de sus fichajes. Esto responde a una doble tesitura: su dominancia en el País Vasco y un cierto efecto contraproducente de su filosofía. El Athletic Bilbao es percibido como un actor dominado en el fútbol nacional y mundial ante otros actores como el Real Madrid, el FC Barcelona, el PSG, el Manchester City... Sin embargo, y paradójicamente, los bilbaínos se convierten en el actor dominante en su territorio más próximo. Shulman (2004: 66) lo define como “el Gulliver local, un gigante en la liliputiense región vasca”. Y añade que compensa su limitación de mercado mediante succulentas ofertas a los mejores jugadores de los equipos vecinos, lo que ha generado resentimiento y frustración en estos. La capacidad para hacer estas propuestas se fundamenta en su poderío económico, toda vez que es el club con mayor capital financiero del País Vasco. Tal situación ha dado pie a que otras escuadras, como la Real Sociedad, se hayan sentido “asaltad[a]s” (Ball, 2010: 70) y culpen a los rojiblancos de no poder mantener una política de cantera similar. Es más, en este sentido, se han producido constantes rupturas de relaciones entre la propia Real Sociedad o el CA Osasuna y el Athletic Bilbao.

Esta relación de dominancia no es algo reciente. Como recoge Barba (2008), con el advenimiento del profesionalismo en los años treinta, el Athletic Bilbao ya empezó a dejar su impronta. La brecha entre los clubes más grandes y ricos, y los más pequeños y

pobres aumentaba. Los primeros podían arrebatarse a los segundos sus mejores jugadores a base de dinero. En plena lucha por la supremacía del fútbol vizcaíno entre los bilbaínos y el Arenas de Getxo, la contienda se decantó para los primeros por su mayor masa social y capacidad económica.

Por otro lado, la autolimitación de su filosofía encierra en sí una inflación en el valor de mercado de los futbolistas. Una mera aplicación de la ley oferta-demanda hace que, ante la escasez de jugadores aptos para fichar, los equipos rivales pidan más dinero. En esta lógica también se hallan las conocidas como “cláusulas anti-Athletic”, que aumentan la tasación de los futbolistas en cuestión sólo si el club interesado es el vizcaíno. A raíz de ello, los rojiblancos han protagonizado algunas incorporaciones tan caras como las que marcan el fútbol moderno. Uno de los casos más sonados fue el de Loren, delantero (y posteriormente defensa) de la Real Sociedad. Por él pagó trescientos millones de pesetas (cerca de dos millones de euros) en 1989. Supuso el cuarto fichaje más caro de aquella temporada, liderando esta particular clasificación el movimiento del zaguero neerlandés Ronald Koeman desde el PSV Eindhoven hacia el FC Barcelona (más de novecientos cuarenta millones de pesetas, lo que equivale a más de cinco millones y medio de euros).

Casi una década después, en 1997, el Athletic Bilbao desembolsó dos mil millones de pesetas (doce millones de euros) al Real Betis por el defensa Roberto Ríos. Se convirtió así en el fichaje más caro de un jugador español en la historia de la Primera División masculina por aquel entonces (Segurola, 2008). En dicha temporada, esta fue la quinta transacción más cara. Aquí también, el FC Barcelona lideró este ránking con el traspaso del delantero brasileño Rivaldo desde el Deportivo de la Coruña (cerca de cuatro mil millones de pesetas, es decir, veintitrés millones y medio de euros).

Nuevamente desde San Sebastián, en 2018 el central Íñigo Martínez recaló en las filas rojiblancas tras depositar los treinta y dos millones de euros de su cláusula de rescisión. A modo de triplete, el FC Barcelona vuelve a copar esta medición en la citada temporada. En esta ocasión se trató de la incorporación del centrocampista brasileño Philippe Coutinho procedente del Liverpool (alrededor de ciento cuarenta y cinco millones de euros).

Con todo ello, Velasco (2018) defiende que los vizcaínos también “se cuele[n] como uno más en la jungla en la que se ha convertido el fútbol profesional. [...] Ya es otro

cliente más del fútbol comercial”. Y recuerda los altos sueldos y los largos contratos que, actualmente, ofrece a varios de sus jugadores, con el fin de retenerlos, así como el pago a chicos de la cantera que llegan a la edad infantil (13-14 años). Un ejemplo de ello es la ruptura de relaciones, en 2017, entre el CA Osasuna y el conjunto vizcaíno por el fichaje del defensa Jesús Areso. Los rojiblancos pagaron la cláusula de rescisión del canterano navarro (cerca de cuatrocientos cincuenta mil euros). A consecuencia de este movimiento, el club pamplonés decidió marcar distancias y bloquear cualquier contacto con los bilbaínos. La razón es que se sentían atacados por el acercamiento de los rojiblancos a uno de sus talentos jóvenes.

Esta interpretación identitaria del Athletic Bilbao nos permite explorar el fenómeno conocido como fútbol moderno. En ello nos centraremos en el próximo capítulo.

13. FÚTBOL MODERNO: GLOBALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El fútbol moderno se define por dos grandes rasgos distintivos: a) su globalización en relación al flujo de jugadores, entrenadores, aficionados, difusión, sistemas tácticos... y b) su comercialización en forma de nuevos modelos de gestión (SAD), nuevos actores dominantes (televisiones, marcas patrocinadoras...). De este modo, a lo largo de este capítulo dividiremos nuestro enfoque en dos apartados. Comenzaremos con uno de los fenómenos recientes que ha marcado un antes y un después en la movilidad global de futbolistas: el Caso Bosman. Explicaremos en qué consiste, así como otras sentencias similares, y recogeremos sus consecuencias en el fútbol y, concretamente, en el Athletic Bilbao. Seguidamente, abordaremos la comercialización que ha experimentado este deporte en las últimas décadas y que marcan el camino a seguir en la actualidad. Conoceremos las diferentes prácticas que se llevan a cabo y sus efectos en el balompié.

13.1. Caso Bosman y similares

La aprobación de la sentencia Bosman a mediados de la década de los noventa ha traído importantes consecuencias en el flujo de futbolistas internacionales y, por lo tanto, en las conexiones equipo-territorio.

Jean-Marc Bosman fue un jugador belga. En 1990, el contrato que le vinculaba con el RFC Liège llegó a su fin e intentó fichar por el Dunkerque francés. Sin embargo, y a pesar de que la relación laboral había concluido, el RFC Liège tasó al futbolista en ochocientos mil dólares, cantidad que reclamó al conjunto galo para efectuar el cambio de equipo⁴⁵. Estos, al no poder asumir el coste, dieron un paso atrás. El deportista, en consecuencia, decidió denunciar la situación apelando a la libertad de movimiento de los trabajadores dentro de la –por aquel entonces- Comunidad Económica Europea (CEE), recogida en el Tratado de Roma de 1957.

El quince de diciembre de 1995, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea falló a favor del futbolista en lo que se ha conocido como Caso Bosman. De acuerdo con esta

⁴⁵ Cabe señalar que, por aquel entonces, los clubes se guardaban el derecho de retención de los futbolistas a pesar de que los contratos hubieran vencido.

sentencia, el derecho a la libertad de movimiento dentro del espacio comunitario se ampliaba a los deportistas, ya que desde entonces también se les consideró mano de obra. Sin embargo, esta decisión no vino sola. La Corte también decretó que la regla 3+2 de la UEFA en relación a los jugadores extranjeros era ilegal⁴⁶. De este modo, tanto el derecho de retención como la normativa del organismo europeo de fútbol fueron eliminados (Gil Araújo, 2002; Giulianotti, 1999).

Este ha sido el caso que más trascendencia ha tenido en la estructura del fútbol. Sin embargo, no ha sido ni el único ni el primero. En diciembre de 1974, los ciclistas neerlandeses Bruno Walrave y Johannes Koch denunciaron a la Unión Ciclista Internacional (UCI) por motivos similares. En aquel momento, el Tribunal decidió que el deporte sí era sujeto de la legislación europea sólo en caso de que representara una actividad económica. Sin embargo, a su juicio, la discriminación en la composición de un equipo por motivo de nacionalidad representaba un interés meramente deportivo. En consecuencia, la Corte interpretó que la legislación comunitaria no era aplicable en este caso (Marcén, 2016).

No obstante, dos años después una nueva demanda requería, una vez más, confrontar esta interpretación jurídica. En concreto, el agente deportivo Gaetano Donà denunciaba al presidente del Club de Fútbol Rovigo de Italia. Ante la petición de nuevos futbolistas, el primero decidió abrir mercado en Bélgica. A pesar de ello, el segundo se resistió a pagar por los servicios recibidos alegando que los jugadores extranjeros no podían actuar en la liga transalpina. Tras acudir a la Justicia, el Tribunal revisó su fallo anterior y consideró que las cuotas en base a la nacionalidad eran discriminatorias bajo la legislación europea y, por lo tanto, no se permitían (*Ibid*, 2016). Aun así, su aplicación siguió adelante pese a las muchas peticiones emitidas a la UEFA para que modificase su reglamento.

Un lustro después de la sentencia sobre el Caso Bosman, dos nuevos procesos sacudirían la libertad de movimiento de los deportistas europeos. En 1998, un tribunal belga se pronunció a favor del futbolista húngaro Tibor Balog. El jugador magiar había denunciado el cobro por traspasos una vez vencido el correspondiente contrato laboral

⁴⁶ Según esta regla, la UEFA requería a las distintas federaciones nacionales que limitasen el número de jugadores extranjeros durante un partido de Primera División. Así, sólo se podían alinear tres foráneos más dos futbolistas asimilados. Por futbolista asimilado se entiende a aquellos jugadores extranjeros que han desarrollado su carrera, de forma continuada, en una federación nacional durante cinco años. Además, tres años de ese lustro tenían que haberse completado en las categorías inferiores.

con su club. Su repercusión hizo que se le llamara el Caso Bosman bis. Por su parte, un juzgado español fallaba, en el año 2000, a favor de la baloncestista polaca Lilia Malaja y su derecho a jugar como comunitaria. Aquí, también, su trascendencia le valió el apelativo de Ley Bosman del Este. Con sendos veredictos se extendía el derecho de libre circulación a trabajadores de terceros países. De este modo, los deportistas de países que habían firmado acuerdos de asociación y colaboración con la Unión Europea (UE) –Polonia y Hungría lo eran en aquel momento-, algunos Estados de la extinta Unión Soviética (URSS) y del Magreb dejaron de ser considerados extranjeros en las competiciones organizadas en territorio comunitario (Gil Araújo, 2002).

Esta jurisprudencia se puso de manifiesto en tres nuevos episodios acontecidos en la primera década del siglo XXI. Así, en 2003 el Tribunal de Justicia de la Unión Europea se pronunció a favor del balonmanista eslovaco Maroš Kolpak, jugador del equipo alemán TSV Ostringen. La federación germana prohibía a los clubes alinear a más de dos jugadores que no fueran de la UE. Sin embargo, esta normativa tuvo que ser reformulada tras el fallo de la Corte, basado en los dos casos anteriormente descritos (Gardiner y Welch, 2011; Marcén, 2016).

Hacia finales de dicha década, concretamente en 2007, un nuevo hito jurídico redefinía esta libertad de movimiento y su consecuente contratación de futbolistas. Ese año se firmó el Acuerdo de Cotonou entre la UE y setenta y nueve países de África, el Caribe y el Pacífico con fines de colaboración y cooperación. Supuso la base de las demandas efectuadas por los jugadores Mahamadou Diarrá (de Malí) e Ikecukwu Uche (de Nigeria) para que se les considerase con los mismos derechos que los deportistas comunitarios, como así finalmente ocurriría (*Ibid*, 2016).

13.1.1. Deporte: ¿negocio o cultura?

La aplicación al deporte de los principios de libre movilidad recogidos en el Tratado de Roma ha supuesto, como hemos visto, un antes y un después. Ahora bien, esta interpretación del Derecho ha planteado un interesante debate sobre los fundamentos del fútbol y otras prácticas en sí.

Como hemos observado, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea respalda su decisión sobre el principio de que el deporte no constituye una excepción a esta norma. Específicamente, basa esta medida al concebirlo como una actividad económica. Sin embargo, tras el fallo del Caso Bosman, varias federaciones protestaron al considerar que el fútbol, en particular, no era un asunto comercial. Por lo tanto, reivindicaban que se quedase fuera de este alcance legal, toda vez que Cultura y Defensa son dos ámbitos al margen de las normativas europeas (Antonioni y Cubbin, 2000; Gil Araújo, 2002).

Así, se abre paso una doble perspectiva sobre el balompié, tal y como recoge Gil Araújo (2002: 68).

La definición del fútbol como actividad económica abre la puerta al derecho de libre circulación de los jugadores comunitarios, en tanto que trabajadores, y anula los límites por nacionalidad aplicados anteriormente. La visión del fútbol como actividad cultural, con fuerte anclaje territorial, supone la defensa de ese espacio deportivo como ámbito de expresión de una identidad local o nacional, donde la presencia de los jugadores considerados extranjeros se vería limitada.

Una de las razones más empleadas por quienes defienden la perspectiva cultural toma su fundamento, curiosamente, en la legalidad. Se sirven de la Declaración de Ámsterdam de 1997. En ella se declara explícitamente el papel que el deporte juega a la hora de forjar identidades y unir a la población. Y reconoce su relevancia para representar y fortalecer identidades nacionales y regionales a través de su capacidad para generar sentimiento de pertenencia (Gardiner y Welch, 2011).

13.1.2.Efectos del Caso Bosman

Las consecuencias palpables de la sentencia Bosman se han podido apreciar en diversos frentes. En términos generales, uno de sus primeros impactos ha sido la caída del proteccionismo –por ley- del mercado futbolístico y, por ende, una cierta relativización del papel de las canteras (Vázquez Montalbán, 2005). Según sostiene Schaffhauser (2009), los clubes buscarán jóvenes virtuosos más allá de sus academias y territorios

aprovechando los costes más bajos y las regulaciones más laxas allende las fronteras europeas. Si ponemos la lupa en este aspecto, compartimos con Giulianotti (1999) la existencia de tres grandes secuelas. Por un lado, la movilidad de futbolistas ha crecido notoriamente y, en la actualidad, la mayoría de los equipos del continente cuentan con varias estrellas foráneas. Por otro lado, se ha producido un desequilibrio de poder entre los diferentes clubes de Europa. Así, la brecha se ha incrementado a favor de los más poderosos económicamente, ya que tienen más facilidades para acceder a los mejores jugadores del mercado. Asimismo, el salario de los futbolistas más talentosos también ha aumentado considerablemente, disparando las diferencias con los más modestos.

Teniendo en cuenta lo explicado en el párrafo anterior, González Ramallal (2008; 2014) reflexiona sobre sus efectos en la identificación territorial de los clubes. Remarca una doble observación. El incremento del número de jugadores extranjeros ha llevado a las competiciones domésticas a una transformación estructural, de modo que la mayoría de las plantillas de las ligas nacionales cuentan con futbolistas no oriundos. En esta línea, se cuestiona hasta qué punto tiene sentido hablar de clubes españoles, ingleses, italianos... si estos no cuentan con jugadores españoles, ingleses, italianos... respectivamente. Otra consideración paralela es la relación de los aficionados con sus equipos. Como veremos más adelante, la comercialización del fútbol ha dado pie a un nuevo tipo de hinchas, sin vínculo aparente con el club al que anima. Vázquez Montalbán (2005: 108) advierte de la “potencial desidentificación de los seguidores con los equipos” por esta falta de conexión territorial y añade que “se prefiere que la gente de la tierra, aunque minoritariamente, recuerden que el equipo es parte de nosotros”.

Ante esta desterritorialización observada en el mundo del fútbol, diversos organismos internacionales se han planteado la reintroducción de medidas que protejan el talento nacional. La UEFA comenzó a aplicar la conocida como “regla del jugador local” a partir de la temporada 2008/2009. De uso para las competiciones continentales, los equipos deben incorporar en su lista de veinticinco futbolistas a ocho integrantes (de edades comprendidas entre los 15 y los 21 años) formados, al menos, en algún club de su misma federación nacional. Además, cuatro de estos deben haberse criado en su propia cantera (Gardiner y Welch, 2011). Por su parte, la FIFA propuso en esa misma temporada la llamada “regla 6+5”. Según esta medida, cada equipo debería alinear en cada partido a un mínimo de seis futbolistas seleccionables por el combinado nacional

del país originario del club (*Ibid*, 2011). Sin embargo, esta no llegó a buen puerto y terminó declinandose un año después.

13.2. Comercialización del fútbol

La comercialización, como tal, del fútbol no es un fenómeno netamente reciente. De acuerdo con Verdú (1980), podemos encontrar sus primeros trazos ya en la década de los cincuenta. Otros autores, como Alabarces (2002), van más allá y consideran que la profesionalización del deporte (período entre 1920 y 1940 en los países hispanos) representa el inicio de su corrupción y mercantilismo. En cualquier caso, sí se puede apreciar una aceleración de este proceso a partir de 1990. Esta intensidad creciente, asimismo, se ha visto favorecida por las consecuencias de la globalización, representada en el nuevo flujo de jugadores a consecuencia del punto anterior.

Tras un profundo análisis de estos cambios estructurales, se pueden establecer una serie de coordenadas teóricas sobre las transformaciones que ha experimentado el fútbol (Alcaide Hernández, 2009; Reguera y Olabarri, 2008; Spaaij y Viñas, 2013; Villena Fiengo, 2003b). La primera, y más evidente, es que el propio balompié y sus clubes han pasado de responder a los valores humanistas adheridos al deporte a subordinarse a las leyes del mercado. El acontecimiento futbolístico abandona su componente ritual para dar paso a un espectáculo propio de una industria cultural y su lógica consumista.

13.2.1. Patrocinios y naming

Entre las distintas manifestaciones que se pueden observar está el patrocinio de los equipos. Este nuevo matrimonio implica ciertas relaciones de dominancia. Esa búsqueda de capital ha llevado a los conjuntos a prácticas como la esponsorización de sus camisetas. La incorporación de estos logos, sumado a las casas comerciales y los cambios de diseño, empuja a los clubes a cambiar de modelo todas las temporadas por razones de *merchandising*. Como recoge Alcaide Hernández (2009), este método fue fuertemente criticado, al principio, por los aficionados más puristas. Así se refiere el autor a aquellos hinchas partidarios de un fútbol alejado de los tintes más comerciales.

Según señalan Reguera y Olabarri (2008: 95), “la camiseta de un club es el símbolo sagrado por excelencia para el hincha. Son sus colores. Mientras los dirigentes, jugadores e incluso el público, son elementos en devenir, los colores del club son una constante”.

Otro recurso es el llamado *naming* de los estadios. Consiste en cambiar su nombre por el de la empresa patrocinadora. De este modo, si echamos un vistazo a los veinte equipos que componen la Primera División masculina en la temporada 2019/2020 encontramos los siguientes ejemplos: Wanda Metropolitano (Atlético de Madrid), Reale Arena (Real Sociedad) y Abanca Balaídos (RC Celta). Sin embargo, ha habido más muestras en el pasado como el Ono Estadi (RCD Mallorca) o el Power8 Stadium (RCD Espanyol). Una mirada al resto del continente nos presenta más casos como el Emirates Stadium (Arsenal), Etihad Stadium (Manchester City), King Power Stadium (Leicester City), Allianz Arena (Bayern Múnich) o Allianz Stadium (Juventus), entre otros.

Esta práctica tiene dos derivadas. Una de ellas tiene que ver con el renombramiento de los propios clubes en función de estas marcas comerciales (Oppenhuisen y Van Zoonen, 2006). Así, nos encontramos con equipos como el Red Bull Salzburgo (Austria) o el Red Bull New York (Estados Unidos). No obstante, conviene diferenciar entre aquellos equipos que se han visto obligados a adoptar una marca como emblema debido a una crisis económica puntual (como los citados anteriormente) y aquellos equipos históricos que, desde su origen, tienen el nombre de una empresa (PSV Eindhoven, Bayer Leverkusen y los clubes japoneses⁴⁷) (Reguera y Olabarri, 2008). La otra variante es el cambio de nomenclatura de las propias competiciones siguiendo una lógica idéntica. En España nos encontramos, en el curso deportivo 2019/2020, con la LaLiga Santander (Primera División masculina), LaLiga Smartbank (Segunda División masculina) o LaLiga Iberdrola (Primera División femenina). Si viajamos por el Viejo Continente también hallamos la Liga Nos (Portugal), la Serie A ITM (Italia) o la Emirates FA Cup (Reino Unido).

⁴⁷ Desde los orígenes de la liga japonesa, y hasta hace poco, los equipos representaban a determinadas empresas. Por lo tanto, su nombre hacía alusión a la compañía a la que pertenecían (Mazda SC de Hiroshima, Nissan Motors de Yokohama o Mitsubishi Motors de Saitama, entre otros). En España, por ejemplo, nos podemos encontrar el caso del Renault de Valladolid.

13.2.2. Nuevos propietarios: las SAD

Otra de estas transformaciones motivadas por la comercialización del fútbol es el cambio en la propiedad y la administración de los clubes. En el caso español, la Ley del Deporte de 1990 obligaba a la mayoría de los equipos a convertirse en SAD. Los únicos cuatro equipos que quedaron excluidos de este obligado trámite fueron el Athletic Bilbao, el FC Barcelona, el Real Madrid y el CA Osasuna por haber presentado beneficios económicos durante los tres años anteriores a la aprobación de esta normativa (Ramallal, 2014). Esta no ha sido la única forma de privatización. También se ha procedido a la venta de los equipos a multinacionales/multimillonarios. Ahí están las muestras, en el curso deportivo 2019/2020, del Valencia CF (propiedad del empresario singapurense Peter Lim), el Real Valladolid (propiedad del ex futbolista brasileño Ronaldo Nazario) o el RCD Espanyol (propiedad del empresario chino Chen Yansheng). Otras situaciones similares del pasado más reciente son la gestión del empresario ucraniano Dmitri Piterman (Racing de Santander y Deportivo Alavés), el indio Ahsan Ali Syed (Racing de Santander) o el catari Abdullah ben Nasser Al Thani (Málaga CF).

A consecuencia de lo anterior, los socios dejan de ser soberanos. Las gratificaciones simbólicas y los lazos comunitarios son sustituidos por el objetivo de conseguir ganancias económicas. Esta circunstancia conduce a otras dos características. Por un lado, las deudas de los equipos imperan en este nuevo universo debido a sus malas gestiones. Por otro lado, se acrecienta la deslocalización de los clubes y de las competiciones. Las bases territoriales ligadas a áreas concretas abren paso a modalidades transnacionales y supranacionales (Spaaij y Viñas, 2013; Villena Fiengo, 2003b).

Asimismo, el control de los torneos está, cada vez más, en manos de organismos privados y televisiones que gestionan los horarios buscando la máxima audiencia. Se ha pasado a mediatizar el fútbol y, consecuentemente, se ha convertido en un producto de consumo. Es más, según recopilan Oppenhuisen y Van Zoonen (2006: 62-63), “la transformación económica del fútbol ha llevado a muchos clubes a pensar en sus bases no como ‘seguidores’ sino como ‘consumidores’”. Este aspecto tiene, a su vez, un efecto derivado. Se profundiza la brecha social entre las diferentes clases. Así, aquellas personas más pudientes, con más recursos, no sólo podrán suscribirse a los canales de

pago para ver los partidos, sino que también serán quienes puedan afrontar el incremento del precio de las entradas. Las clases populares, tradicionales integrantes del acontecimiento fútbol, se ven consecuentemente desplazadas (Hornby, 2008). Es por ello que podemos hablar de un cierto proceso de gentrificación en el balompié. Es más, si seguimos esta línea, observamos una suerte de estratificación social en función de la ubicación dentro del estadio que ocupa cada asistente. Los asientos con mejor visibilidad y mayores comodidades (las tribunas) son las localidades más caras y suelen estar ocupadas por personas de un alto estatus socioeconómico. Por el contrario, las zonas con peor visibilidad y menores facilidades (los fondos) son las más baratas y suelen estar ocupadas por gente de un estatus socioeconómico medio-bajo.

13.2.3. La televisión manda

Como acabamos de indicar, las cadenas de televisión tienen cada vez más capacidad de decisión sobre el devenir de las competiciones y los propios clubes. Un suceso reciente ocurrió en el verano de 2019, apenas dos semanas antes de que comenzará una nueva temporada. La Federación Española de Fútbol y la Liga de Fútbol Profesional (LFP) se enzarzaron en su enésima disputa sobre los horarios de los partidos, así como los días que debían jugarse. La primera estaba en contra de que se celebrasen los lunes y los viernes por la noche, ya que menos gente acudiría a los estadios por motivos laborales y escolares. La segunda, por su parte, consideraba estas franjas necesarias para alcanzar el mayor número de mercados. Entre medias, las televisoras seleccionaban el único partido que se emitiría cada jornada en abierto (correspondiente a uno de estos horarios). En el marco de esta discusión, la mayoría de los clubes se posicionó a favor de las compañías de comunicación. ¿La razón? La venta de derechos televisivos representa un promedio del 60% de sus ingresos (Moñino, 2019; Viñas, 2019). De este modo, los equipos se decantaron por asegurar los beneficios económicos frente a los intereses de sus propios seguidores.

Este posicionamiento de los distintos combinados es resultado de un círculo vicioso que se inicia con su elevada deuda acumulada. El economista Gay de Liébana (2012) realiza un detallado estudio que incluye los balances de cuentas de los equipos de la Primera División masculina. Ante los números rojos presentados, propone una mejor

negociación de los derechos televisivos. A su juicio, la centralización de estos en torno a la marca del campeonato permitiría obtener unos réditos mayores. Se trata de una copia del modelo empleado, ya en aquel momento, por otras ligas como la Premier League británica, la Serie A italiana, la Ligue 1 francesa o la Bundesliga alemana. Sin embargo, la cesión de estos derechos implica una pérdida de autonomía. Las televisiones, como ya hemos señalado, adoptan los horarios en función de su máxima audiencia. Ante posibles malestares, los clubes no pueden quejarse porque, de lo contrario, perderían esta fuente de ingresos y, por lo tanto, no podrían asumir la deuda.

Uno ejemplo paradigmático de este poder acumulado por las televisiones lo encontramos en todos los Campeonatos del Mundo celebrados en suelo no europeo. Los horarios establecidos para los partidos se establecen teniendo en cuenta las conveniencias de las televisiones europeas. Así, una de las protestas más vehementes sucedió en el Mundial de 1986, disputado en México. Jugadores como Maradona o Valdano se quejaron amargamente por tener que jugar al mediodía (horario local), momento más cálido del día. La razón era que, por la diferencia horaria con el Viejo Continente, ese era el momento que más gente podría concentrar al otro lado del Atlántico (Galeano, 2015). La misma lógica parece seguir la LFP en España, ya que recientemente ha dictaminado que se jueguen partidos a la una (13 horas) y a las dos (14 horas) de la tarde. Esta medida choca, frontalmente, con los patrones tradicionales seguidos en el fútbol del país, así como con sus rutinas culturales (comidas familiares, principalmente). Tal medida llevó, incluso, al entrenador del Atlético de Madrid –Diego Pablo Simeone– a ironizar al respecto: “Jugamos en horario Premium [...] para que nos vean en China” (EFE, 2016).

13.2.4. La liga ¿española? Deslocalización del fútbol

Ya hemos visto cómo uno de los efectos de este proceso de comercialización del fútbol es la creciente deslocalización de los clubes y las competiciones. Según hemos adelantado, los lazos territoriales se erosionan en pro de ingresos y beneficios económicos, vengan de donde vengan. Una de estas fórmulas es la exportación de las competiciones nacionales a terceros países a cambio de contratos multimillonarios. Así,

la Supercopa de España⁴⁸ inició este periplo en 2018. En aquel año se disputó, por primera vez, fuera de las fronteras nacionales, concretamente en Marruecos. Desde la temporada 2019/2020, y por un período de tres años, pasa a jugarse en Arabia Saudí. A ello se suman los esfuerzos de la LFP por trasladar algunos de sus partidos a Estados Unidos.

Por su parte, algunos equipos han ejecutado diversas acciones para minimizar su ubicación física y abrirse a nuevos mercados internacionales. Una de esas operaciones, siguiendo a Reguera y Olabarri (2008), consiste en la transformación *de facto* de sus nombres. De este modo, el Real Madrid ha buscado la consolidación del apelativo ‘el Real’ en detrimento del tradicional ‘el Madrid’. Otro ejemplo es el Manchester United y su progresiva modificación hacia ‘ManUtd’, ‘United’ o ‘ManU’. A los casos aportados por estos autores podemos añadir el del FC Barcelona y su ‘FCB’, como si de una marca comercial se tratase.

Uno de estos mercados es, sin duda, el de los aficionados. La premisa parece clara: los clubes han dejado de mirar a sus seguidores como camaradas de un mismo sentimiento compartido y, en su lugar, son observados como consumidores (Llopis-Goig, 2018; Oppenhuisen y Van Zoonen, 2006). Al respecto, nos parece más apropiado utilizar el término “prosumidor” en el sentido de Quiroga Fernández de Soto (2014b: 694-695). Según explica el académico madrileño, los ciudadanos son consumidores y productores a la vez. Al tiempo que consumen los productos elaborados por los estratos más altos, también contribuyen en su difusión en la esfera privada. Aplicado al fútbol, por ejemplo, muchos fans interiorizan las nuevas pautas seguidas por sus equipos. Sin embargo, hay un ejemplo especialmente revelador. Con la esponsorización de las camisetas explicada anteriormente, los aficionados generan publicidad gratuita de las diferentes marcas al enfundarse sus respectivas elásticas. Se trata de un fenómeno que, si bien va más allá del fútbol, cobra una relevancia considerable pues nos encontramos con dos entidades distintas (por un lado, el equipo y, por el otro, la empresa

⁴⁸ La Supercopa de España es un título que, hasta la temporada 2019/2020, se disputaban el campeón de Liga y el campeón de Copa, iniciando así el nuevo curso deportivo. Desde la citada temporada, este trofeo lo juegan sendos campeones, además de los subcampeones. El formato ha pasado de ser una final (a doble partido) a incluir unas eliminatorias que comienzan en semifinales. Igualmente, su celebración tiene lugar a comienzos de enero, con los campeonatos ya comenzados.

anunciada)⁴⁹. Se convierten en anunciantes nómadas, pues la visibilidad de las compañías va con ellos a todas partes. De hecho, ni siquiera sería acertado hablar de publicidad gratuita, pues la adquisición de la prenda implica un desembolso económico previo. Por lo tanto, se podría decir que estos seguidores pagan por anunciar a dichas corporaciones.

De acuerdo con esta lógica, Teixeira (2018: 115) defiende que “las aficiones organizadas se vuelven actores sociales indeseables”. El hincha que los equipos buscan y que ha asentado las nuevas bases es el que Giulianotti (199: 148) define como “post-fan”. Este representa un punto de inflexión respecto a las formas precedentes y adopta una posición más pasiva. Además, y fundamentalmente, este modelo de seguidor procede muchas veces de países con escasa tradición futbolística (Estados Unidos, China...) y no cuenta con ningún vínculo cultural, geográfico o familiar con su nuevo equipo (Giulianotti, 1999; Giulianotti y Robertson, 2007; González Ramallal, 2008; Kuper, 2006; Llopis, 2018). Como recoge Kuper (2006: XIII-XIV), “algunos nuevos aficionados animan al Manchester United sin ni siquiera saber que Manchester es una ciudad de Inglaterra”.

Ligado a lo anterior, se desprende otra circunstancia. Este tipo de hincha se mueve, en numerosas ocasiones, en función de determinados jugadores. Así, su ligazón con un equipo es consecuencia del fichaje de un futbolista determinado. De ahí que muchos clubes observen a ciertos miembros de su plantilla en base a su potencial comercial y no deportivo (Castillo, 2007b). La muestra más clara, en el fútbol español, la encontramos en el fichaje de David Beckham por el Real Madrid en 2003. Consecuentemente, estos nuevos fans no desarrollan fuertes vínculos con sus equipos y el tradicional concepto de lealtad se desvanece (*Ibid*, 2007b).

Precisamente, la fidelidad a un club se ha resquebrajado por una doble vía. De un lado, la importancia de los jugadores locales se ha perdido con el tiempo a raíz de la profesionalización, la globalización y la apertura del mercado de futbolistas (*Ibid*,

⁴⁹ Podemos pensar en cualquier marca de ropa o en las bolsas de un supermercado, con su logo bien visible, experimentando esta misma situación. Sin embargo, mientras en este caso la publicidad nómada se corresponde con la propia empresa a la que el consumidor le ha comprado (el cliente A compra a la empresa B y, a consecuencia, anuncia a la empresa B), en el caso del fútbol es distinto (el cliente A compra a la empresa B y, a raíz de ello, anuncia a la compañía C). Tomemos como ejemplo un aficionado (cliente A) del Athletic Bilbao (empresa B) que, al comprar una camiseta del club, pasa a anunciar Kutxabank (compañía C y patrocinador del equipo vizcaíno en los tiempos de la investigación).

2007b). A ello se suma su percepción como activo financiero, tal y como hemos explicado anteriormente. Además, según apunta Seguro (2008), el empoderamiento de los grandes clubes hace que acechen a cualquier joven promesa que empiece a destacar. Si a eso se le agrega el papel de los representantes, cuya intermediación busca un rédito económico, entonces el orgullo de pertenencia se difumina. En este sentido, el Athletic Bilbao ha sido testigo de algunos ejemplos recientes como el ya comentado del portero Kepa Arrizabalaga o del delantero Fernando Llorente⁵⁰.

Del otro lado, como ya hemos adelantado, la relación club-aficionado tampoco respeta dicha reciprocidad. Tal y como reflexiona Castillo (2007b: 35), “si la lealtad al deporte está en duda, entonces debemos ser aún más escépticos acerca de la lealtad de los hinchas a un equipo concreto”. Por ello, además de las razones esgrimidas previamente, también se puede apreciar una nueva dinámica a la hora de identificarse con un equipo. Esta especie de bazar en que se ha convertido el fútbol-espectáculo conduce a los seguidores a decantarse por aquellos equipos con rasgos ganadores (Giulianotti, 1999; Kuper, 2006). El objetivo último es ganar al precio que sea. Se trata, no obstante, de una apuesta arriesgada que estrecha la comprensión de la variable tiempo: un año sin títulos representa un fracaso absoluto para los clubes y, por consiguiente, una posible pérdida de consumidores. El margen de paciencia se aminora (Hornby, 2008). Igualmente, los equipos pequeños, con menos recursos y de divisiones inferiores se exponen a quedar en un espacio marginal.

A modo de recapitulación, presentamos a continuación dos evidencias de las distintas reacciones que esta comercialización del fútbol puede acarrear. Por un lado, está la erosión, en cierto modo, del orgullo de pertenencia en el Rangers de Glasgow. El equipo escocés mantenía desde la I Guerra Mundial una política singular de jugadores. Concretamente, incorporaba únicamente personal de fe cristiana protestante (reforzando así su identidad frente a los católicos del Celtic). Esta filosofía se mantuvo hasta 1989 cuando su presidente, David Murray, decidió fichar al católico Maurice Johnston. La medida respondía a la creciente globalización y mercantilización de este deporte. Por ello, el mandatario no dudó en abrir las puertas del club a todo tipo de jugadores y pelear por títulos continentales (Alcaide Hernández, 2009). Como complementación, valga decir que desde entonces el Rangers no ha ganado ni un solo trofeo europeo.

⁵⁰ Para un análisis más detallado de estos casos, ver Bloque V.

Por otro lado, y sin abandonar el Reino Unido, el crecimiento sin fin de la mercantilización del fútbol también ha generado reacciones adversas. Tal fue la situación de cientos de aficionados del Manchester United en 2005. Aquel año, el empresario estadounidense Malcolm Glazer se hacía con el mando del equipo inglés. Como muestra de su inconformidad, estos hinchas decidieron fundar su propio equipo: el FC United of Manchester, actualmente en la séptima división del país. Su apelativo, de hecho, es el de *Red Rebels* (rebeldes rojos) en contraste con los *Red Devils* (diablos rojos) de su anterior club (Schaffhauser, 2009).

Ya hemos establecido las coordenadas teóricas que nos permiten comprender las transformaciones estructurales acaecidas en el fútbol. A continuación, cambiamos de asunto por completo. En el próximo capítulo nos centraremos en repasar las distintas definiciones y concepciones de la vasquidad o identidad vasca desde finales del siglo XIX. Completaremos esta cuestión con un análisis sobre la diáspora vasca, sus diferentes fases y evoluciones.

14. ¿QUIÉN ES VASCO?

¿A quién se considera parte del Nosotros vasco? ¿Qué criterios se emplean para su definición? Compartimos con González-Fuente (2005) que se trata de una tarea complicada, ya que existen muchas variables a tener en cuenta (etnia, lengua, clase social...). Además, ni es ni ha sido un proceso homogéneo e imperturbable (Noci, 2000). Muy al contrario, las tensiones políticas y sociales ocurridas a lo largo del siglo XX y principios del XXI en el País Vasco han conducido a una confrontación de discursos y representaciones sobre la vasquidad.

Para empezar, el concepto con el que referirse al propio territorio y los límites que este abarca han sido objeto de discusión. El antropólogo Mikel Azurmendi (1998) profundiza en este asunto remontándose hasta el siglo XIX. Es en esa época cuando se retoma el término *Euskal Herria*⁵¹ para manifestar ciertos intereses político-culturales. Serán los sectores cultos del foralismo vasco-navarro quienes más lo empleen con distintos niveles de alcance. Así, el lema utilizado variaba en función de la expansión o contracción de los límites territoriales: *Irurak bat*, *Laurak bat* o *Zazpiak bat*⁵². A este trío cabría añadir un octavo componente como la diáspora vasca (Tsavkko García, 2016).

Continuando con Azurmendi (1998), el término *Euskal Herria* apelaba a un uso lingüístico-cultural, al espacio de personas cuya lengua materna era el euskera. Será a finales de esa misma centuria y principios de la siguiente cuando surja un nuevo topónimo con clara intención ideológica. El fundador del PNV, Sabino Arana, comienza a utilizar *Euzkadi* como sinónimo de pueblo vasco con conciencia propia de nación⁵³. Esta aludía al proyecto político compuesto por aquellas personas de “raza”, sangre y familia vasca. Arana, de hecho, rehuía el término *Euskal Herria* pues el dominio de la lengua no necesariamente implicaba tener antecedentes biológicos vascos.

⁵¹ En euskera significa, literalmente, “país de la lengua vasca”.

⁵² *Irurak bat* (en euskera “las tres en uno”) se refiere a las provincias que, hoy en día, comprenden la Comunidad Autónoma Vasca (Bizkaia, Gipuzkoa y Araba); *Luarak bat* (en euskera “las cuatro en uno”) añade la Comunidad Foral de Navarra a las anteriores; *Zazpiak bat* (en euskera “las siete en uno”) incluye, a lo anterior, las tres provincias del País Vasco francés o *Iparralde* (Lapurdi, Zuberoa y Behe Nafarroa).

⁵³ *Euzkadi* (con ‘z’) deriva del término *euzko* en euskera. Es así como el fundador del PNV, Sabino Arana, definía a la que él entendía como nación vasca.

Será a partir de los años sesenta-setenta, con el despertar de *Euskadi ta Askatasuna* (ETA), cuando el concepto de *Euskal Herria* vuelve a aflorar. No obstante, esta vez el término sí implicaba connotaciones políticas, dejando atrás su interpretación lingüístico-cultural. Sin embargo, cabe remarcar que el prefijo *euskal-*, en oposición a *erdal-* (castellano), denota idioma vasco y, por lo tanto, su traducción como referente político es imprecisa (*Ibid*, 1998).

Palabras y fronteras aparte, los aspectos que han definido la vasquidad no son únicos y se han ido transformando con el tiempo. González-Fuente (2005) ofrece una aclaración interesante sobre las distintas variables consideradas por los diferentes actores sociales. Así, mientras para el socialismo español la identidad vasca tiene que ver con la clase social, los nacionalistas de diverso cuño se han volcado en criterios como la “raza” o la cultura. Son estos últimos quienes más han tratado de establecer sus límites identitarios en el sentido de Barth (1976). De este modo, podemos encontrar tres modelos principales.

El primer parámetro surge a finales del siglo XIX coincidiendo con el nacimiento del PNV. Se trata de una época en la que la industrialización acarrea una serie de cambios sociales, principalmente nuevas formas de pensar y de comprender la vida. Esta nueva estructura choca con los valores tradicionales, especialmente la religión (Zabalo y Odriozola, 2017). Es, precisamente, la fe católica uno de los aspectos centrales que subraya el fundador de los *jeltzales*, Sabino Arana, en su concepción de la vasquidad. Junto a ella, remarca el componente racial como elemento definidor de la nación vasca. Este se manifiesta a través del árbol genealógico y, por lo tanto, la tenencia de sangre vasca. Estamos, pues, ante una concepción biológica de la identidad y la pertenencia comunitaria. El resto de fundamentos, como el idioma, las leyes, las tradiciones, el carácter o la personalidad histórica son complementarios y se subordinan a este (*Ibid*, 2017). A la muerte de Arana, en 1903, siguió una especie de división interna entre dos corrientes enfrentadas. Por un lado, los “euskalerríacos”, partidarios de más autonomía dentro de España y defensores de tesis raciales. Por otro lado, los “aberrianos”, proclives a la independencia, favorables a la aceptación de inmigrantes dispuestos a integrarse y preocupados por las demandas obreras (Jeram, 2013: 1774-1775).

Un segundo parámetro se fragua a partir de los años sesenta-setenta con el auge de ETA. En este nuevo período destacan dos factores elementales. El grupo armado se distanció de las tesis étnicas de los peneuvistas y rechazaron la concepción biológica de

la raza promulgada por Arana. Por el contrario, dieron más importancia a la cultura y al euskera como elementos centrales de la identidad vasca. (Jeram, 2013; Zabalo y Odriozola, 2017). Asimismo, estas décadas fueron testigos de una nueva reindustrialización en el País Vasco, lo que implicó la llegada de mano de obra procedente de diversos puntos de España. De acuerdo con las pautas de este segundo modelo de interpretación de la vasquidad, la aceptación de estos nuevos inmigrantes era bien vista habida cuenta de la perspectiva socialista adoptada por ETA (Zabalo y Odriozola, 2017). Así, se consideraba vasco a aquel que vendiera su trabajo en el País Vasco y estuviera dispuesto a aprender e interiorizar su cultura y su lengua. Es decir, se produce un traslado de un modelo étnico de identidad a uno cívico.

Un tercer patrón se origina en la primera década del siglo XXI. Con la banda terrorista en sus horas más bajas –y el posterior fin de su actividad armada- y siendo la globalización una realidad, el concepto de democracia ganó terreno. De este modo, las nuevas tesis sobre la identidad vasca buscan un equilibrio entre los derechos colectivos y los individuales. El conocimiento y difusión del euskera sigue resultando central, pero sin llegar a su imposición y respetando la libertad de decisión de cada ciudadano. Igualmente, se abre la puerta al multiculturalismo (*Ibid*, 2017).

14.1. Diásporas vascas

Desde una aproximación étnica o basada en el concepto del *ius sanguinis*, la diáspora vasca también juega un papel en la construcción de la identidad vasca por su continua representatividad. (Oiarzabal, 2017). Según hemos anotado anteriormente, esta población se considera, en algunos círculos, como la octava provincia o *herrialde* del País Vasco (Tsavkko García, 2016). Ahora bien, ¿cómo podemos definir la diáspora vasca o quién la compone?

En primer lugar, compartimos con Toticagüña (2005: 31) la necesidad de referirnos a esta como “diásporas”, en plural, pues así denotamos los “diferentes períodos de tiempo y factores involucrados en la creación de las diversas olas de emigración vasca”. Estos colectivos están formados por personas nacidas en o descendientes de aquellos procedentes de alguno de los siete territorios que componen *Euskal Herria*, en su concepción lingüístico-cultural, y han emigrado a otra tierra. Este desplazamiento puede

haber sido motivado por razones estructurales, socioeconómicas o políticas. Una vez en su nueva ubicación, se organizan en organizaciones o asociaciones, *euskal etxeak*⁵⁴, mediante las que mantienen y desarrollan los lazos culturales con su lugar de origen (Oiarzabal, 2017; Tsvakko García, 2016). No obstante, identificar a estas comunidades resulta complicado por una serie de circunstancias. Por un lado, como hemos visto anteriormente, la definición de vasco no es compartida por todos, por lo que muchos ciudadanos no se sienten identificados. Por otro lado, dichas asociaciones cuentan con pocos recursos humanos y económicos, así como un bajo relevo generacional (Oiarzabal, 2017).

Con todo ello, se puede trazar un mapa de las casas vascas repartidas por el mundo. De acuerdo con los datos del Gobierno Vasco, en la actualidad hay 195 *euskal etxeak* registradas en veinticinco países (cuadro 1). De estas, 114 siguen en activo y con algún miembro⁵⁵, es decir, el cincuenta y ocho por ciento. El país que más asociaciones acoge es Argentina (87), seguido de Estados Unidos (38), España –sin contar la Comunidad Autónoma Vasca y Navarra- y Uruguay (ambas con 12) (EuskalEtxeak, 2020).

⁵⁴ En euskera significa “casas vascas” (*euskal* = vasco; *etxea* = casa).

⁵⁵ Hay casos en los que la asociación aparece en activo, pero sin ningún socio. Por lo tanto, a efectos prácticos, resulta un contrasentido.

DISTRIBUCIÓN DE EUSKAL ETXEAK POR EL MUNDO		
PAÍS	Nº EUSKAL ETXEAK TOTAL	ACTIVAS
Alemania	2	1
Andorra	1	0
Argentina	87	65
Australia	3	1
Bélgica	1	0
Brasil	3	2
Canadá	2	2
Chile	4	3
China	1	0
Colombia	3	2
Cuba	1	1
El Salvador	1	1
España	12	7
Estados Unidos	38	11
Francia	6	5
Japón	1	1
Italia	1	1
México	3	1
Paraguay	1	0
Perú	3	1
Puerto Rico	1	0
Reino Unido	1	1
República Dominicana	1	0
Uruguay	12	6
Venezuela	6	3
TOTAL	195	81

Cuadro 1 | Distribución de *euskal etxeak* por el mundo | Fuente: Elaboración propia a partir de EuskalEtxeak (2020)

Como podemos observar, el continente que más colectivos alberga es el americano (166), donde se concentran algo más de cuatro de cada cinco centros. Es este territorio, consecuentemente, el que más ha ocupado a los investigadores sobre la diáspora vasca. Como señala Oiarzabal (2017), los emigrantes vascos se han labrado nuevas vidas desde Alaska hasta Tierra del Fuego en diversos contextos y circunstancias. Las causas han sido distintas según el momento, desde cargos administrativos durante la colonización española hasta la crisis económico-financiera de 2008, pasando por la demanda de nuevos trabajadores tras la independencia de las colonias, los exiliados y refugiados de la Guerra Civil, así como las represiones durante el Franquismo. De este modo, las

diferentes oleadas de emigrantes hacia América se han estructurado en varias fases según los académicos.

Por un lado, Totoricagüena (2004) establece dos períodos. El primero tiene que ver con la época colonial. En él, los vascos disfrutaron de posiciones clave en la administración y las relaciones comerciales entre ambas orillas del Atlántico. Esta fase, según la politóloga, abarcaría desde finales del siglo XV hasta el simbólico año de 1898, incluyendo una franja intermedia coincidente con los procesos de independencia en Latinoamérica. El segundo período comenzaría con el fin del Imperio español (1898). Los patrones de emigración son distintos. Ahora es la población rural, principalmente labradores, quienes buscan mejores oportunidades laborales en América. Esta tendencia se mantendrá durante buena parte del siglo XX, al tiempo que se fusiona con el exilio, el asilo y el refugio político como causas fundamentales.

Por otro lado, Tsavkko García (2016) divide estos movimientos migratorios en cuatro períodos. En primer lugar, lo que califica como “diáspora original” (*Ibid*, 2016: 10), comprendería el entretiem po que va desde el siglo XVI hasta el XVIII. Los ciudadanos vascos, como parte del imperio colonial español, se desenvolverían en las tareas administrativas, comerciales y mercantiles entre la metrópoli y los nuevos territorios dominados. La segunda etapa se hallaría en el siglo XIX. Emigrantes vascos empobrecidos pondrían rumbo hacia Uruguay y Argentina, principalmente, en busca de trabajo. A ellos se sumarían los refugiados de las guerras carlistas y de la guerra de la Independencia española contra las tropas napoleónicas. Seguidamente, en la primera mitad del siglo XX, los exiliados por la Guerra Civil española harían las maletas con dirección al otro lado del Atlántico. Según este investigador brasileño, el papel de los miembros del PNV jugaría aquí un papel fundamental. En último lugar, la más reciente de las olas se situaría desde la década de los sesenta-setenta en adelante. En esta ocasión, refugiados de izquierdas se embarcarían hacia América dejando atrás el Franquismo. Idéntica situación correrían los miembros de ETA en sus años más intensos de la dictadura.

Después de haber analizado las diferentes construcciones de la identidad vasca, así como la distribución de la diáspora, nos centramos ahora en desarrollar y explicar la filosofía de jugadores del Athletic Bilbao. En el próximo capítulo abordaremos sus orígenes al igual que sus modificaciones y adaptaciones a lo largo de la historia. Asimismo, confrontaremos los argumentos a favor y en contra de su vigencia.

15. ATHLETIC BILBAO Y SU FILOSOFÍA

El Athletic Bilbao, tal y como recogemos al inicio de esta tesis, se caracteriza por una singular forma de competir. Esta tiene que ver con su “filosofía”. Con este término, tanto el club, como los propios aficionados se refieren a su particular política de captación de jugadores. Esta

se rige por el principio que determina que pueden jugar en sus filas los jugadores que se han hecho en la propia cantera y los formados en clubes de Euskal Herria, que engloba a las siguientes demarcaciones territoriales: Bizkaia, Gipuzkoa, Araba, Nafarroa, Lapurdi, Zuberoa y Nafarroa Behera, así como, por supuesto, a los jugadores y jugadoras que hayan nacido en alguna de ellas (Athletic Club, 2018b).

Como se puede observar, los límites que definen la pertenencia de un futbolista para el equipo son el territorio y la formación vía cantera. No obstante, en esta política – popularmente conocida como “sólo vascos” (Castillo, 2007a: 680)- resulta complicado definir qué es ser vasco, ya que sus criterios se han flexibilizado o endurecido según la conveniencia del momento (Castillo, 2007a; Rodrigálvarez, 2017).

El debate para determinar estas fronteras –cuando no su extinción- sale a colación con relativa frecuencia, especialmente en épocas donde los resultados son negativos (Quiroga Fernández de Soto, 2014a; Unzueta, 1999). El expresidente José Julián Lertxundi (2017) subraya la fórmula del *ius solis* y/o modelo cívico como vía de pertenencia vasca. Desde su punto de vista, este criterio, aplicado al Athletic Bilbao, puede “serlo por nacimiento o por haberse hecho en el fútbol vasco”. Por su parte, Castillo (2007a) se basa en el Plan DENA, elaborado por el conjunto rojiblanco a comienzos del siglo XXI. De acuerdo con este proyecto, el primer principio es que pueden jugar los futbolistas formados en la cantera del club o en los clubes convenidos bajo dicho plan. Asimismo, una segunda pauta sería el lugar de nacimiento –las siete provincias citadas anteriormente- o su formación en alguna de ellas. Cabe señalar que este último criterio se contemplaba de forma subsidiaria. Por lo tanto, se priorizaba la formación al lugar de origen. Otra tentativa fue el Proyecto Esnatu. La Junta Directiva, presidida en aquel entonces por Josu Urrutia (2011-2018), impulsó esta iniciativa. El

psicólogo Imanol Ibarrondo fue el responsable de dicho encargo. Con ello se pretendía, entre otros asuntos, resolver el dilema de la “filosofía” *zurigorri*. Tras reunirse y trabajar con más de trescientas personas del entorno rojiblanco, se llegó a la conclusión de que “puede jugar en el Athletic todo aquel que sea del Athletic o pueda llegar a serlo o quererlo” (Rodrigálvarez, 2017). En otras palabras, se abría la posibilidad al *ius sanguinis*.

Con todo ello, compartimos la reflexión de Shulman (2004: 65-66) cuando señala que es erróneo referirse a ella como “política de no extranjeros” (tal y como se le conoce coloquialmente en ciertos círculos futbolísticos) y que, en su lugar, se debería considerar como “política de nacidos o criados vascos”.

15.1. Evolución de la filosofía

Tras estas precisiones, es necesario presentar los cambios que ha seguido dicha política de jugadores. Sus orígenes se remontan a la segunda década del siglo XX y sus causas han dado pie a varias teorías. Uno de los autores que más ha profundizado en ello ha sido Simone Bertelegni (2017). Según el investigador italiano, tal concepción pasó de un inicio casual y práctico a ser un motivo de orgullo. Hay que remontarse a la Copa de 1911 para hallar el germen que motivaría dicha filosofía. Para dicho campeonato se había acordado que los equipos podían valerse de los servicios de jugadores extranjeros si estos se habían inscrito en las respectivas federaciones de fútbol regionales con, al menos, seis meses de antigüedad. A lo largo de ese torneo la Real Sociedad y el Barcelona, entre otros conjuntos, fueron descalificados por no cumplir la norma. En sus recursos acusaron al Athletic Bilbao de contar con dos ingleses irregulares: Martins y Sloop. Ante la polémica suscitada, el equipo bilbaíno decidió retirar a estos durante un día. Los vizcaínos terminaron ganando el trofeo (3-1 frente al Espanyol), pero no acabaría ahí la discusión. Los demás clubes decidieron demandar a los rojiblancos por mantener a los dos citados futbolistas británicos. Este tira y afloja se prolongó durante dos años (durante los cuales el Athletic Bilbao llegó a ser expulsado de la Federación y desposeído del título que, finalmente, retomaría). Continuando con Bertelegni (2017), esta disputa trajo consigo una importante consecuencia. El cuadro bilbaíno renuncia a jugar con extranjeros para evitar problemas y compite en la Copa de 1913, por primera

vez, sólo con futbolistas vascos⁵⁶. El último foráneo fue el inglés Veitch. Las victorias obtenidas con esta nueva política harían el resto. Toda vez que contar únicamente con jugadores locales no influía negativamente en el devenir del equipo, la filosofía había llegado para quedarse.



Foto 1 | Primera alineación totalmente vasca del Athletic Bilbao. Temporada 1910/1911 | Fuente: Athletic Club (2020d)

Por otro lado, hay quienes subrayan la exaltación de lo propio como origen de esta política. Agiriano (2010) comparte con Bertelegni que los éxitos conseguidos por las sucesivas plantillas plenamente vizcaínas consolidaron la filosofía. Sin embargo, sostiene que también se dio una cierta confluencia con los postulados nacionalistas de sus dirigentes. No obstante, su progresiva implantación y aceptación por la sociedad trascendería los meros postulados políticos e ideológicos hasta ser compartida generación a generación (Unzueta, 1999).

⁵⁶ La primera plantilla totalmente vasca del Athletic Bilbao estaba compuesta por: Acedo, Allende, L. Astorquia, J. M. Belauste, R. Belauste, Cortadi, Eguía, Hurtado, Ibarreche, Iceta, “Pichichi”, Pinillos, Solaun y Zuazo (Bertelegni, 2017).

Sea como fuere, hay un aspecto relevante en ella: nunca ha sido normalizada en los estatutos que rigen el club. Por lo tanto, sus límites han dado pie a continuas reinterpretaciones e implementaciones según los directivos de turno (Castillo, 2007a; González San Martín, 2008; Unzueta, 1999). Además, según apunta Bertelegni (2017), en teoría cualquier presidente podría fichar al jugador que quisiera sin que ello suponga la violación de norma alguna y sin, estrictamente hablando, tener que rendirle cuentas a nadie. Aquí, igualmente, diferentes autores han desarrollado sus propias teorías al respecto.

Según Jeremy MacClancy (2007) el Athletic Bilbao inició su filosofía en 1919 definiendo la vasquidad como aquella persona nacida y criada en Euskadi y, además, con los ochos apellidos vascos. Hacia mediados de siglo, el origen de los padres ya no importaba, siempre y cuando los jugadores hubieran nacido en el País Vasco. En la década de los setenta se permitió que los no oriundos pudieran jugar si se habían criado en suelo vasco. Se generaba así, según este académico, un cambio de concepción de la vasquidad desde tesis étnicas y sanguíneas hasta aquellas endoculturales que consideraban vascos a quienes vivían y vendían su fuerza de trabajo en dicho territorio. A partir de los años noventa se valida la opción de la formación futbolística en alguna de las siete provincias que recoge la filosofía del club.

Esta tesis, si bien es bastante densa, presenta ciertas inexactitudes desde nuestro punto de vista. Para empezar, el criterio de los apellidos no es del todo preciso. Si echamos un vistazo a algunos jugadores de la época, podemos refutar dicha afirmación. Así, el primer gran goleador del equipo, “Pitxitxi”, se llamaba Ramón Moreno Aranzadi, siendo Moreno un apellido castellano. Otro ejemplo lo encontramos en Manuel Vidal, siendo Vidal de origen catalán. Otras pruebas son Ángel María Rouse (apellido francés) o el histórico José Luis Panizo (apellido de origen italiano, derivado de Panico en Padua). Tampoco es del todo correcta la presunta relajación en el origen de los padres a mediados de siglo, mientras los jugadores hubiesen nacido en el País Vasco. Un caso muy conocido es el del cántabro Isaac Oceja, quien se mudó a Bizkaia siendo apenas un niño y llegó a ser capitán del Athletic Bilbao en la década de los treinta.

Por su parte, el periodista Josu Turuzeta publicó, tras la sentencia Bosman, una serie de artículos en los que repasaba los diferentes procesos de adaptación del club y teorizaba sobre la filosofía. En este sentido, marca tres hitos principales: el empleo de “jugadores de alpargata” en los años veinte, la conversión al profesionalismo en los años treinta y

los convenios con otras provincias vascas y Navarra en la década de los setenta (*Apud* Unzueta, 1999: 151). El propio comunicador señala que la etapa más decisiva fue el abandono del amateurismo. Y concluye, en relación a la política de jugadores, que “perpetuar ese apartheid futbolístico es muy difícil tanto desde el punto de vista económico como deportivo” (*Ibid*, 1999: 152). Asimismo, Agiriano (2010) también remarca un momento clave en la consolidación de la filosofía rojiblanca. A mediados de los años cincuenta, en la ya citada hazaña de los once aldeanos, el orgullo de vencer a un potente Real Madrid con tan sólo jugadores vizcaínos acrecentó la convicción en esta política de jugadores. Tal es así, subraya Agiriano, que la directiva de la época radicalizó la filosofía del Athletic Bilbao. A consecuencia, declinó el fichaje de tres grandes futbolistas formados en Bizkaia (Chus Pereda, Miguel Jones y José Eulogio Gárate) por el mero hecho de haber nacido fuera del País Vasco.

15.2. Detractores y defensores

El mantenimiento de esta política de jugadores ha recibido tanto críticas como muestras de apoyo. A continuación, ofrecemos los argumentos vertidos en uno y otro sentido.

En el primero de los casos, una causa de desaprobación –aunque mínima– es la interpretación de la filosofía como xenófoba. Autores como Crolley y Hand (2002) han tildado así esta captación de futbolistas por, a su juicio, discriminar sobre la base de la etnicidad. Por otro lado, Castillo (2007a; 2007b) recopila una serie de razones que han llevado a varios creadores de opinión a considerar esta filosofía como anacronista. En primer lugar, se destaca su anti-competitividad. El hecho de que los bilbaínos sólo puedan trabajar sobre una población de cerca de tres millones de personas, mientras los demás clubes pueden acudir a todo el mundo parece ser contraproducente. A ello, debemos añadirle que, en el fútbol actual, ganar lo es todo. Esta idea parece cobrar aún más fuerza si tenemos en cuenta que el último título rojiblanco se remonta a 1984⁵⁷. A ello se suma una cierta falta de sentido económico, ya que sus limitaciones le impiden fichar grandes estrellas mundiales y apelar a audiencias globales.

⁵⁷ El Athletic Bilbao ganó en 2015 la Supercopa de España frente al FC Barcelona (con un balance total de 5-1). Sin embargo, el cuadro vizcaíno acudió a dicha cita como subcampeón de la Copa y, por lo tanto, como invitado. Por esa razón, entre muchos seguidores rojiblanco se minusvalora esta victoria.

En el lado opuesto están quienes respaldan esta concepción del equipo. Las acusaciones xenófobas son fuertemente contestadas. Entre quienes más claro se han expresado al respecto encontramos a Shulman (2004). Este académico sostiene que la filosofía del club es tan abierta como la de cualquier Estado moderno. Fundamente su perspectiva en que el Athletic Bilbao no veta a los extranjeros por el hecho de serlos, sino que más bien apuesta por el talento local. Además, hace hincapié en casos como el del ex portero Biurrun, que nacido en Brasil jugó en el club bilbaíno por su formación en cantera vasca. Y concluye que, dado el alto aprecio y defensa de los vizcaínos por sus raíces británicas, ninguna institución xenófoba se enorgullecería tanto de sus orígenes foráneos. Por su parte, Castillo (2007a; 2007b) aquí también recoge una sucesión de argumentos a favor de mantener la política de jugadores del equipo. En el plano competitivo, destaca que los resultados del equipo, puestos en perspectiva, no han sido muy distintos al del resto de equipos, salvo los más poderosos económicamente. Por lo tanto, la adquisición de jugadores foráneos no es garantía de éxito asegurado. En este sentido, incluso se pueden enlistar ciertos logros del club como las cuatro finales de Copa disputadas desde el año 2009⁵⁸, la final de la Europa League jugada en 2012 y la Supercopa de España ganada al FC Barcelona en 2015. En el aspecto económico, el conjunto rojiblanco ha conseguido mantener sus finanzas en orden y, así, evitar su conversión en SAD. De hecho, durante la crisis por el virus Covid-19 surgida en tiempos de la investigación, los vizcaínos han presentado el balance de cuentas más saneado, con ciento ochenta y ocho millones de euros de saldo positivo (Rivas, 2020).

Por último, y siguiendo con los argumentos a favor, se recalca que el vínculo sentimental, la lealtad de sus seguidores y su unicidad son consecuencia, precisamente, de esta filosofía. En esta línea, González San Martín (2008) defiende el papel de esta política en pro de la convivencia y la cohesión social que genera, en una sociedad tan dividida como la vizcaína. Al respecto, parafrasea a Maquiavelo cuando indica que un soberano prefiere perder una batalla con tropas propias que vencerla con ajenas. De este modo, subraya el compromiso extra de los futbolistas rojiblancos.

Ese príncipe sabe que las derrotas parciales se transformarán algún día en victorias definitivas, si las tropas son conscientes de lo que representan. Los soldados propios pelean por una causa mejor que su sola paga. (...) Los

⁵⁸ En el momento de redacción de esta tesis doctoral, el Athletic Bilbao se encuentra clasificado para la final de la Copa del Rey 2019/2020 contra la Real Sociedad.

jugadores del Villarreal defienden su caché. Los del Athletic, además, el sentimiento de pertenencia (*Ibid*, 2008: 92).

Tras haber establecido estas coordenadas teóricas, es hora de complementarlas. Para ello, en el siguiente capítulo presentaremos y desarrollaremos el correspondiente marco sociohistórico en torno al País Vasco y al propio Athletic Bilbao.

BLOQUE IV: CONTEXTO SOCIOHISTÓRICO

16. EL ATHLETIC Y BILBAO EN CLAVE SOCIOHISTÓRICA

A lo largo de las próximas páginas detallaremos aquellos aspectos sociohistóricos que permitan comprender mejor la dimensión cultural de esta tesis. En primer lugar, ubicaremos espacialmente la localidad en la que radica nuestro caso de estudio, el Athletic Bilbao. De este modo, estableceremos las coordenadas geográficas de las diferentes divisiones territoriales en las que se ancla (ciudad, provincia, comunidad autónoma, Estado...) así como los datos poblacionales.

Seguidamente, pondremos el foco en diferentes aspectos sociales que han definido a esta tierra desde finales del siglo XIX hasta la actualidad. En este sentido, comenzaremos con los diversos movimientos migratorios hacia Bizkaia y el País Vasco, en sus distintas épocas (interna en buena parte del siglo XX y extranjera hacia finales del mismo). Posteriormente, nos fijaremos en las tensiones vividas, especialmente, en los convulsos años ochenta con la intensidad de la actividad terrorista de ETA y la desindustrialización.

A continuación, será el turno de profundizar en las particularidades del propio equipo. Partiremos desde sus inicios, fruto de un creciente establecimiento del sector secundario en la zona. Un capítulo aparte merecerá el sólido vínculo entre el Athletic Bilbao y el Reino Unido, como se manifiesta en diferentes patrones y repertorios culturales ligados a la entidad rojiblanca.

Finalmente, no por ello menos importante, prestaremos atención a la afición *zurigorri*. Concretamente, a aquellos detalles que no contemplaremos en el apartado de Resultados (capítulo 17), como la constitución de las peñas de apoyo al club o los recibimientos masivos tras la consecución de un título. Es aquí donde hablaremos, entre otras, de la popular gabarra con la que la institución vizcaína comenzó a celebrar sus éxitos deportivos a partir de los años ochenta.

Con todo ello, se pretende presentar un marco social y temporal lo suficientemente amplio para comprender la investigación del Athletic Bilbao en los cuatro años que comprenden esta tesis (2017-2020).

16.1. El mapamundi de Bilbao

La villa de Bilbao se ubica en el Norte de la península Ibérica, atravesada por la ría del Nervión. Según los últimos datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019b), la urbe cuenta con una población de 346.843 habitantes (163.563 hombres y 183.280 mujeres).

A su vez, forma parte de la provincia y territorio histórico de Bizkaia, bañada por el mar Cantábrico y limítrofe con las provincias de Gipuzkoa, Araba, Burgos y Cantabria. Dicho territorio se compone de ciento doce municipios organizados en siete comarcas oficiosas: Gran Bilbao, Duranguesado, Lea-Artibai, Busturialdea-Urdaibai, Uribe, Las Encartaciones y Arratia-Nervión. De acuerdo con las últimas cifras del INE (*Ibid*, 2019d), en Bizkaia residían 1.152.871 personas (556.212 hombres y 596.439 mujeres).

Este territorio histórico, junto con los de Gipuzkoa y Araba, conforma la Comunidad Autónoma Vasca (CAV), siendo la ciudad de Vitoria-Gasteiz su capital y sede del Parlamento Vasco. La provincia de Bizkaia es la más habitada de las tres que componen la región, con una población total de 2.207.776 residentes (1.073.074 hombres y 1.134.702 mujeres) (*Ibid*, 2019c). Al respecto, cabe hacer una matización. Si bien en términos político-administrativos el País Vasco se refiere a este territorio, en términos culturales hay interpretaciones que modifican estos límites. Así, como ya hemos indicado en capítulos anteriores, el concepto *Euskal Herria* abarca también a la Comunidad Foral de Navarra y a las provincias del País Vasco francés –*Iparralde*– (Lapurdi, Zuberoa y Behe Nafarroa) (Azurmendi, 1998).

Respecto a la pertenencia estatal, se enmarca dentro de los límites soberanos del Reino de España, aunque su carácter foral le otorga ciertas competencias –fundamentalmente económico-financieras– de las que no disponen el resto de comunidades autónomas, salvo Navarra. Al igual que el conjunto del Estado, el País Vasco se incorporó a la Unión Europea en el año 1986, de este modo adaptando un nuevo encaje global y legislativo.

16.2. Inmigración hacia Bizkaia y el País Vasco

La población vasca, en general, y vizcaína, en particular, dista de haber sido homogénea y de no haber vivido transformaciones desde finales del siglo XIX hasta la actualidad (haciendo coincidir este período de tiempo con la existencia del propio Athletic Bilbao). Una causa trascendental para ese cambio social fue la creciente industrialización que vivió desde la segunda mitad del siglo XIX. Los habitantes de las áreas rurales comenzaron a llegar e instalarse en torno a las nuevas fábricas que se establecían en Bilbao y sus alrededores. Según González Portilla y García Abad (2006), las dos grandes olas de inmigración fueron los períodos 1876-1930 y 1950-1975. Basado en un meticuloso análisis del censo, estos autores subrayan que la población ubicada a lo largo de la ría del Nervión se multiplicó por 13,6 en apenas cien años. Otro factor clave a destacar es que, hacia finales del siglo XX, el 84% de la población a uno u otro lado de la ría eran inmigrantes o hijos de inmigrantes (*Ibid*, 2006). Igualmente, es reseñable indicar que, a mediados de la década de los setenta, un tercio de la sociedad vasca había nacido fuera del País Vasco (Gyóri Szabó, 2013; Jeram, 2015).

Estas olas migratorias ocurridas en la centuria pasada fueron protagonizadas por gente procedente de otras zonas de España. Una de estas áreas fue, principalmente, Castilla y León. Nos centraremos en ella habida cuenta, además, de que centra parte de nuestro trabajo de campo. Utilizando los datos de González Portilla y García Abad (2006), el Cuadro 2 muestra los datos más destacados de las provincias castellano-leonesas, así como su evolución en el tiempo.

MIGRACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN HACIA EL PAÍS VASCO (1890 y 1960)							
1890				1960			
POSICIÓN (sobre el total estatal)	PROVINCIA	Nº	% (sobre el total estatal)	POSICIÓN (sobre el total estatal)	PROVINCIA	Nº	% (sobre el total estatal)
2º	Burgos	2.776	15,3	1º	Burgos	31.896	15,01
9º	Soria	602	3,22	4º	Palencia	11.171	5,26
10º	León	543	2,99	5º	Valladolid	10.827	5,10
11º	Palencia	335	1,85	9º	Salamanca	6.161	2,90
13º	Valladolid	316	1,74	10º	León	5.681	2,67
				11º	Zamora	5.561	2,62

Cuadro 2 | Migración de Castilla y León hacia el País Vasco (1890 y 1960) | Fuente:

Elaboración propia a partir de González Portilla y García Abad (2006)

Como se puede observar, el número de personas que emigraron desde Castilla y León hacia el País Vasco aumentó considerablemente en la década de los sesenta. De hecho, en 1890 sólo tres territorios integraban el top-10, mientras en 1960 la mitad de esta clasificación se correspondía con provincias de dicha comunidad autónoma. Asimismo, en ambas oleadas migratorias Burgos lidera la clasificación autonómica. Es más, pasa de la segunda posición estatal a la primera a mediados del siglo XX. Por otro lado, se aprecia un aumento de cuatro provincias concretas (Palencia, Valladolid, Salamanca y Zamora), mientras León mantiene su peso relativo y Soria desciende.

Como epílogo a esta relación entre Castilla y León y el País Vasco, queremos hacer hincapié en un componente histórico bien conocido en ambos territorios. Nos referimos al llamado Tren de La Robla⁵⁹. Se trató de la línea ferroviaria de vía estrecha más larga de Europa Occidental, construida a finales del siglo XIX, y que conectaba este municipio leonés con Bilbao (El País, 2003). En origen, esta vía fue pensada para el transporte de carbón desde las minas leonesas hasta la pujante industria vizcaína. Como hemos visto, el empuje de las factorías vascas demandó una gran cantidad de mano de obra con la que desarrollar el sector secundario. Consecuentemente, este ferrocarril no sólo permitió el desplazamiento de recursos naturales, sino que, con el tiempo, también facilitó el de recursos humanos. Concretamente, los muchos emigrantes de esta provincia que hicieron las maletas en busca de trabajo en Bizkaia. La conexión entre ambos puntos se realizaba mediante un trayecto que atravesaba otras provincias de Castilla y León. Específicamente, este tenía paradas en varias localidades de Palencia y de Burgos. En ellas, también se subían otras tantas personas persiguiendo el mismo objetivo (Sánchez Melado, 2006). Con el declive de la minería del carbón y la crisis industrial de los años ochenta, esta línea ferroviaria también se vio afectada. Tal es así que, en los tiempos de esta investigación, ya no tiene el mismo cometido. Su uso ha pasado a ser comercial, con un enfoque turístico que permite recorrer la misma distancia haciendo escala en las distintas paradas y fomentando el descubrimiento de los recursos naturales y paisajísticos de la cornisa cantábrica.

⁵⁹ La Robla es un municipio de la provincia de León. Se halla en la zona conocida como Montaña Central Leonesa, a menos de treinta kilómetros de la capital. La construcción de esta vía de ferrocarril impulsó el desarrollo de las cuencas mineras de la zona. Al mismo tiempo, supuso la instalación de una central térmica en la localidad; una central térmica que, en el momento de redacción de esta tesis, se encuentra en fase terminal debido a la Transición Justa planificada por el Estado español con la que se pretende acabar con la extracción de este combustible fósil.

Si echamos un vistazo a la literatura, podemos encontrar el efecto que estas migraciones internas han tenido en el entramado social vasco. Uno de los escritores que mejor ha recogido esta transformación es Kirmen Uribe (2009) con su obra *Bilbao – New York – Bilbao*. En el siguiente extracto de la novela se puede observar dicho cambio:

Estaba de vacaciones una vez en Andalucía y me ocurrió una cosa curiosa. Conversaba con unos jóvenes y, cuando les dije de dónde era, uno de ellos me contó que él de pequeño había vivido en Ondarroa. [...] Cuando sus padres llegaron al País Vasco, no tenían casa y dormían en el almacén del puerto. [...] Después de trabajar unos años en la costa cantábrica se volvieron todos a Andalucía. Todos menos la hermana, que se quedó a vivir en el País Vasco. Hubo quienes dejaron el barco y el puerto y consiguieron formar un hogar allí. Al principio vivían con otros marineros todos juntos, y luego en solitario. Al cabo de unos años, algunos de ellos se casaron y tuvieron hijos. Hoy en día sus hijos hablan euskera (*Ibid*, 2009: 137-138).

Los efectos de la globalización también se han visto reflejados en los nuevos patrones de inmigración hacia Bizkaia y el País Vasco. En la actualidad, los movimientos internos han dado paso a los desplazamientos desde el extranjero. Los nuevos residentes ya no vienen sólo de otras áreas de España, sino que, principalmente, se trata de personas procedentes de otros países (Jeram, 2015).

DIEZ PRINCIPALES ORÍGENES INMIGRACIÓN EXTERIOR 2019					
HACIA BIZKAIA			HACIA EL PAÍS VASCO		
PAÍS	Nº	%	PAÍS	Nº	%
Colombia	11.826	9,5	Marruecos	24.867	11,2
Marruecos	10.259	8,8	Colombia	22.124	10
Rumanía	9.502	8,7	Rumanía	15.952	7,2
Bolivia	9.420	4,8	Bolivia	11.706	5,3
Paraguay	5.254	4,5	Nicaragua	11.155	5
Nicaragua	4.833	4,4	Ecuador	8.659	3,9
Venezuela	4.758	3,4	Venezuela	7.746	3,5
Ecuador	3.718	3,2	Paraguay	7.062	3,2
Brasil	3.506	3,1	Brasil	6.856	3,1
China	3.412	2,8	Portugal	6.763	3

Cuadro 3 | Orígenes de la inmigración exterior hacia Bizkaia y el País Vasco en el año 2019 | Fuente: Elaboración propia a partir de Ikuspegi (2019a; 2019b)

En el Cuadro 3 se puede contemplar el top10 de los lugares de nacimiento de los nuevos habitantes tanto en Bizkaia como en el País Vasco. Para ello, se han tomado como base los datos más recientes del INE, referidos al año 2019, recopilados por el Observatorio Vasco de la Inmigración – Ikuspegi (2019a; 2019b). En primer lugar, cabe indicar los datos totales de inmigración exterior en ambas demarcaciones territoriales. Así, en el territorio histórico la cifra se sitúa en 108.554 (50.671 hombres y 57.883 mujeres), mientras que en la comunidad autónoma se eleva a 221.992 (105.259 hombres y 116.733 mujeres). Con estos guarismos, podemos señalar que la inmigración exterior representa el 9,53% y el 10,17% de la población en ambos enclaves, respectivamente.

El origen de las personas guarda una cierta correlación entre Bizkaia y el País Vasco, con la única diferencia del mayor peso de la población china en el territorio histórico y de la portuguesa en el conjunto de la comunidad autónoma. Asimismo, las tres primeras posiciones están copadas por los mismos lugares de nacimiento (Colombia, Marruecos y Rumanía), si bien existe un cambio de orden entre el país latinoamericano y el magrebí (primero y segundo en el caso vizcaíno, segundo y primero en el vasco).

Nuevamente, un vistazo a la literatura da cuenta de estas transformaciones sociales. Por un lado, la escritora Edurne Portela (2017), en su obra *Mejor la ausencia*, refleja los

cambios vividos en la margen izquierda del Nervión. En esta orilla es donde, tradicionalmente, se han establecido las nuevas familias llegadas a la provincia para trabajar como mano de obra en sus fábricas y astilleros. Con la transición del sector industrial al terciario, las factorías se han cerrado y las migraciones han modificado su aspecto, pero la esencia de la margen izquierda se mantiene. En este fragmento podemos observarlo:

A mí me da pena que estén desapareciendo [los vestigios industriales], que la margen izquierda esté convirtiéndose en versión edulcorada de lo que fue, con la paradoja de que ahora las desigualdades sociales son aún más graves. Los desarrapados de hoy son los inmigrantes africanos y latinoamericanos, y éstos no se manifiestan ni hacen huelgas. Se les ve bajándose en las estaciones de Zorroza y Sestao, con sus fardos y sus hatillos. Supongo que vivirán hacinados en las mismas casas oscuras y angostas en las que lo hicieron los obreros de las fábricas de la zona hace cuarenta años. Pero hoy toca ver, desde el paseo de las Arenas a Algorta, los palacetes de los ricos de antes y de ahora. Ahí no ha habido tantos cambios, más o menos siguen siendo los mismos (*Ibid*, 2017: 200-201).

Por otro lado, el ya mencionado Kirmen Uribe (2009) también se refiere a esta transformación social y al papel relevante que juega esta inmigración exterior en la Bizkaia de hoy en día. A través de un aspecto cotidiano de su Ondarroa natal, presenta la nueva situación que se vive en una de las actividades y en uno de los colectivos más representativas del territorio: la *arrantza* (la pesca o actividad marina) y los *arrantzales* (los marineros).

¿Sabes que en nuestro pueblo no se han visto negros hasta hace muy poco? [...] Sí, pero fíjate cómo son las cosas. Ahora son un cinco por ciento de la población en un pueblo de nueve mil habitantes. Los jóvenes del pueblo no queríamos salir a la mar y ahora son ellos pescadores. [...] En el 2001 los armadores reclamaron la necesidad de nuevos pescadores y su demanda la atendieron desde Senegal. [...] Sobre todo en Dakar. La mayoría son del pueblo Serer Nominka (*Ibid*, 2009: 109-110).

Como se aprecia, las sociedades vizcaína y vasca han vivido cambios estructurales en la composición de su población. Sin embargo, la inmigración no ha sido el único asunto que ha transformado el conglomerado social de ambos territorios. Según veremos a continuación, aspectos como la reconversión industrial o la actividad terrorista han dejado su huella.

16.3. Demasiado gris sobre Bizkaia

Las tres décadas que van desde 1980 hasta 2010 han marcado un antes y un después para Bilbao, en particular, y Bizkaia, en general. En los años ochenta, el modelo industrial vizcaíno vivió una gran sacudida con la reconversión industrial, el cierre de varias factorías y las incertidumbres de un motor económico de cuyo futuro no se sabía nada. Tal tensión derivó en un paro cercano al treinta por ciento, huelgas promovidas por los sindicatos y enfrentamientos entre los trabajadores y la policía (Rodrigálvarez, 2014). La solución pasó por la transformación de un territorio fuertemente anclado en el sector secundario hacia un sector servicios. Así, el proyecto Bilbao Ría 2000 permitió una reforma de la ciudad y su rehabilitación urbanística (Reviriego, 2017). En 1997 y 1999, se inauguraban dos de las principales apuestas económicas: el museo Guggenheim y el Palacio Euskalduna, respectivamente. Con ellos se pretendía lavar la imagen de la villa, abrir sus puertas al turismo y posicionarse como una ubicación apropiada para la acogida de congresos y eventos internacionales.

Si bien la economía atravesó su particular bache y se aplicaron fórmulas de remedio, durante estos decenios seguía existiendo un problema social cuyas consecuencias fueron notorias. La actividad armada de la banda terrorista ETA no cesaba y, especialmente, desde finales de los años setenta y durante todos los ochenta esta se intensificó. Sus primeras víctimas se remontan a 1968, aún bajo la dictadura franquista. Su último asesinato fue en el año 2010, meses antes de anunciar el cese de su actividad armada. Habida cuenta del propósito de esta tesis, nos centraremos en los efectos que la existencia de ETA tuvo en el Athletic Bilbao.

Una de esas secuelas, como se detallará más adelante, fue el desafecto que produjo entre ciertos seguidores del conjunto rojiblanco. Según recoge Rodrigálvarez (2014), el terrorismo, entre otras causas, generó procesos de desidentificación con el equipo

bilbaíno. Principalmente fuera del País Vasco, se asociaba un fenómeno con el otro y, por lo tanto, la vinculación hinchista-club vivió casos de desapego.

Por otro lado, las andanzas de la banda terrorista también afectaron a la estructura de la propia entidad vizcaína. En este sentido, Quiroga Fernández de Soto (2014a) recopila una serie de episodios que así lo evidencian. Uno de los capítulos más recordados entre la afición *zurigorri* fue el secuestro de Juan Pedro Guzmán, miembro de la Junta Directiva, en 1985. En un comunicado, ETA acusó a los jugadores, al cuerpo técnico y a los propios directivos del Athletic Bilbao de manipular a la opinión pública y de seguir los planes del Ministerio del Interior español. En los años noventa, el grupo armado comenzó con el chantaje y las extorsiones a ciertos futbolistas vascos. La presión más mediatizada fue la ejercida sobre el lateral vascofrancés Bixente Lizarazu, especialmente tras su fichaje por el Bayern de Múnich (procedente del Athletic Bilbao) en 1997. Cada vez que el zaguero viajaba a España para jugar un compromiso intercontinental con la escuadra alemana, se tenían que reforzar las medidas de seguridad por amenazas. Finalmente, el último suceso más reconocido tuvo lugar en 2008. Hasta entonces, las condenas públicas en San Mamés a los crímenes de ETA se habían movido en el terreno de la tibieza. Dispuesta a acabar con este tabú, la Junta Directiva comandada por Fernando García Macua (2007-2011) invitó a los hinchas a guardar un minuto de silencio por el asesinato de Isaías Carrasco. Mientras los jugadores y la mayor parte de la hinchada respetaron la iniciativa, un grupo de radicales lo interrumpieron. El resultado fue dieciséis segundos de homenaje.

16.4. Y un inglés vino a Bilbao

Ya hemos visto cómo los diferentes cambios sociales acontecidos desde finales del siglo XIX han conllevado transformaciones en las poblaciones vizcaína y vasca. Igualmente, estas novedades también han implicado alteraciones socioculturales. Es aquí donde desviamos nuestro foco de atención y lo centraremos, a continuación, en el Athletic Bilbao en sí. Profundizar en este club nos obliga a hacer una referencia, primeramente, a la industrialización vivida en la zona durante esa misma centuria. De hecho, no puede hablarse del conjunto rojiblanco sin aludir a las relaciones comerciales y económicas de

Bizkaia y el País Vasco, así como a las minas y al creciente número de factorías que comenzaron a instalarse en las márgenes de la ría del Nervión.

En ese despunte económico jugaron un papel relevante los industriales británicos que se establecieron en esta zona del Cantábrico. Interesados en las minas de hierro vizcaínas con las que abastecer a las fábricas de las islas, comenzaron a tejer relaciones comerciales entre el Reino Unido y Bizkaia. Unas de las consecuencias de ese acercamiento fue la importación de una práctica que, por aquel entonces, ya estaba consolidada en su tierra: el fútbol. De hecho, de acuerdo con Giulianotti (1999), la expansión mundial de este deporte respondió más a conexiones mercantiles que a razones imperiales. Será en los muelles de la capital vizcaína donde los ingleses allí asentados jugarían sus primeros partidos ante la curiosidad de los bilbaínos. Esta curiosidad con el tiempo se convertiría en interés y no tardarían en producirse los primeros encuentros entre británicos y vizcaínos. Esta dinámica continuó hasta que en 1898 se fundó el Athletic Club.

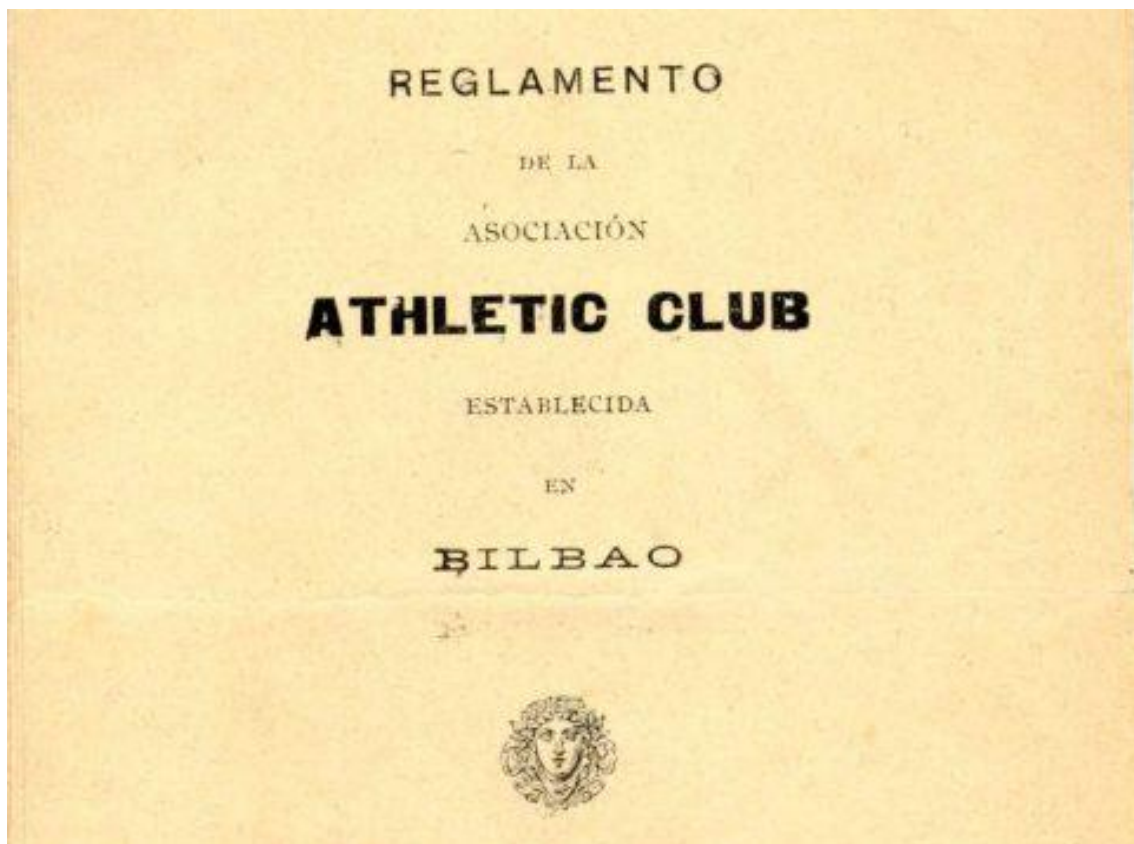


Foto 2 | Primeros estatutos del Athletic Bilbao (1901) | Fuente: Athletic Club (2020d)

Sin embargo, la relación a tres Athletic Bilbao-Bizkaia-Reino Unido no se terminaría ahí. Muy al contrario, se consolidó todavía más hasta el punto de que el territorio histórico adoptaría modas y repertorios culturales de las islas, mientras el conjunto rojiblanco miraría de reojo a Inglaterra en la búsqueda de nuevos patrones futbolísticos. Así, la historia de los colores actuales de la institución toma su origen en Gran Bretaña. La primera camiseta del club era azul y blanca, con un diseño a cuadros, similar a la del Blackburn Rovers. En 1910, uno de los dirigentes de la entidad –Juan Elorduy- se encontraba en Inglaterra y recibió el encargo de comprar nuevas elásticas para reponer el inventario. No obstante, la tarea no resultó sencilla y Elorduy no pudo encontrar suficientes zamarras. Ante este inconveniente, y toda vez que se hallaba en ese momento en Southampton, el directivo probó suerte y adquirió las camisetas del equipo local. En este caso, se pasaba del blanco y azul al blanco y rojo, de los cuadros a las rayas verticales. El resto, como ya se sabe, es historia y desde entonces el Athletic Bilbao vestiría el uniforme que, a día de hoy y con sus sucesivas modificaciones, sigue luciendo (Bertelegni, 2017).

Otra muestra de esta ligazón tiene que ver con uno de los cánticos que más se ha popularizado entre la afición *zurigorri*. En 1914 el Athletic Bilbao conquistó su sexta Copa y se entonó, por primera vez, el “Alirón” (Agiriano, 2010: 54). Esta palabra, tan unida al equipo vizcaíno como observamos, tiene su origen en la expresión inglesa *all iron* (todo hierro traducido al castellano). Este era el grito de alegría de los trabajadores de las minas de hierro de Bizkaia a finales del siglo XIX. Cuando extraían piedras de calidad, los ingenieros británicos lo verificaban. Si este resultaba auténtico, seguidamente escribían la leyenda *all iron*. A consecuencia de ello, los empleados cobrarían más o recibirían un día de fiesta. De este modo, esta exclamación denotaba felicidad (Peña Gainza de Minglanilla, 2015). Una imprecisa pronunciación transformaría la expresión inglesa en la palabra castellana que, con el tiempo, ha pasado a ser sinónimo de convertirse en campeón.

Más pruebas de este vínculo vizcaíno-británico nos llevan a la temporada 1958/1959. En aquella época el Athletic Bilbao disputó un partido amistoso en Birmingham contra el West Bromwich Albion. La victoria rojiblanca no supuso un simple triunfo. Significó la primera vez que un conjunto europeo batía a un equipo inglés en Gran Bretaña (Bertelegni, 2017). Veintitrés años después, en 1982, los bilbaínos recibirían en San Mamés a la mismísima selección inglesa (empate a un gol). Se trató de un homenaje al

jugador Txetxu Rojo, que colgaba las botas tras ese choque. No sería ese el último partido que los británicos jugasen en el estadio bilbaíno, ya que este sería su sede durante la fase de grupos del Mundial de España 1982.

16.5. No lo llames el Atlético, llámalo Athletic

Si hay un hecho que define esta fuerte vinculación del equipo con el Reino Unido ha sido su esfuerzo por mantener su nombre “Athletic Club” en inglés, a pesar de las restricciones vividas en parte de su historia. Nos referimos concretamente al episodio vivido durante la dictadura franquista. A finales de 1940, un Decreto-Ley obligaba a todos los equipos a eliminar cualquier extranjerismo de su denominación. De esta manera el Régimen imponía la castellanización de todas las asociaciones deportivas y, por lo tanto, el club pasó a llamarse Atlético de Bilbao (Bertelegni, 2017).

Esta práctica era común entre los sistemas autoritarios de la época. Así, los fascistas italianizaron los nombres de varios equipos como el AC Milan, que se convirtió en Milano, o el Internazionale, que fue rebautizado como Ambrosiana (Kuper, 2012). Por su parte, en los Países Bajos el régimen nazi obligó al cambio de nomenclatura a aquellos conjuntos que aludían a miembros de la exiliada familiar real holandesa, como el Wilhelmina (actual Feyenoord) o el Juliana (*Ibid*, 2012). Curiosamente, se comparte con Quiroga Fernández de Soto (2019: 279) que “toda esta limpieza lingüística tuvo lugar al mismo tiempo que los franquistas imponían el saludo romano en los campos de fútbol, una costumbre que difícilmente se podía calificar de genuinamente española”.

En 1972 se anuló el Decreto-Ley que obligaba a la españolización de los nombres de los equipos de fútbol. Inmediatamente, el conjunto bilbaíno reinstauró su nombre original y volvía a ser el “Athletic Club”. Como subraya Bertelegni (2017), no se trató de un gesto menor. A su juicio, ceder a los intereses del gobierno hubiera supuesto renunciar a un elemento que recuerda la antigüedad y los orígenes del combinado vizcaíno, así como un momento de apertura de la villa a Europa. Por otro lado, existe un cierto simbolismo de resistencia frente a la dictadura. De acuerdo con Raento y Watson (2000), al confrontar las denominaciones existentes, al nombrar y al renombrar se están ejerciendo estrategias de poder. En este caso concreto, retomar la nomenclatura original tan rápidamente enviaba un mensaje desafiante y mostraba resiliencia. De hecho, muchos

aficionados rojiblancos se sienten molestos cuando gente ajena a la entidad se refieren a esta como “el Bilbao”.

Este orgullo en su denominación inglesa da pie a anotar un punto más al respecto. A pesar de la política de jugadores tan localista y su sólida conexión con el territorio, el único equipo de la élite futbolística que tiene un nombre en euskera es el CA Osasuna, de Navarra⁶⁰ (Díaz Noci, 2000; Gyóri Szabó, 2013).

16.6. Los Leones de San Mamés

La relación del Athletic Bilbao con los nombres no sólo se reduce a esta conexión inglesa. También guarda una relación totémica que lo vincula fuertemente a su estadio, San Mamés, y a la historia que rodea a este santo. Según cuenta la leyenda, en el siglo III este mártir fue arrojado al circo romano por no abjurar de su fe cristiana. Allí, los leones que le esperaban, lejos de atacarle, le defendieron de una muerte segura. Muchas centurias después, el campo del club vizcaíno se erigió sobre el vecino asilo de San Mamés. De ahí que el estadio adoptase este nombre y los jugadores del equipo fuesen llamados Los Leones, en honor a los felinos que protegieron al santo tiempo atrás. No obstante, el tradicional juego directo y físico de los rojiblancos ha contribuido a la consolidación de este sobrenombre por su fiereza.

El propio campo del Athletic Bilbao también ha vivido su particular historia en relación a sus nombres. En 1913 se inauguraba el viejo San Mamés en la ubicación anteriormente referida. Con el paso de las temporadas, la fuerte vinculación del club con la sociedad y la manera de entender el fútbol de la hinchada rojiblanca sirvió para que el estadio se ganase el apelativo de La Catedral. Una de las principales argumentaciones que se ofrecen al respecto tiene que ver con el acervo popular de la ciudadanía. Especialmente en las primeras temporadas tras su apertura, la gente solía preguntar a sus vecinos por el lugar al que se dirigían. Al responderles que a San Mamés, se volvía a cuestionar si se referían a la ermita. Como aclaración, incidían en que acudían a La Catedral. Otro razonamiento tiene que ver, como hemos indicado, con la atmósfera que se vive en su interior. En este sentido, Bertelegni (2017) destaca cómo muchos

⁶⁰ *Osasuna* en euskera significa “salud”. Además, cabe señalar que otro equipo, como la SD Eibar, también tiene su nombre en euskera, si bien en este caso alude al topónimo donde se ubica el club.

futbolistas rivales reconocen que jugar en casa del Athletic Bilbao no es igual que hacerlo en otro lugar. Tal es así que varios miembros del equipo contrario han sido despedidos entre aplausos por la hinchada local en reconocimiento a su buena actuación. Ejemplos de ello son Michael Laudrup (en la temporada 1995/1996 contra el Real Madrid), Gaizka Mendieta (1997/1998 contra el Valencia CF), David Villa (2005/2006 contra el Valencia CF), Ryan Giggs (2011/2012 contra el Manchester United) o Xavi Hernández (2014/2015 contra el FC Barcelona), entre otros (Basic, 2019).

Justo un siglo después, en 2013, el campo bilbaíno acogió su último partido oficial (derrota frente a la UD Levante por 0-1) antes de dar paso al nuevo San Mamés. La transición de uno al otro estuvo marcada por ciertos rituales. Así, en ese mismo encuentro, los seguidores *zurigorris* tributaron una ovación de cien segundos, uno por cada año de existencia (*Ibid*, 2017). Igualmente, tres años antes, coincidiendo con la ceremonia para marcar la deposición de la primera piedra del futuro campo, el simbolismo estuvo presente. Jose Ángel Iribar, ex portero y jugador que más ha vestido la camiseta del Athletic Bilbao, arrancó un trozo del terreno de juego que fue pasando, de mano en mano, mediante una cadena humana hasta ser colocado en el lugar donde el nuevo círculo central se ubicaría. Posteriormente, Iker Muniain, por aquel entonces el integrante más joven de la plantilla, tomó un pedazo de cemento de las paredes del recinto y lo integró en el terreno antiguo a través de la misma cadena humana (*Ibid*, 2017).

16.7. El Athletic Bilbao y sus peñas

Un activo importante del club bilbaíno, como profundizaremos en el apartado de Resultados (capítulo 17), es su hinchada. Buena parte de esta se organiza en torno a colectivos denominados peñas. Llopis-Goig y Flores (2017: 413) las definen como

grupos y asociaciones de aficionados al fútbol, simpatizantes de un mismo equipo, que se reúnen para presenciar o asistir a los partidos de su equipo. Suelen reunirse en bares o cafeterías que convierten en sus sedes, aunque algunas tienen su propio espacio de encuentro en las instalaciones del club. También su grado de formalización es variable: algunas están constituidas

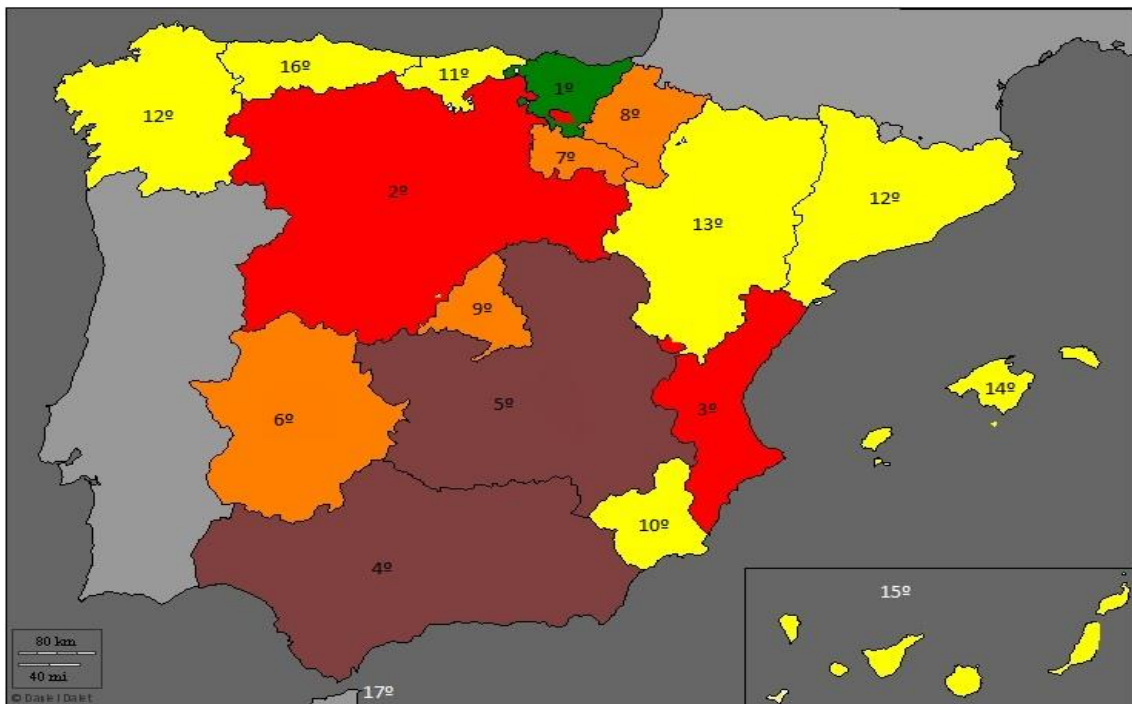
como asociaciones y cuentan con sus propios estatutos, mientras que otras se mueven en el terreno de la sociabilidad informal.

De acuerdo con los datos de la institución rojiblanca, el Athletic Bilbao cuenta, en los tiempos de la investigación, con 465 peñas oficiales repartidas por todo el mundo (Athletic Club, 2019a). La provincia de Bizkaia es la que más alberga, con 152 peñas, es decir, el 32,7% de todas las establecidas⁶¹. A gran distancia le siguen Alicante (23) y La Rioja (18) en este particular podio. En cuanto a su distribución por comunidades autónomas, el País Vasco (177) lidera la clasificación con gran ventaja apoyado, en buena medida, por el gran peso de la provincia vizcaína. El segundo escalón le corresponde a Castilla y León (44) –territorio en el que centramos nuestra pesquisa-, seguida por la Comunidad Valenciana (37). Además, según se observa en los siguientes gráficos (Cuadro 4 y Mapa 1), llama la atención que las Comunidades Autónomas que bordean al País Vasco (Navarra, La Rioja y Cantabria), a excepción de Castilla y León, no se encuentren en las primeras posiciones. Por el contrario, las regiones más poderosas en este aspecto se encuentran en la mitad sur del Estado (Comunidad Valenciana, Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura). Igualmente, resulta pertinente destacar la presencia de quince peñas en el extranjero. Los países que cuentan con un mayor número son Estados Unidos y Francia (3), mientras el resto acogen una cada uno (Argentina, Bélgica, Colombia, Cuba, Italia, Japón, México, Reino Unido y Venezuela).

⁶¹ Para un conocimiento más detallado de la distribución de peñas del Athletic Bilbao por provincias, ver Anexo 5.

PEÑAS DEL ATHLETIC BILBAO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS		
POSICIÓN	CC. AA.	Nº PEÑAS
1º	País Vasco	177
2º	Castilla y León	44
3º	Comunidad Valenciana	37
4º	Andalucía	35
5º	Castilla-La Mancha	33
6º	Extremadura	25
7º	La Rioja	18
8º	Navarra	17
9º	Comunidad de Madrid	15
10º	Región de Murcia	10
11º	Cantabria	8
12º	Cataluña	7
12º	Galicia	7
13º	Aragón	6
14º	Islas Baleares	4
15º	Islas Canarias	3
16º	Principado de Asturias	2
17º	Ceuta	1

Cuadro 4 | Peñas del Athletic Bilbao por comunidades autónomas | Fuente: Elaboración propia a partir de Athletic Club (2019a)



Mapa 1 | Distribución de peñas del Athletic Bilbao por comunidades autónomas | Fuente: Elaboración propia a partir de Athletic Club (2019a)

Un aspecto a destacar de estas asociaciones son los diferentes encuentros que organizan a lo largo de una temporada. Su objetivo es reunirse y fortalecer los lazos que les unen mediante su afición al Athletic Bilbao. Se trata de toda una muestra de comunidad imaginada, en el sentido de Benedict Anderson (2006), ya que gente totalmente desconocida entre sí se sienten parte de un mismo colectivo por su identificación con el club vizcaíno. Algunos de estos eventos son el Congreso Internacional de Peñas (celebrado de manera anual en una ciudad diferente), el Athletic Eguna⁶² de Bilbao (organizado por la Federación de Peñas del Norte) y el Encuentro de Gámiz-Fika (coordinado por la peña de este municipio vizcaíno y que tiene lugar todos los años) (Bertelegni, 2017; Gutiérrez-Chico, 2017).



Foto 3 | La Peña Gainza de Minglanilla fue una de las primeras en constituirse fuera de Bizkaia (1950) | Fuente: Athletic Club (2020d)

Una de las mayores manifestaciones de apoyo al club han sido los recibimientos masivos protagonizados por sus aficionados tras la consecución de un título. Agiriano (2010) recopila dos de las acogidas más representativas, por opuestas en el tiempo, pero

⁶² *Egun* significa “día” en euskera.

conservando un denominador común: el gentío. La primera se remonta a 1916. Según presenta el periodista, la ciudad y la provincia se volcaron. Da como dato la hora que tardó la expedición en recorrer una distancia que, de normal, hubiera llevado quince minutos. De hecho, añade, los empleados municipales tuvieron que emplear agua a presión para abrir hueco y permitir que los jugadores pudieran llegar a su destino.

La segunda de estas muestras está más cercana en el tiempo y, aún hoy, representa una de las imágenes más asociadas con el Athletic Bilbao. Se trata de las celebraciones por el título liguero de 1983 y el doblete (Liga y Copa) de 1984. En ese momento los festejos marcaron un antes y un después en el imaginario rojiblanco, pues la gabarra surcó por primera vez la ría del Nervión. Se estima que un millón de personas recibieron al equipo en la ciudad o acudieron a ambas márgenes para animar a los campeones (MacClancy, 2003).

Con esta imagen de la afición rojiblanca, pasamos a profundizar en todos los aspectos presentados hasta este momento. Para ello nos disponemos a presentar los resultados obtenidos en esta investigación.



Foto 4 | Celebración del título de liga en 1983. En la imagen se ve a los miembros de la primera plantilla y al cuerpo técnico a bordo de la gabarra mientras surcan la ría del Nervión | Fuente: Athletic Club (2020d)

BLOQUE V: RESULTADOS. ¿HACIA UNA NUEVA VASQUIDAD? IDENTIDAD *ATHLETICTZALE*, RESISTENCIA Y TRANSVERSALIDAD.

Una vez planteados el diseño metodológico empleado en esta investigación, así como las coordenadas teóricas y sociohistóricas sobre las que nos asentamos, ha llegado el momento de presentar los resultados obtenidos. Estos se han obtenido a través de un diseño metodológico específico. Se ha articulado sobre una triangulación consistente en el método etnográfico (trabajo de campo, observación participante y entrevistas semiestructuradas a 25 aficionados del Athletic Bilbao nacidos en Bizkaia y Castilla y León, residentes en esta última comunidad autónoma), el análisis de contenido (prensa generalista y deportiva de difusión vasca y estatal) y la revisión literaria de distinto origen geográfico.

Los resultados, que se ofrecen a continuación, están organizados en torno a tres categorías de análisis principales para una apreciación más clara. Nos referimos a:

- a) Identificación con el club.
- b) Relación entre lo local y lo global.
- c) Performatividad de la identidad vasca.

17. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS

17.1. Identificación con el club

En este apartado nos centraremos en conocer los motivos y justificaciones que conducen a identificarse con una institución fuertemente vinculada a un determinado territorio. Este subcapítulo se divide en tres secciones. La primera busca conocer y comparar las causas que llevan a los aficionados vizcaínos y castellanoleoneses del Athletic Bilbao a identificarse con este. La segunda se orienta hacia las definiciones e interpretaciones que estos seguidores hacen de la singular política de jugadores del club. La tercera explora la relevancia y el grado de identificación de estos hinchas con el conjunto vizcaíno. Asimismo, lo compara con el que les suscita la selección española y los equipos locales de sus respectivos lugares de residencia.

17.1.1. Motivos de identificación para vizcaínos y castellanoleoneses

Esta primera categoría de análisis requiere, en primer lugar, indagar en los motivos que, tradicionalmente, han llevado a los aficionados del Athletic Bilbao a vincularse con el equipo. En esta antesala de los resultados obtenidos con nuestra investigación, cabe señalar el análisis elaborado por Llopis-Goig (2013). Sobre la base de una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en 2007, el académico valenciano recoge las causas que los seguidores participantes dieron para identificarse con el club vizcaíno. Así, la primera, con gran diferencia, fue el lugar de nacimiento o residencia (51,8%), seguida del apoyo desde la infancia y los valores generales (11,8%) y del entorno familiar-social y los valores políticos (4,7%)⁶³.

Si desarrollamos una línea histórica, encontramos que el estilo de juego de los bilbaínos -muy similar al británico por su intensidad física y su carácter directo (balones en largo al área, despliegue por las bandas...)- generó gran admiración en el país y, consecuentemente, procesos de identificación con el equipo en la década de los veinte

⁶³ Se trata de la encuesta número 2.705 del CIS, realizada en el año 2007. Contó con una muestra de 2.473 entrevistas a la población española mayor de edad.

(Gyóri Szabo, 2013; Llopis-Goig, 2008). Igualmente, autores como Rodrigálvarez (2014) y Vaczi (2011) sostienen que se ha producido un cambio de criterio entre los hinchas *zurigorris*. De este modo, las generaciones más mayores construyeron su identificación con el club en base a las victorias y triunfos de la escuadra vizcaína, con ciertos repuntes en la época moderna (la Liga de 1983 y el doblete de 1984 o las dos finales de la era Bielsa en 2012). Por el contrario, las generaciones más jóvenes han sustentado su vínculo con el equipo sobre la idiosincrasia de la política de jugadores.

Después de estas interpretaciones, cabe conocer las causas que han llevado a los seguidores vizcaínos y castellanoleoneses del Athletic Bilbao a convertirse en aficionados del club y, por lo tanto, a crear procesos de identificación con este.

En primer lugar, debemos resaltar la especial relevancia que tiene la variable “origen del hincha” en esta cuestión. Para los oriundos de Bizkaia, el hecho de ser vizcaíno es un factor trascendental en esta adscripción. Crecer y rodearse de una sociedad en la que el club está presente por todas partes, así como la relación de proximidad con los jugadores condiciona especialmente esta adhesión. Según afirma Leire (52 años)⁶⁴, “es lo que se vivía en casa. Siempre se ha visto mucho fútbol. En casa, en la calle, en todos los sitios era el Athletic. No es que no hubiera opción, pero es que no se te ocurría otra cosa”. En idénticos términos se manifiesta Unai (58 años) cuando subraya que “lo más importante, quizás, sea nacer en Bilbao. Pocos niños que nazcan en Bilbao se hacen del Madrid o del Barça. El sentimiento que conlleva, aunque pueda sonar un poco nacionalista, el hecho de tener gente de allí, de entrar desde joven en la cantera, pues da más sensación de cercanía a la gente”. Esta idea también la comparte Gaizka (50 años), quien destaca que “eso es algo que te meten en vena desde pequeño. Naces en Bilbao, empiezas a ver a los jugadores. No se plantea uno ser de otro equipo. No por nada, sino por cultura, por todo”. Igualmente, Nekane (28 años) explica que

ya venía en el DNI como se suele decir. Por motivos de trabajo, mis padres tuvieron la suerte de poder irse a Bilbao y yo tuve la suerte de poder nacer en Bilbao. Entonces, desde chiquitita he visto en mi casa libros del Athletic, camisetas del Athletic, fotos del Athletic, partidos del Athletic y digamos

⁶⁴ A modo de recordatorio, indicamos que todos los nombres son ficticios con el fin de proteger el anonimato de los participantes. Las personas procedentes de Bizkaia reciben nombres en euskera, mientras que los procedentes de Castilla y León reciben nombres en castellano. Asimismo, para conocer el perfil sociodemográfico de los participantes, ver Anexo 1.

que va unido siempre. Sí es cierto que siempre te entran las tentaciones de irte a lo fácil, en plan Madrid-Barcelona, pero es que es algo que te va inculcado. Lo mamás desde pequeña y solo quien lo mama sabe lo que significa.

Esta relación causa-efecto por la cual ser vizcaíno conlleva ser, casi automáticamente, seguidor del Athletic Bilbao también ha generado sus consecuentes deliberaciones. Así, el periodista bilbaíno Patxi Alonso (2008: 26-27) resume, de una manera muy gráfica, esta vinculación:

Juan Villoro sostiene que, muchas veces, el destino decide antes de que el sujeto sobre conciencia de su libre albedrío, y el hincha nace al modo ateniense, determinado por la ciudad. Si hay un lugar donde sea teoría cobra vida, ese lugar es Bilbao. Una ciudad en la que el fútbol, en la que el Athletic, es un antropófago que devora al resto de sociedades deportivas como Saturno a sus hijos.

Del mismo modo, el también comunicador Eduardo Rodríguez (2014:15-18) ilustra este lazo identitario de manera muy pictórica al indicar que “cumplí con la tradición que decía que todos los recién nacidos traían el cordón umbilical rojiblanco” o que “en Bilbao naces del Athletic y mueres del Athletic”. Observamos, pues, una fuerte unión entre ser oriundo de Bizkaia y ser seguidor *zurigorri*. Definimos esta identificación como “*ius solis rojiblanco*”, toda vez que el lugar de nacimiento conlleva una cierta pertenencia comunitaria, en este caso, a través de este equipo de fútbol.

Entre los hinchas vizcaínos también destaca el vínculo con su tierra de origen como razón para aficionarse al Athletic Bilbao. Se debe subrayar el hecho de que viven fuera de su región natal y, por lo tanto, el apoyo e involucración con actividades ligadas al equipo les sirve de enlace con el País Vasco. Según relata Endika (58 años), su afecto por el club se estrechó

sobre todo en León porque, cuando estaba en el País Vasco, los fines de semana estaba con la cuadrilla⁶⁵ y más bien preguntaba el lunes cómo había quedado. Vengo a León y cambia el chip. De tener una cuadrilla de amigos, el *txoko*⁶⁶ donde cenar con ellos de vez en cuando... a no tener nada de eso y dedicar el tiempo, primordialmente, a la familia. Y aparece la válvula de escape [el Athletic Bilbao], te involucras y ves que te lo pasas bien.

Esta nostalgia también la enfatiza Aritz (53 años), quien se define como

un aficionado de segunda oleada porque yo nací en Bilbao, viví allí 25 años y, durante ese tiempo, en la cuadrilla había muchísima gente del Athletic, pero a mí el fútbol no me gustaba mucho. Cuando empecé a vivir en Astorga, por un rollo de morriña, había gente local que no era de Bilbao, pero sí aficionada del Athletic. Al final me retroalimenté en la historia y el Athletic ha sido mi excusa para terminar volviendo al sitio de la infancia.

De acuerdo con Giulianotti y Robertson (2007), muchas comunidades en la diáspora se componen de seguidores que mantienen fuertes alianzas sentimentales con su tierra de origen a través de sus respectivos equipos de fútbol. Para complementar esta idea y las opiniones recogidas anteriormente, podemos utilizar la investigación de Rossano (2018). En ella, refleja cómo los *tifosi* del Nápoles que viven en el extranjero se reúnen, socializan y mantienen su nexos con la región de la Campania mediante esta escuadra italiana.

⁶⁵ Las cuadrillas son grupos de amigos muy populares en Euskal Herria. Destacan por el sólido vínculo que se desarrolla entre sus miembros. La socióloga Eugenia Ramírez Goicoechea (1984) ha desarrollado algunos de los análisis más profundos sobre este asunto. En su estudio define a este colectivo como un “grupo informal” (sin estatutos ni reglas de juego específicas) que “representa la cristalización de las relaciones personales de amistad, con la espontaneidad e inestructuración que éstas conllevan” (*Ibid*, 1984: 214). Suelen estar compuestas por un número variable de miembros, generalmente de edades similares, cuyo surgimiento viene condicionado por una vecindad, escolarización o aficiones comunes. Según la investigación de esta académica, las cuadrillas juegan un papel dinámico en la revitalización de la conciencia étnica de los vascos. Asimismo, pueden desempeñar un rol de intermediario entre el individuo y la familia, por un lado, y entre la sociedad vasca y las distintas influencias culturales externas, por otro lado.

⁶⁶ Los *txokos* (*txoko* en euskera significa ‘rincón’ o ‘sitio pequeño’) son locales donde se reúnen los socios de una sociedad (gastronómica, deportiva...) que, normalmente, suelen pertenecer a una misma cuadrilla. Forman parte del acervo cultural del País Vasco y Navarra.

En menor grado, hay quien apoya al Athletic Bilbao como vía de reivindicación de su lugar de origen frente a la “estigmatización” que consideran haber recibido por ser vascos. Este es el caso de Mikel (52 años), quien acentúa que “a mí el fútbol no me gusta. A mí me gusta el Athletic. Iba por la calle, veían mi carnet de País Vasco y estaba estigmatizado. Me hacían más preguntas que al resto de mis compañeros. Te molesta, pero también te hace ser más fuerte y valiente. Te hace ser más orgulloso de lo que eres”.

Antes de pasar a conocer las perspectivas de los hinchas de Castilla y León, consideramos oportuno remarcar algunas pautas que reflejan la identificación con el Athletic Bilbao más allá del País Vasco. MacClancy (2003) destaca que el equipo gozó de una gran popularidad en toda España, durante la dictadura, debido al fuerte compromiso con su propia cantera y al hecho de que no pagara salarios excesivamente altos. Un ejemplo de esto lo encontramos en la ciudad de León, uno de los enclaves donde se ha realizado trabajo de campo para esta pesquisa. Tal y como se puede leer en uno de los archivos de la Peña Catedral de León (Peña Gainza de Minglanilla, 2015), una de las razones para que hubiese tanto seguidor rojiblanco en el viejo Reino hay que encontrarla en la fecha 23 de octubre de 1955. Ese día el equipo local, la Cultural Leonesa, inauguraba su campo de juego (Estadio Municipal la Puentecilla, más tarde llamado Antonio Amilivia) y el rival para dicha ocasión fue el Athletic Bilbao. De hecho, aún es normal encontrar asistentes de la época que recuerdan de carrerilla la alineación de Los Leones⁶⁷.

Ahora sí, los puntos de vista de los aficionados castellanoleoneses ofrecen una causalidad más variada, si bien se pueden distinguir ciertos patrones. Uno de ellos es el familiar. Bastantes hinchas reconocen haberse visto atraídos debido a la influencia de algún pariente cercano. En estos casos, la afinidad al club ha sido una especie de transmisión hereditaria que refuerza el enlace intergeneracional. Cabe distinguir entre aquellos con familiares vascos y los que no. La primera es la situación de Olga (38 años), quien apunta que “mi familia paterna viene del País Vasco y de toda la vida se ha respirado ambiente rojiblanco”. Similar razonamiento es el de Fermín (58 años) al justificar que “soy del Athletic por mi madre, que nació allí [en Bilbao] y siempre en casa me decía que jugaba el Athletic”. La segunda circunstancia la encontramos en

⁶⁷ El partido concluyó con victoria rojiblanca (1-3). Por parte del Athletic Bilbao jugaron Carmelo, Orue, Etura, Canito, Mauri, Maguregi, Artetxe, Garay, Arieta I, Uribe y Gainza.

aficionados como Marcelo (59 años), quien reconoce que “mi padre era aficionado del Athletic y me lo inculcó. Para mí fue algo muy natural”. También es el caso de Ernesto (41 años), quien recuerda que “lo mamé desde pequeñito con mi hermano. Dormíamos en la misma habitación y la tenía empapelada de rojiblanco. ¿De qué equipo iba a ser yo?”. Aquí, en contraposición a los fans nacidos en Bizkaia, definimos esta identificación como “*ius sanguinis rojiblanco*”, pues es la ascendencia, en cierto modo, la que conlleva una cierta pertenencia comunitaria.

Las relaciones sociales también han influido en esta comunión aficionado-equipo. La existencia de amigos *athletictzales* es otra de las razones esgrimidas. Aquí, igualmente, debemos distinguir el origen vasco o no de estos conocidos. La primera es la situación de Raúl (57 años) y su incursión en la hinchada rojiblanca “a raíz de conocer a un amigo de Portugalete que vive en Salamanca desde hace veinte años. Empecé a seguirlo más de cerca, a ver partidos y a relacionarme con más gente del Athletic”. La otra circunstancia la vivió Pablo (61 años) a partir de un trabajador municipal: “Era yo pequeñín, todos en mi casa eran del Madrid, pero había un sereno que era del Athletic. Un día, viendo el partido en su casa, le metimos 5-0 al Madrid. Ese día quedé prendado”.

De la explicación anterior también se observa una cierta voluntad de ir contracorriente frente a los actores dominantes que, en el caso del fútbol español, son el Real Madrid y el FC Barcelona (Castillo, 2007a; Llopis-Goig y Flores, 2017). Esta resistencia es una de las justificaciones recogidas para hacerse seguidor rojiblanco. Según indica David (43 años), “me molestaba un montón [sic] que dieran por hecho que tenía que ser del Madrid o del Barcelona. Quería desmarcarme del Barça y del Madrid. Me parecía un poco aburrido y en los ochenta molaba un montón [sic] ser del Athletic”. A esta interpretación podemos aplicarle la perspectiva de Vaczi (2011: 27) cuando destaca que “la transgresión de la ‘ley’ ha creado –para mejor o para peor- comunidades de deseo: el deseo de involucrarse en una realidad totalmente diferente”. En este caso, la ley viene representada por los actores dominantes, descritos anteriormente, y su transgresión se simboliza mediante la identificación con un equipo que posee en su política de jugadores su factor diferencial.

La participación de un determinado jugador también puede inspirar la identificación con un club desde otras zonas geográficas. La atmósfera épica que se crea en torno al deporte lo convierte en un terreno propicio para la construcción de nuevos héroes. Un

buen ejemplo de ello es Maradona. *El Pelusa* no sólo se erigió como un ídolo para Argentina, con sus gambetas y sus legendarios goles como los que le hizo a Inglaterra en el Mundial de 1986. El '10' también se convirtió en un ídolo regional-local en Italia. Como hemos visto anteriormente, su liderazgo permitió al paupérrimo Sur vengarse del arrogante Norte, al Nápoles vencer a la Juventus y el AC Milan (Alabarces, 2002). El Athletic Bilbao también ha experimentado situaciones parecidas. En los años setenta el portero José Ángel Iribar llegó a tener una influencia similar en aficionados castellanoleoneses como Guillermo (50 años). Este hincha relata que

recuerdo que me dijo mi padre 'mira qué porterazo tiene el Bilbao'. Yo no sé si es que hizo un par de paradas espectaculares [...] un tío [sic] así alto, vestido de negro/verde botella, una figura impresionante [Iribar]. '¿Y de qué equipo eres?' y yo decía 'de Iribar'. '¿Del Bilbao?', 'Sí, sí, del Bilbao'. Y ahí se quedó, pero podía haber sido de cualquiera.

17.1.2. Definición e interpretación de la "filosofía"

Si hay un aspecto que define a la "filosofía" del Athletic Bilbao es, precisamente, que no viene recogida en los estatutos que rigen el club. Hay quien la define como ley "consuetudinaria" (Bertelegni, 2017: 37). La ambigüedad de su redacción y en ciertos puntos y la indefinición en otros la convierte en interpretativa. Cabe conocer, pues, la definición que estos aficionados hacen de la misma.

Varios hinchas consideran que competir sólo con gente local y la consecuente cercanía que genera convierte al Athletic Bilbao en una "familia". Esta idea de colectividad la expresa Alicia (42 años) al relatar cómo a partir de ir a congresos de peñas del club "me hicieron sentir familia, sin conocerme de nada comenzamos a compartir cosas". Y añade que "pese a ser de fuera, al ser del Athletic, cuando llegas a Bilbao no te sientes extraña". En idénticos términos se expresa Fermín, quien apunta que "nosotros estamos aquí y no estamos en Bilbao, pero se vive como una familia. Recuerdo un partido que nos metió cinco el Madrid. Quedaban dos minutos y todo el mundo en San Mamés gritando 'Athletic, Athletic'. Es un club grande, pero no ha perdido su rollo familiar". Esta falta de extrañeza entre desconocidos recuerda a la "comunidad imaginada" de Benedict Anderson (2006: 6) y el sentimiento compartido de pertenencia a un grupo

entre personas que pueden no conocerse. De hecho, MacClancy (2003: 146) define esta construcción del Athletic Bilbao como una “gran familia rojiblanca”. Esta noción de fraternidad entre hinchas de un mismo club ha sido analizada por varios autores. González San Martín (2008: 93-94) le otorga un valor pseudoreligioso y sostiene que “el fútbol une en ocasiones a los aficionados tanto como la religión [...] y tiene más leves efectos secundarios”. En esta comparación entre el balompié y la fe se puede parafrasear a Hobsbawm (1992) cuando indica que la religión permite generar una cierta comunión a través de prácticas constantes entre gente que, de lo contrario, no tendría muchas cosas en común. Del mismo modo, Rossano (2018) y Giulianotti (1999) subrayan este vínculo entre hinchas que no se conocen de nada, pero que se sienten pertenecientes a una misma comunidad representada por el equipo al que animan y con el que se identifican.

Otra interpretación se refiere al interés por “ir a contracorriente” del fútbol moderno, así como remarcar su distinción frente a otros clubes. En este sentido, Aritz lo califica como “mitocultor” o cultivador de mitos. Según su concepción, “vivimos mucho del mito, de lo que hemos sido y a lo que queremos ir, volver a la gloria sin perder de dónde venimos. Siempre estamos a punto de tocar la gloria y no podemos. Paradójicamente, nos hace fuertes frente a una idea de que ganar es vencer. Algún día decidimos vencer menos para ganar más”. También comparte esta reflexión Leire, quien califica la política de jugadores “en los tiempos que corren, de mucho mérito y de muchas ganas de hacer las cosas de manera distinta. Ir contracorriente, sin duda, pero un punto romántico que a mí me gusta mucho”. Esta idea la resume González San Martín (2008: 5) al definir al Athletic Bilbao como un “nombre sagrado”, como “una leyenda [que] hicieron posible sus héroes, éstos que perviven al paso del tiempo y forman parte de la memoria de generaciones”.

Esta noción se complementa con la percepción de una defensa del talento y las tradiciones locales en un mundo cada vez más globalizado. Se valora la generación de oportunidades para los jóvenes autóctonos como forma de implicación en su propio entorno. Esta es la apreciación que a Guillermo le gustaría, incluso, expandir a otros equipos. Enfatiza que “me parece entrañable y que debería dar ejemplo a los demás. Un club que lucha por la cantera, por la gente de su tierra. Sabes que cualquier chaval de cualquier barrio puede llegar al primer equipo. En otros equipos es imposible porque van a tirar de talonario, a fichar a lo mejor del mundo”. Esta salvaguarda y apuesta por

los recursos propios como oposición al creciente peso del dinero en el fútbol también la constata Marcelo. A su juicio,

aunque no soy nacionalista, el nacionalismo entendido como sentimiento de pertenencia a un grupo y diferenciación me parece bien. Mantener un equipo con el que, de alguna manera, te sientas identificado, me parece bien. Además, el no haber entrado en el mercantilismo al que se está llevando el fútbol, donde lo más importante no sea necesariamente ganar, me parece muy bien. Si el Athletic decide que quiere estar al nivel del Madrid y del Barça a costa de pasta [sic] y de fichajes, pues seguramente dejaría de ser del Athletic.

En la misma línea se expresa Olga, quien aporta el apego a la tierra de uno y al compromiso que se adquiere por defenderla. Así, remarca que “es una filosofía que a mí me gusta mucho que es la de estar muy pegado a la tierra, muy pegado a los valores y orgulloso de lo que ellos representan, de las tradiciones de tu tierra”. David también secunda esta opinión al anteponer lo propio a lo de fuera, entendido este como sinónimo de comercialización ilimitada. A su juicio,

parece que lo mejor es lo de fuera y la filosofía del Athletic me mola [sic] porque como la tierra, lo propio, es lo que valora eso significa que puede llegar a haber una lucha por las competiciones, por los torneos y los trofeos que no dependa del dinerín. ¿Por qué lo de fuera tiene que ser lo mejor? Me parece perfecto que se valore lo de dentro, lo de la propia tierra. [...] Además, creo que es mucho más corporativo. La gente tiene unos sentimientos mucho más arraigados.

Como se observa, existe un gran apoyo a la política de futbolistas que sigue el equipo. Uno de los pocos sondeos que se han realizado al respecto, con criterios propiamente científicos, tuvo lugar en marzo de 2010. La Junta Directiva liderada por Fernando García Macua (2007-2011) envió un cuestionario a los más de treinta mil socios rojiblanco con una serie de preguntas sobre la institución, entre ellas el estado de la

“filosofía”. De los cerca de seis mil quinientos miembros que respondieron, el 93% declaran apoyar esta política completamente (Bertelegni, 2017).

No obstante, también existen voces críticas. Estas abogan por una mayor apertura en la captación de jugadores. Para aficionados como Pablo, el nuevo marco territorial deberían ser los límites del Estado español. Sostiene que “si ahora estamos fichando vascos, navarros y vasco-franceses, pues yo la abriría un poquitín a nivel estatal”. Algunos van más allá y son partidarios de acabar con la filosofía. Respaldan la opción de acudir al mercado internacional como cualquier otro equipo. Estos seguidores prefieren los posibles éxitos deportivos que este cambio acarrearía, en detrimento de los valores atribuidos al deporte. Hinchas como Joseba (51 años) afirman que “probablemente se esté quedando obsoleta”. Igualmente, Raúl la tacha de “caduca” y argumenta que “el Athletic por club, afición, ciudad e historia debe aspirar a luchar por algo más que la cuarta o quinta plaza. Tiene que luchar por títulos. Creo que debe fichar nacionales o extranjeros como todos”. Esta confrontación entre los triunfos futbolísticos y las esencias del equipo conlleva, de acuerdo con Hornby (2008: 108), una apuesta arriesgada, ya que “los clubes tienen que asegurarse de ser muy buenos, de que no habrá años de vacas flacas, porque ese nuevo público no tolerará un solo fracaso”. Esta circunstancia recuerda a la ya mencionada, anteriormente, del Glasgow Rangers. En el caso del equipo escocés, se renunció a una política de captación de jugadores de fe cristiana protestante con el objetivo de conseguir trofeos continentales. Esta medida se adoptó a comienzos de los años noventa y, a día de hoy, aún no han obtenido ningún entorchado europeo (Alcaide Hernández, 2009; Foer, 2004).

Este debate nos lleva a preguntar a los entrevistados si preferirían mantener la filosofía, aun a riesgo de descender a Segunda División, o renunciar a ella, en pro de alzarse con títulos europeos. Una gran mayoría de estos aficionados se muestra partidaria de preservar la política de jugadores a pesar de los posibles contratiempos deportivos que pueda acarrear. El nexo común de sus posicionamientos tiene que ver con la permanencia de una esencia ligada al equipo, con la conservación de una concepción del fútbol que define los valores del club. Nos referimos a la noción de competir con gente local en pleno siglo XXI, un tiempo marcado por la excesiva comercialización y globalización del deporte.

Entre quienes se manifiestan de manera favorable a su mantenimiento encontramos a hinchas como Guillermo y el factor “orgullo” como pilar de su argumento. Desde su

punto de vista, “nosotros con nuestros chavales hemos conseguido lo que hemos conseguido. No necesitamos dinero. ¿Que bajamos a Segunda? Pues bajamos a Segunda”. Seguidoras como Nekane hacen referencia a esa distinción del Athletic Bilbao a través, precisamente, de su filosofía. A su juicio, “en el momento en el que hagamos lo que hacen todos sería más fácil ganar un título, pero dejaríamos de ser especiales. Lo especial del Athletic es que somos como somos. En el momento en el que copiémos a los demás o dejemos de ser como somos perderíamos nuestras señas de identidad”. Ese carácter diferencial también lo remarca Josu (49 años), quien destaca que “nuestra filosofía es la que hace diferente al Athletic en todo el mundo. Con años de sufrimiento, pero también con temporadas muy bonitas, aunque no se llegue a ganar ningún título”. La defensa de unos valores deportivos y de compromiso con la comunidad es lo que lleva a Marcelo a secundar esta opción. Para él es

más importante el tener unas convicciones y mantenerlas, aunque pierdas, que traicionarte para ganar. En todos los ámbitos de la vida. En este también. No con extranjeros porque sean extranjeros, sino por esta dinámica comercial. Cuando renuncias a pelear es cuando has perdido, aunque luego aparentemente ganes.

Igualmente, Unai enfatiza que el sentimiento de lealtad de los seguidores hacia el club se construye, precisamente, en base a esta política de jugadores. Por lo tanto, de acuerdo con su argumento, para él “bajar a Segunda no sería un trauma. Los aficionados que ves ahora los verás en Segunda también”.

Como ya se anticipó anteriormente, también se contemplan voces críticas con la filosofía. Estos hinchas, si bien son los menos, justifican su posicionamiento en la búsqueda de títulos tras muchos años en blanco. Aficionados como Raúl renunciarían por completo a ella y ficharían jugadores extranjeros como los demás clubes porque “prefiero un Athletic luchando por títulos”. Esta idea la comparte Joseba, quien igualmente se muestra partidario de finalizar con esta forma de competir y aspirar a éxitos continentales. Desde su perspectiva, “prefiero ganar la Champions con extranjeros. No podemos vivir de la nostalgia”.

Entre una postura y otra nos encontramos varios indecisos. Principalmente secundan la opción de preservar la filosofía, pero mantienen sus dudas o establecen una serie de

condiciones. Una de estas incertidumbres tiene que ver con el hecho mismo de descender de categoría. Ponen en la balanza ambas variables (conservar la filosofía y bajar a Segunda) y surgen los miedos, ya que la contratación de jugadores foráneos tampoco es garantía de éxito. En este sentido, Fermín lo resume de manera muy gráfica al indicar que “no es lo mismo la Champions que bajar a Segunda. La Champions me importa un huevo [sic], lo de Segunda ya me jode [sic] más. Pero claro, fichar gente de fuera tampoco te garantiza nada. Mira a la Real⁶⁸”. Esta inseguridad también la comenta Olga, para quien “bajar a Segunda es muy chungo [sic]” y vincula su respuesta a la capacidad de reacción del equipo: “tendríamos que ver si al año siguiente volvemos a subir. Si no nos hundimos en el pozo, entonces mantener la filosofía”. Por otro lado, hay quien va más allá y reflexiona sobre uno de los problemas socio-estructurales que afectan al conjunto bilbaíno. Endika apela a la cuestión demográfica y la baja natalidad del País Vasco. Si bien prefiere “contar con jugadores hechos o nacidos en el País Vasco”, aboga por defender la política del club con ciertas modificaciones. De este modo, explica que

antes teníamos todos cinco, seis, siete hermanos. Ahora hay uno o dos. Para una población como Euskal Herria... pues la gente siempre está buscando la excepción que confirma la regla. Que si este jugador es de La Rioja... A mí no me parecería mal, sobre todo en zonas de España como Extremadura, que hay montón de peñas del Athletic, pues trabajar pequeños Lezamas allí. Crear equipos, convenir con ellos y luego, pues mira, de aquí estos tres, cuatro buenos y formarlos allí en Lezama. Sería una forma de combatir el tema demográfico, que lo vamos a sufrir o nos va a venir.

Teniendo en cuenta que el trabajo de campo se ha realizado en Castilla y León, cabe preguntarse qué opinan estos aficionados si sus respectivos equipos locales aplicaran una política similar. Existe disparidad de interpretaciones, aunque, aquí también, una gran parte es partidaria de apoyar la medida. Entre los favorables se hallan tres patrones de respuesta claros.

⁶⁸ La Real Sociedad mantuvo una política de jugadores similar hasta 1989. En aquel año renunció a ella y fichó a su primer extranjero. Desde entonces no ha ganado ningún título. De hecho, descendió a Segunda División en la temporada 2006/07, donde permaneció tres años.

Uno de estos criterios tiene que ver con las oportunidades que este tipo de actuaciones ofrecerían a los jóvenes del entorno. Se concibe como una forma de integrarles y contar con ellos en el devenir del territorio. Asimismo, se evitarían crisis de representatividad social o desconfianza en las instituciones locales. Una de las aficionadas que piensa así es Leire. A su modo de ver, “me parecería estupendo. Sería, además, potenciar el fútbol de la zona. A nivel de base ves que hay mucha gente, pero luego no salen muchos. Me parecería bien”. Similar razonamiento presenta Nekane, quien toma como ejemplo un caso de Salamanca:

El equipo que hay ahora casi casi tiene toda la plantilla de chavales de Salamanca y de equipos de aquí. Está muy bien porque eso es, para los chavales, un aliciente muy importante. Porque a lo mejor hoy estás jugando en un equipo como el Santa Marta⁶⁹ o un equipo pequeño [...] y saber que si lo haces bien vas a poder debutar en Primera y vas a poder ganarte un nombre si lo haces bien. A lo mejor en otros equipos, por el tipo de filosofía que tienen, a los chavales de la ciudad o de la región en la que están no se les dan las oportunidades que a lo mejor se les dan a algunos extranjeros y algunos siendo mejores que los extranjeros que vienen.

De estas oportunidades ofrecidas a los jóvenes locales se derive el siguiente criterio empleado por los hinchas favorables a la medida. Nos referimos al sentimiento de pertenencia. Según señalan, esta identificación con el club y, por ende, con el territorio radica en el compromiso adquirido. El hecho de ser gente del entorno o implicada en él hace que el nivel de implicación sea mayor y se sientan mayores responsabilidades. Así se deriva de la opinión de Aritz, para quien

sería lo ideal. Vamos hacia un modelo de sociedad [...] donde se pierden las distancias. [...] Eso es algo que, en cierta medida, degrada la capacidad de identificación con un equipo. [...] No existen las distancias. Si tú hoy, de aquí de León, fichas a un tipo de Coruña da igual. Un tipo de Coruña se planta aquí en dos horas y como si tiene que vivir en Coruña y viene a

⁶⁹ La UD Santa Marta es un equipo de fútbol del municipio de Santa Marta de Tormes (Salamanca). Fue fundado en 1982 y, durante el transcurso de esta investigación, ha militado en la Tercera División masculina española.

entrenar todos los días. Le da igual. Y ya no te hablo de nacer, sino de vivir en el entorno y ser partícipes.

En términos similares se expresa Marcelo, quien considera que “el deporte parecería mucho más sano, aunque los equipos se pudieran reforzar un poco. Generaría un mayor sentimiento de pertenencia. Incluso aunque perdieras o bajaras. El que haya un equipo que de verdad representa y da oportunidades a la gente de su tierra me parecería bien”. Asimismo, Olga traslada esta demanda al equipo de su ciudad natal, donde extraña la presencia de más futbolistas autóctonos. Desde su punto de vista,

supongo que podría ser una cosa interesante. Yo echo en falta, en la Cultural, que haya muchísimo más jugador de León, que parece que son uno que viene cada tres años si destaca un poco. Y, además, todos le pitan. Entonces, sí que me gustaría que hubiera más presencia. ¿Que juegue sólo con jugadores de León? Si le fuera bien, diría mucho de la Cultural.

El tercer pilar sobre el que se asienta esta actitud favorable tiene que ver con el rechazo a la comercialización del fútbol. En este sentido, los conceptos “de aquí” y “de fuera” son interpretados en clave mercantil. De este modo, el “de fuera” es repelido no por su origen, sino por formar parte del negocio en el que se ha convertido el balompié actual. Para Guillermo, jugar con gente local sería

estupendo. Maravilloso. El fútbol tendría que ser así. Que puedas fichar a uno o dos, como se hacía antes, pues tampoco habría contaminado tanto el fútbol, pero es que fichar extranjeros no hace ningún favor. Fichar estrellas, a los mejores del mundo, para tener al mejor del mundo... vas a estigmatizar, vas a separar... y como ocurre ahora con el fútbol que la gente es sólo del Madrid o del Barça. Por el dinero básicamente. No es por el sentimiento de un club porque no lo tienen. [...] No es lo mismo una persona que es del Athletic y una que es del Madrid o del Barça.

Una idea muy similar sostiene David. Desde su punto de vista, el poder del capital condiciona estas medidas y debilita los lazos con el territorio. A su juicio, una política con futbolistas del entorno

me parecería bien y seguro que se podría hacer algo competitivo, pero al igual que al Athletic le pasa, gente de su tierra que es muy buena tiene que acabar luchando con lo que mueve la sociedad, que es el dinero. El Athletic no puede competir con salarios y con presupuestos si les ponen a los jugadores un caramelo que el Athletic no puede soportar. Me refiero al salario, claro.

De hecho, hay quienes, como Mikel, no se cortan en calificar a los jugadores de foráneos que participan en ese mercadeo como “mercenarios”. A su juicio, jugar con gente local “no se puede hacer de la noche a la mañana. Lo vería básico en todos los sentidos. Lo que no es normal es que vengan mercenarios a los clubes. Los equipos o son equipos o son franquicias. Y ahora, cada vez más, son franquicias”.

Nuevamente, las voces críticas son las menos, pero existen. Y nuevamente, su interpretación está más ligada a los resultados deportivos que el club en cuestión pueda obtener. De este modo, la posible falta de competitividad por contar con un ámbito de futbolistas reducido pesa más que la representatividad o los demás aspectos explicados anteriormente. Así pues, aficionados como Joseba no dudan en considerar que esta aplicación sería “poco práctica”. Otros, como Raúl, condicionan su uso a las metas que se plantee la institución, pero siempre desde la óptica clasificatoria. Según remarca, “depende de a lo que aspire cada club. Si quieres aspirar a la permanencia, con jugadores de aquí te puede valer. Si quieres ascender, tendrás que mirar si con la gente de aquí te vale o no. Y si es con la de aquí, con la mejor. Depende de los objetivos de cada club”.

Por último, cabe preguntarse por los posibles cambios que estos seguidores aplicarían a la actual filosofía del club rojiblanco. La mayor parte de la muestra es partidaria de dejarla tal y como está. Están contentos con ella y no modificarían ni un ápice de la misma.

Por el contrario, entre quienes sí intervendrían encontramos ciertos campos de actuación comunes. Uno de estos ámbitos está relacionado con la clarificación de los límites de la propia política de jugadores. Su propósito es definirla claramente, sin dar pie a ningún tipo de doble interpretación. De esta manera pretenden acabar con lo que, entre los *athletictzales* se conoce como “hacerse trampas al solitario”, es decir, expandir o contraer estas delimitaciones en función del interés o del gerente de turno. Entre quienes barajan esta posibilidad se encuentra Fermín, quien apunta que “hay que mantenerla, pero regularla. Aunque sé que es muy complicado”. De forma similar opina Ernesto al señalar que se debe “dejar claro quién y por qué puede o no jugar en el Athletic”. Más explícito se manifiesta Gaizka, quien se centra principalmente en los límites ligados a la formación vía cantera. Desde su perspectiva, hay que “dejarla más clara. Que no se dejen puertas abiertas. Que se diga de tal edad hasta tal edad puedo fichar aquí o allí. Puedo traer chavales de Guinea Ecuatorial, pero puedo formarles cinco años antes de pasarles al Baskonia o al Bilbao Athletic. Que esté clara y no sea ambigua”.

Otro de los ámbitos a modificar para alguno de estos hinchas tiene que ver, directamente, con los usos o concepciones partidistas y políticas derivadas de la filosofía. Este es el caso de David, a quien le gustaría acabar con ciertos vetos, así como un mayor compromiso social de los dirigentes en temas político-sociales. A su modo de ver, “haría una campaña para desvincular el hecho de valorar la cantera y la gente de la tierra con ser nacionalista. [...] Y que los presidentes fueran más tajantes a la hora de posicionarse en cuestiones actuales. Me gustaría que España pudiera jugar en San Mamés”.

Hay quien va más allá y defiende la opción de aplicar una especie de test de aptitud. Quien así lo expresa es Aritz, que no duda en fundamentar esa capacidad para formar parte o no del equipo en función de una serie de valores éticos, sociales y comunitarios. En su caso, recuerda a la explicación vertida por Sandvoss (2003) por la cual muchos seguidores ven o quieren ver reflejados en sus equipos aquellas características psicológicas que ellos mismos aprecian. Así, según este hincha rojiblanco, la modificación debería ser

el criterio de evaluar quién puede jugar en el Athletic y quién no. Creo que debería haber un test psicológico para ver si la actitud y la mentalidad de esa persona te vincula a la manera de ser que tiene el Athletic. [...] Los que están empezando tienen que ver no sólo que quieren meterle tres al Madrid

si pueden, sino que también tienen que ser capaces de ofrecer un ejemplo en la comunidad en la que están. Y no tiene que ver con el territorio, ni con nada. Y, sobre todo, no tiene que ver con dónde naces, cómo te apellidas, ni si has sido hijo de un futbolista. Es verdad que hay filosofías que, si las mamas, las asumes antes. Pero hay gente que, sin mamarlas, las puede asumir perfectamente. Esa es la idea. [...] Yo quiero futbolistas así, que tengan ese nivel de compromiso. Cuando funciona eso, funciona el grupo.

Hasta ahora, los cambios propuestos se han dirigido hacia un mantenimiento de la filosofía. Sin embargo, hay quienes modificarían esta para acabar con ella por completo. Aquí, de nuevo, se vuelve a poner de manifiesto el interés deportivo y la obtención de réditos en el terreno de juego y en la sala de trofeos. Aficionados como Joseba son muy tajantes al afirmar que reemplazaría “posiblemente los fichajes, lo importante es ganar”. Más comedido se muestra Raúl, aunque tiene claro que terminar con la política de jugadores del Athletic Bilbao no debe ser un impedimento. De este modo, piensa que los cambios han de ir dirigidos a “hacer un equipo más competitivo que luche por títulos, aunque sea a costa de echar para atrás la filosofía. Y si se apuesta por seguir con la filosofía, fichar a lo mejor de Euskadi, pero es complicado por el tema económico”.

17.1.3. ¿Athletic Bilbao, selección española o el equipo local?

En el siguiente apartado nos centraremos en explorar la relevancia y el grado de identificación de estos aficionados con el Athletic Bilbao. Asimismo, compararemos este nivel de adhesión con el que puedan sentir por la selección española o los equipos de sus respectivos lugares de residencia (todos ellos en Castilla y León).

Resulta pertinente comenzar sabiendo qué supone el Athletic Bilbao en la vida de estos seguidores. Para ello, y de manera cuantitativa, les pedimos que califiquen de cero a diez (siendo cero “muy irrelevante” y diez “muy relevante”) al conjunto rojiblanco. De los 25 integrantes que componen la muestra, 16 respondieron a esta pregunta, es decir, un 64% de la misma. El resultado obtenido otorga una nota media de 7,63, lo que significa que el club bilbaíno juega un papel notable en la vida de estos hinchas. No

obstante, cabe añadir varias puntualizaciones. La calificación máxima fue un 10, mientras que la mínima fue un 2. Igualmente, la moda se situó en el 10 (cuatro ocasiones), mientras que en dos casos la nota no superó el aprobado (2 y 3,5).

¿QUÉ SIGNIFICA EL ATHLETIC BILBAO EN SU VIDA? (Muestra = 16/25)	
Nota media	7,63
Nota máxima	10
Nota mínima	2
Moda	10 (cuatro veces)
Notas por debajo del aprobado	2 3,5

Cuadro 5 | Significado del Athletic Bilbao en la vida de los hinchas entrevistados | Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas

Una vez establecido este marco referencial, pasemos a profundizar en la relevancia y el grado de identificación que estos fans tienen con el conjunto vizcaíno. Para ello, es necesario dotarnos, previamente, de cierta teoría que nos facilite la comprensión de los resultados. En este sentido, acudimos a Vaczi (2013a) y su explicación de que el compromiso es el valor nuclear de cualquier afición. En otras palabras, se elige un club y nunca se abandona. En relación con el equipo bilbaíno, Rodrigálvarez (2014: 99-100) también secunda esta idea y resalta el carácter transversal de la entidad, ya que ser aficionado del Athletic Bilbao no entiende de divisiones, o mejor, las incorpora a todas. Así, apunta que “se nace rojiblanco y se es de por vida, como espectador o como peñista; como observador o como militante, de Clemente o de Sarabia, de Caparrós o de Bielsa, te guste o no te guste el fútbol”. Nuevamente Vaczi (2011; 2013a) ofrece su particular definición de lo que significa ser *athletictzale*. Este nivel de identificación se expresa en la obligación de mantenerse fiel durante los buenos, pero, sobre todo, durante los malos momentos que atraviese el equipo. En la misma línea, agrega, los hinchas *zurigorris* deben aceptar derrotas para ganar identidad y tradición.

En este sentido, cuestionamos a los miembros de la muestra si alguna vez han pensado, seriamente, en cambiarse de equipo. Las respuestas obtenidas son unánimes en un aspecto: nadie está dispuesto a hacerlo. De hecho, hay un adverbio que se repite con frecuencia a la hora de contestar: “nunca”. No obstante, las razones esgrimidas varían de aficionado a aficionado, aunque, aquí también, se aprecia un común denominador.

Para estos seguidores el Athletic Bilbao representa un artefacto muy significativo en la construcción de sus identidades individuales.

Hinchas como Aritz indica que “eso ya lo decía Eduardo Galeano que, en esta vida, se cambia de pareja, de religión, de residencia... De equipo de fútbol es de lo único de lo que no se cambia. Encima yo, habiendo nacido allí, tienes una vinculación casi teológica. El que acaba llegando al Athletic no se va”. Esta interpretación de la vinculación con el club, más allá de las circunstancias, también la señala Marcelo, quien no considera la opción del cambio “ni de broma siquiera. Tampoco me lo planteo como una opción. Esto se lleva ahí y ya está. Siempre se dice eso de que se puede cambiar de todo menos de equipo de fútbol”. Algunos lo integran a su día a día y viven con ello como un componente más de su vida, algo irrenunciable como los propios padres. Así lo argumenta Leire, quien no piensa cambiar de escuadra “¡jamás! ¡No, por Dios! ¡Nunca! Ni en los peores momentos. Si acaso dejo de ver partidos, pero ni siquiera quito el himno del Athletic del teléfono cuando me enfado. ¡Ni hablar! Es como un padre y una madre. Te han tocado y hasta donde vayan”. Otros, incluso, lo llevan hasta las máximas consecuencias, como Ernesto, que no contempla esta opción de ninguna manera. Desde su punto de vista, “me moriré siendo del Athletic”.

Asimismo, otros aficionados reafirman este compromiso con el club por la satisfacción que este les ha dado en sus vidas. Refuerzan su lealtad como una especie de reciprocidad y retroalimentación. Guillermo, por ejemplo, subraya que “no entiendo a la gente que quiere cambiarse de equipo. Eso es que sus equipos les defraudan mucho. Incluso si bajara a Segunda, sería del Athletic. Es que me ha dado muchas alegrías. Y me hace sentir especial. El Athletic para mí es una experiencia única”. En idénticos términos se expresa Pepe (52 años), quien no contempla hacerse de otro equipo “ni aunque descienda. Aparte de que me llena mucho, me llama mucho y llevo toda la vida con él. Lo fácil es ser del Madrid o del Barça”. Seguidoras como Cristina (53 años) acentúan este sentido de fidelidad, especialmente en épocas malas, pues, a su juicio, “hay que estar en las duras y en las maduras”. Por su parte, Manolo (58 años) se vuelve más drástico y, ante esta posible tesitura, sostiene que “antes cambio de deporte a uno en el que no esté”.

A pesar de esta especie de amor incondicional al Athletic Bilbao, también hay episodios de desafección u ocultamiento público de esta identificación. Como hemos indicado en capítulos anteriores, Quiroga Fernández de Soto (2014a) y Rodrigálvarez (2014) han

recopilado varios episodios en los que la actividad armada de ETA afectó a esta relación hincha-equipo. A tenor de las respuestas obtenidas, ser aficionado rojiblanco lejos del País Vasco llegó a ser una tarea complicada. La vinculación que parte de la sociedad hizo creó entre el conjunto vizcaíno y el grupo terrorista, basado en el origen territorial de ambos, generó cierta aspereza. Según relata el seguidor castellanoleonés Pepe, “hay gente que no se declara. Ahora ya parece que todos somos del Athletic, pero hace años era imposible. Decías que eras del Athletic y ya te miraban raro”.

Habida cuenta de los límites que contempla la filosofía del equipo, otra de las prácticas con las que queremos profundizar en este grado de identificación es el nacimiento de sus hijos. En este sentido, les preguntamos si estarían dispuestos a dar a luz a su descendencia en el País Vasco para que pudieran jugar en el Athletic Bilbao. Una minoría se muestra partidaria de esta decisión. Una de las aficionadas, Alicia, incluso reconoce que “fui a dar a luz a Bilbao, aunque fue por otras historias”. En este caso, la relación causa-efecto planteada no se da por completo, aunque bromea que “su hijo va a jugar de delantero centro en el Athletic” por esta circunstancia. Otra seguidora, Nekane, en cambio lo tiene más claro y no dudaría en hacerlo. A su modo de ver, “sí, sin pensármelo, además. Quizás luego quiere jugar al rugby, pero sí”.

Sin embargo, una amplia mayoría descarta esta opción. Consideran que su amor a la familia y al equipo son dos cosas diferentes y separadas. Algunas hinchas, como Leire, reconocen que les parecería algo “exagerado”. Otros aficionados, como Josu, sostienen que “obviamente la familia está por encima de todo. No, me parecería una falta de respeto a mi mujer”. Quien más profundiza en su explicación y, a la vez, la enlaza con su propia concepción del conjunto vizcaíno es Aritz. Desde su perspectiva, “sólo por eso no porque, como te digo, para mí no es importante haber nacido allí, sino haberte formado allí. Me da igual que hayas nacido allí o no. Me importa que te hayas construido futbolísticamente en el entorno aquel”.

Toda vez que ya hemos explorado la relevancia y el grado de identificación de estos fans con el Athletic Bilbao, es momento de compararlo con la selección española y con sus respectivos equipos locales. Iniciamos este cotejo con el combinado estatal. Al igual que hemos hecho al comienzo, también aquí recogemos el significado que estos seguidores le otorgan a La Roja en su vida. Igualmente, de manera cuantitativa, les pedimos que califiquen de cero a diez (siendo cero “muy irrelevante” y diez “muy relevante”) al conjunto español. De forma similar, 16 de los 25 integrantes de la muestra

(64%) respondieron a la pregunta. El resultado obtenido otorga una nota media de 5,13, es decir, dos puntos y medio menos que la escuadra bilbaína. La calificación máxima fue 10, mientras que la mínima fue un 0. La moda se situó en el 1 (tres ocasiones), mientras que en seis casos la nota no superó el aprobado (0, 1 y 3).

¿QUÉ SIGNIFICA LA SELECCIÓN ESPAÑOLA EN SU VIDA? (Muestra = 16/25)	
Nota media	5,13
Nota máxima	10
Nota mínima	0
Moda	1 (tres veces)
Notas por debajo del aprobado	0 (dos veces) 1 (tres veces) 3

Cuadro 6 | Significado Selección española en la vida de los hinchas entrevistados | Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas

Schaffhauser (2009) apunta que hay hinchas que animan a su equipo de manera incondicional, respaldan sus valores a toda costa y, sin embargo, ignoran o no siguen a su selección nacional. Por su parte, Quiroga Fernández de Soto (2014a) analiza cómo la victoria de España en el Mundial de 2010 suscitó algo de incertidumbre entre la población vasca sobre la conveniencia de celebrarlo o no. Esto se convertiría en un estudio sobre dobles identidades en el País Vasco.

Como podemos observar, para los aficionados entrevistados el Athletic Bilbao se torna en una identificación primaria frente al combinado estatal. Aunque la mayoría prefieren los éxitos de ambos conjuntos, es casi unánime la predilección por los éxitos del cuadro vizcaíno. Por lo tanto, no estamos ante una confrontación, sino más bien ante una cuestión de prioridades. El citado triunfo de La Roja en Sudáfrica, así como las dos Eurocopas consecutivas ganadas en 2008 y 2012 juegan, paradójicamente, a favor de los rojiblancos. Varios seguidores *zurigorris* anteponen que los bilbaínos consigan un título porque “España ya tiene títulos internacionales”, según apunta Endika, o porque “llevamos mucho tiempo sin ganar un título y España ya ha ganado algo recientemente”, indica Raúl.

Tal y como hemos indicado en capítulos anteriores, el último trofeo ganado por el Athletic Bilbao se remonta a la Supercopa de 2015, si bien una parte considerable de la

afición considera que es el doblete de 1984⁷⁰. Por esta razón, muchos fans entrevistados también se decantan por un éxito *athletictzale* frente al de la selección española. Así lo explican Olga, quien recalca que “hace mucho que no veo un título del Athletic”, y Joseba, quien subraya que “son muchos años sin darnos esa alegría”. Por su parte, Guillermo reconoce que una victoria rojiblanca “me haría mucho más feliz porque es el club de mis amores, contra viento y marea”. Asimismo, Aritz resume este sentimiento y esta prioridad al aclarar que “vale más una Supercopa del Athletic que un Mundial de España”.

Nos referimos, a continuación, a la comparación con los equipos locales de sus respectivos lugares de residencia. Para ello, nuestro punto de partida, al igual que en los casos anteriores, es recoger el significado que le otorgan estos aficionados. Igualmente, de manera cuantitativa, les pedimos que califiquen de cero a diez (siendo cero “muy irrelevante” y diez “muy relevante”) a estos conjuntos. Del mismo modo, 16 de los 25 integrantes de la muestra (64%) respondieron a la cuestión. El resultado obtenido otorga una nota media de 4,7, en otras palabras, casi tres puntos (2,93) por debajo del Athletic Bilbao. La calificación máxima fue un 10, mientras que la mínima fue un 0. La moda fue compartida por el 0, el 3, el 4, el 5 y el 8 (dos ocasiones cada una), mientras que en siete veces la nota no superó el aprobado (0, 1, 3 y 4).

¿QUÉ SIGNIFICA EL EQUIPO LOCAL EN SU VIDA? (Muestra = 16/25)	
Nota media	4,7
Nota máxima	10
Nota mínima	0
Moda	0 3 4 5 8 (dos veces cada una)
Notas por debajo del aprobado	0 (dos veces) 1 3 (dos veces) 4 (dos veces)

Cuadro 7 | Significado equipos locales en la vida de los hinchas entrevistados | Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas

A pesar de esta diferencia de importancia entre su identificación con el Athletic Bilbao y sus respectivos equipos locales, encontramos un aspecto llamativo. Siendo el conjunto

⁷⁰ En el momento en el que se redacta esta tesis doctoral el Athletic Bilbao está clasificado para la final de la Copa del Rey frente a la Real Sociedad. Sin embargo, debido a pandemia del Covid-19 (coronavirus) surgida a comienzos de 2020, la fecha de su celebración se ha pospuesto indefinidamente.

rojiblanco un equipo que se define por su apoyo decidido a la cantera, preguntamos a estos aficionados a qué club apoyarían en un hipotético partido entre el Bilbao Athletic⁷¹ o cualquier combinado de la academia *zurigorri* y su equipo local. En este sentido observamos que la distancia anterior aquí se estrecha. Buena parte de la muestra animaría a los cachorros de Lezama. Sin embargo, un número considerable se volcaría con el equipo local.

Entre quienes respaldarían a los clubes de sus lugares de residencia, hay diferentes grados de compromiso. Hay quienes lo tienen muy claro y la principal razón empleada tiene que ver con el sentido de pertenencia a su territorio. La defensa de la tierra se convierte en un argumento con más peso que las futuras generaciones del club bilbaíno. Alicia, por ejemplo, no duda en contestar que animaría a “la Deportiva. Si hablamos de un partido de Copa o que la Ponferradina ascienda, también me quedo con la Deportiva. Es el equipo de mi ciudad”. Por su parte, Marcelo también emplea una justificación similar. En su caso, afirma que “no soy nada nacionalista políticamente, pero culturalmente sí. Igual que soy del Athletic y me parece muy bien la política de defender lo de cada uno, yo también defendiendo lo mío, mi pueblo”.

Otros hinchas se presentan más dubitativos al respecto. Si bien en la mayoría de las circunstancias se decantarían por el equipo local, primeramente, quieren asegurarse de los objetivos que hay en juego para uno y otro conjunto. En caso de igual necesidad, se muestran partidarios de animar al conjunto de su territorio. Esta es la situación de Gaizka, quien asegura que “depende de la situación. Si el Bilbao Athletic no se juega nada y la Cultural sí, prefiero que gane la Cultural. Si es a la inversa, que gane el Bilbao Athletic. Y si los dos se juegan algo, pues casi que la Cultural. Tengo dos hijos aquí (risas)”. De esta explicación, además, se deduce que el vínculo con su tierra de acogida va más allá de meramente residir. El beneficio para esta también repercutirá en la juventud y facilitará el relevo generacional. Se trata, pues, de un compromiso comunitario a medio-largo plazo.

Por el contrario, algunos aficionados se sienten con el “corazón dividido” ante esta tesitura. Ambas opciones les parecen igualmente buenas y malas, pues por un lado no quieren que pierda el club con el que se identifican, pero, por otro lado, tampoco

⁷¹ El Bilbao Athletic es el primer filial de la escuadra vizcaína. Representa el paso previo al salto hacia el primer equipo.

quieren perjudicar a su tierra. Cabe indicar que esta imprecisión responde al hecho de que se trate de un equipo de la cantera rojiblanca. De tratarse de la primera plantilla, no dudan en posicionarse a favor de Los Leones. Así lo manifiesta Guillermo, quien subraya que “

sería complicado porque el Bilbao Athletic no dejan de ser las nuevas estrellas del Athletic. Creo que si ganara uno o ganara otro me daría igual. En el caso de que fueran el Athletic y la Unión, tengo muy claro que iría con el Athletic. Pero ya tratándose del filial, bueno, si pierde contra el equipo de mi ciudad tampoco pasa nada.

En idéntica situación se encuentra Nekane. En su situación, además, no le gustaría que una derrota de los equipos de Salamanca diera al traste con un deporte que vuelve a resurgir en la ciudad. Desde su punto de vista, “la última vez que el Bilbao Athletic jugó aquí tenía el corazón dividido, pero fui a la grada del Athletic. Sería un dilema porque ahora el fútbol está empezando de nuevo en Salamanca. Está empezando a tener tirón de nuevo con los dos equipos que hay y sería muy complicado”.

Esta cuestión presenta nuevas aristas si añadimos a la ecuación la confrontación entre un equipo vasco (que no sea el Athletic Bilbao) y uno de Castilla y León. En el hipotético caso de que ambos clubes se jugaran el descenso, ¿quién preferirían que se salvase? A tenor de las respuestas obtenidas, observamos que la variable “territorio” juega un papel crucial. Por un lado, encontramos aquellos aficionados que se decantan por el conjunto de su comunidad autónoma como forma de colectivismo o comunitarismo. La mayoría de los seguidores vizcaínos son partidarios de apoyar a los combinados vascos, mientras que los posicionamientos de los castellanoleoneses varían, aunque con esta variable siempre presente.

Así, hinchas como Raúl subrayan que “prefiero que se salve el de Castilla y León porque no deja de ser de mi comunidad. Todo lo que sea bueno para Castilla y León repercutirá, más para bien que para mal, en la comunidad”. Igualmente, aficionados como Marcelo también recalcan este sentimiento de pertenencia a su tierra, evocando el poder del origen a la hora de posicionarse en una contienda. Desde su punto de vista, se decanta por “el de mi región porque es más cercano. Tengo un cierto sentimiento hacia

mi región. No me identifico con el resto de equipos vascos porque no tienen una filosofía como la del Athletic. No soy del Athletic por ser vasco, sino por su filosofía”.

Sin embargo, como indicábamos anteriormente, la variable “territorio” tiene influencia de diversas maneras. Si bien en los casos anteriores hemos visto cómo sirve para concentrar el respaldo de los hinchas, también puede actuar como actor de distanciamiento. El ejemplo de Castilla y León es significativo por la rivalidad intrarregional existente, especialmente contra Valladolid. Esta provincia es vista con recelo por el resto debido a la percepción de un cierto agravio comparativo. El desarrollo y centralismo de la capital pucelana se ha visto, tradicionalmente, como perjudicial y en detrimento del resto de municipios. De este modo, el fútbol sirve como canalizador de esa pugna y rechazo.

Hinchas como Manolo no dudan en afirmar que “tal y como está la cosa ahora, prefiero que se salve el vasco. Por una sencilla razón: porque el único equipo de Castilla y León que hay ahora mismo en Primera es el Valladolid y estamos en León”. Similar razonamiento aplica Guillermo, quien recalca que “yo, por ejemplo, tengo bastante antipatía por el Valladolid. Si juega el Valladolid y cualquier otro equipo del mundo, prefiero que gane cualquier otro equipo del mundo. Una antipatía que es siempre política. Lo que es el centralismo de Valladolid y demás, lo que se ha llevado”. Idéntica reflexión comparte David, quien condiciona su apoyo a los clubes castellanoleoneses en función de quién juegue. A su juicio, “me tendrías que decir qué equipo. Yo le tengo simpatía al norte en general. No soy el típico aficionado del Athletic que quiere que le vaya mal a la Real. Depende del equipo de Castilla y León. Desde luego, el Valladolid no me da ninguna simpatía”.

Esta tensión también se visibiliza en el apoyo a una determinada provincia y no al conjunto de la comunidad. Es especialmente manifiesto en ciertas zonas, como la denominada Región Leonesa (compuesta por León, Zamora y Salamanca), donde se cuestiona y discrepa con la constitución de la propia autonomía tras la dictadura franquista. Este es el caso de Olga, quien acentúa que “depende. Si es de León, prefiero que se salve el de León. Si es de cualquier otro sitio, me da igual que se salve el vasco”.

A modo de resumen, mostramos, a continuación, el Cuadro 8. En él se recoge una comparación de las calificaciones indicadas anteriormente en relación al significado del

Athletic Bilbao, la selección española y los equipos locales en la vida de estos aficionados.

¿QUÉ SIGNIFICA EN SU VIDA? (Muestra = 16/25)			
	ATHLETIC BILBAO	SELECCIÓN ESPAÑOLA	EQUIPO LOCAL
Nota media	7,63	5,13	4,7
Nota máxima	10	10	10
Nota mínima	2	0	0
Moda	10 (cuatro veces)	1 (tres veces)	0 3 4 5 8 (dos veces cada una)
Notas por debajo del aprobado	2 3,5	0 (dos veces) 1 (tres veces) 3	0 (dos veces) 1 3 (dos veces) 4 (dos veces)

Cuadro 8 | Comparativa del significado del Athletic Bilbao, la Selección española y los equipos locales en la vida de los hinchas entrevistados | Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas

17.2. Relación entre lo local y lo global

En este apartado el interés se orienta hacia la identificación y la comparación de las distintas construcciones de lo local y su interacción en el proceso de globalización. Para ello, dividimos este subcapítulo en tres secciones. La primera se centra en la creación de los conceptos de “local” y “global” mediante la filosofía del Athletic Bilbao. La segunda versa sobre la implicación del club en asuntos como la política y el creciente uso del euskera. La tercera se enfoca en los cambios en la financiación del club en tanto que el fútbol está marcado por una creciente globalización. Concretamente indagamos sobre la publicidad en la camiseta, un posible cambio del nombre de San Mamés por el de una marca comercial o una hipotética conversión del club en Sociedad Anónima Deportiva. Asimismo, y en una subsección aparte, profundizamos en las salidas y falta de fidelidad de ciertos jugadores rojiblancos en los últimos años.

17.2.1. Local y global mediante la filosofía del Athletic Bilbao

En el presente apartado nos proponemos contrastar los conceptos de “local” y “global” contruidos a través de la filosofía del Athletic Bilbao. Para ello, un importante punto de partida es poner el acento en sus límites: cantera y territorio. Se trata de cuestionarse hacia dónde orientar la política de captación.

Varios autores han señalado que la dedicación prestada a la cantera es la razón por la que tanta gente se ha identificado con la escuadra rojiblanca. MacClancy (2003; 2007) señala que esta apuesta por el talento joven genera una relación de camaradería entre los futbolistas y la hinchada. De acuerdo con el académico británico, los aficionados son testigos de los esfuerzos de sus vecinos al tiempo que son conscientes de que las nuevas generaciones pueden llegar a la primera plantilla si se esfuerzan y valen. Quiroga Fernández de Soto (2019) también ve en este apoyo popular a las nuevas generaciones una forma de resistencia y contracorriente frente a los fichajes millonarios de otros equipos. Por su parte, Bertelegni (2017) destaca que la contratación de otros jugadores vascos nunca puede comportar la pérdida del puesto para un joven formado en Lezama.

Si echamos un vistazo a los seguidores de nuestra muestra, observamos que, entre los partidarios de un mayor peso de la cantera, sobresale el aprecio a unos valores y a lo propio. En este caso, se trata del producto formado dentro del Athletic Bilbao. Consideran que esa es la verdadera representación del espíritu del club. Así lo explica Aritz cuando apunta al “One Club Man, esa fidelidad a un equipo es lo que nos hace diferentes. Cuando perdamos eso seremos un club de un pueblo grande, estaremos en el limbo y seremos un club más”. Igualmente, Olga suscribe que esa ética y compromiso cobra forma mediante el patrocinio de la academia rojiblanca: “La idea que te transmitía de que me gusta un club con valores y ligado a la tierra y a las tradiciones que representan, pues supongo que concuerda más con que tenga un espíritu de cantera”.

Otros señalan a la ausencia de nacionalismo. Según indica Gaizka, “como no tengo sentimiento nacionalista, el hecho de que sea vasco me da igual, pero lo que me importa es que se mantenga la filosofía de ser un club de cantera”. También hay quien reivindica esa resistencia frente a la mercantilización del fútbol indicada anteriormente. Marcelo, por ejemplo, subraya que “es más importante tener unas convicciones y mantenerlas,

aunque pierdas, que traicionarte para ganar. Lo de los extranjeros no es porque sean extranjeros, sino por la dinámica comercial”.



Foto 5 | Inauguración de las instalaciones de Lezama (1971), lugar de entrenamiento del Athletic Bilbao y de formación de su cantera | Fuente: Athletic Club (2020d)

Por el contrario, otros autores se han centrado en la territorialidad como argumento para describir la esencia localista del club. Segurola (2008) inquiere sobre una cierta dominancia del Athletic Bilbao en el País Vasco. Y añade que, en ocasiones, se ha señalado al mal funcionamiento de Lezama para justificar una serie de intereses opacos que llevan a la entidad a fichar en las canteras vecinas. Más contundente se presenta la propia institución rojiblanca. En el número 61 de su revista oficial, correspondiente al mes de marzo de 2019, ofrece un amplio reportaje sobre el modelo del club. Su argumento principal es que, si bien el Athletic Bilbao es un equipo que apoya a la cantera, su verdadero baluarte y originalidad es mantener el principio de territorialidad:

La mayor y crucial diferencia entre el Athletic y el resto de clubes de cantera no está en el mayor o menor número de canteranos con los que compiten. [...] La verdadera originalidad del Athletic Club y quizá su mayor mérito radica en mantener el principio de territorialidad como filosofía deportiva más allá de la cantera. [...] El reto no es solo sacar de la propia cantera jugadores de primer nivel para el equipo; el verdadero desafío consiste en incorporar futbolistas nacidos o formados en Euskal Herria lo suficientemente competitivos para cubrir aquellas posiciones más débiles. [...] Porque nos olvidaríamos de aquellos otros futbolistas nacidos o formados que, no siendo tan mediáticos ni reconocidos, sí han sido lo suficientemente competitivos como para rendir a buen nivel en sus demarcaciones (Athletic Club, 2019b: 34-35).

De vuelta a nuestros entrevistados, entre los defensores de afianzar el ámbito territorial se divisan dos argumentos principales. Por un lado, que la representatividad del equipo recaiga en gente local y, así, apostar por lo propio. Josu lo resume en que “aunque no de la cantera, serían de la tierra”. Por otro lado, el riesgo de ser endebles si las futuras generaciones no están lo suficientemente cualificadas. Ernesto manifiesta que “con la filosofía actual podría darse el caso de que no hubiera ningún canterano, por difícil que sea” y aboga por fichar a los mejores futbolistas vascos, aunque implique usar mucho dinero.

Continuando con el tema territorial, la mayor o menor representatividad vizcaína en la plantilla también conlleva su análisis. Una hipotética ausencia de jugadores de este territorio histórico genera, mayoritariamente, rechazo entre los entrevistados. Varios consideran al club como indisociable de Bilbao/Bizkaia. Por ello, la falta de futbolistas de esta provincia tendría un efecto “deslocalizador”. Como apunta Guillermo, “aunque estuviese compuesto por jugadores del País Vasco, yo creo que la base siempre ha sido gente de Bilbao y alrededores”. Esta idea también la recoge Gaizka al preferir integrantes vizcaínos “porque me siento más identificado con Bilbao, Bizkaia. Al fin y al cabo, es gente que he podido tener ahí cerca”.

Algunos apelan a una “pérdida de la esencia”. Así opina Nekane, para quien “habría que darles más visibilidad porque su sentimiento de pertenencia no es el mismo” que un

jugador de otra provincia vasca. Y añade que “un vizcaíno va a tirar más que un donostiarra”, aunque reconoce el compromiso total de guipuzcoanos como Aduriz. Otros lo complementan con aspectos relacionados, tales como la diáspora, en la que nos centraremos más adelante. Para hinchas como Olga, la inclusión de los descendientes de vascos solo sería válida en el caso de los hijos de vizcaínos. A su juicio, “es una manera de limitarlo, que no nos venga un descendiente de un guiputxi⁷² [sic], sino de uno de Bizkaia”.

Contrariamente están los que anteponen la formación en la cantera del Athletic al origen del futbolista. Así, Endika recuerda que la falta de vizcaínos “ya ha ocurrido, pero es que son jugadores que han pasado por Lezama, saben lo que es, cómo es y han jugado allí”. Aritz concuerda con esta percepción al tiempo que ensalza la lealtad al club frente a la territorialidad. Para él “los límites administrativos encorsetan mucho la mentalidad de la gente”. Y sostiene que “esos límites están muy por debajo de lo que tiene que ser nuestra filosofía y la capacidad de representación simbólica que tiene, más que sobre un espacio, sobre unos valores”. Precisamente la fidelidad a los colores rojo y blanco y esa interiorización de un modelo único y singular es lo que destaca Mikel. A su modo de ver, esa es la preferencia, por encima del origen del jugador. Por ello, considera que “lo que hay que priorizar es a la gente a la que se le ha inculcado el espíritu del Athletic. Sea de donde sea. Es más, juegan riojanos, navarros, vascofranceses... Entienden lo que es el espíritu del Athletic y eso se circunscribe a Euskal Herria”.

Tal y como hemos visto a lo largo de esta tesis, la comercialización del fútbol también ha alcanzado a las academias de los distintos equipos. En las estructuras de ciertos clubes, especialmente en Latinoamérica, la formación de buenos jugadores se mide, en de igual modo, en términos deportivos y económicos. La venta y exportación de futbolistas permite sanear las cuentas e incorporar nuevos integrantes. De esta manera, el aspecto financiero adopta un papel principal. Por ello, preguntamos a nuestros entrevistados acerca del objetivo de Lezama, la cantera del Athletic Bilbao: ¿formar jugadores para venderlos y poder traer a los mejores futbolistas vascos o formarles para que sean estos quienes representen al equipo?

⁷² El término ‘guiputxi’ o ‘giputxi’ alude a la gente de Gipuzkoa. Se emplea, con frecuencia, entre la población vizcaína o, como vemos, entre los aficionados del Athletic Bilbao. Según las circunstancias, puede adquirir un tinte despectivo. Igualmente, también sirve para marcar la frontera entre el Nosotros vizcaíno y el Ellos guipuzcoano, así como entre el Nosotros *athletictzale* y el Ellos de la Real Sociedad (hinchas incluidos).

La respuesta es unánime a favor de la segunda opción. Consideran que el propósito de la academia rojiblanca ha de ser forjar y preparar, en todos los sentidos, a los futuros integrantes de la primera plantilla. Lo contrario sería dar un paso hacia la mercantilización que tanto esquivan. En este aspecto, Aritz recalca que “si no seríamos Mareo o Tajonar y yo, todavía, espero que seamos algo diferente. Quiero creer que Lezama es más La Masía que Mareo”. En sus declaraciones alude al reciente éxito de la cantera del FC Barcelona, cuyo trabajo ha producido jugadores de clase mundial (como Lionel Messi, Xavi Hernández, Carles Puyol o Andrés Iniesta) que, además, han integrado el principal equipo blaugrana. Por el contrario, se refiere a las canteras del Sporting de Gijón (Mareo) y del CA Osasuna (Tajonar) como continuas exportadoras de futbolistas a cambio de nuevos ingresos.

Otros seguidores, como Manolo, también defienden una visión de Lezama como escuela de los jugadores rojiblancos del mañana. Sin embargo, no rehúye la realidad financiera que se ha apoderado del balompié actual y contempla, con cierto miedo, el futuro de la factoría *zurigorri*: “El mercado, evidentemente, en el momento en el que a nosotros nos sale un jugador un poco bueno, los de siempre están ahí con el cazo y adiós muy buenas. Ante eso, ¿quién se resiste?”.

De igual forma, en esta contrastación de lo “local” y lo “global” miramos hacia el banquillo. La figura del entrenador queda excluida de los límites establecidos por la filosofía del club. Si hacemos un repaso a los técnicos que ha tenido el Athletic Bilbao en sus más de 120 años de historia, encontramos numerosos directores técnicos extranjeros e, incluso, de otras partes de España. Concretamente, el listado está encabezado por los preparadores británicos (9), seguido de españoles no vascos, argentinos y serbios (2), así como de húngaros, alemanes, checos, brasileños, franceses y austríacos (1) (Athletic Club, 2020c). Esta situación recuerda a la del antiguo equipo austrohúngaro del Hakoah. Su particular política de captación se limitaba al empleo, únicamente, de futbolistas judíos. Sin embargo, a la hora de contratar entrenadores, no dudaba en incorporar a los ingleses más vanguardistas independientemente de su fe (Foer, 2004).

Entre los hinchas entrevistados, aquí también existe unanimidad a la hora de hacerse con los servicios de un técnico extranjero si se diera el caso. Se trata de un aspecto que no les preocupa y que, a su modo de ver, no contradice la filosofía rojiblanca. Aficionados como Josu recuerdan que “el Athletic se ha nutrido de entrenadores de todo

el mundo desde sus inicios”. En esta misma línea se expresa Aritz, quien reconoce que “nosotros, en esto de los entrenadores, somos los primeros que trajimos a los ingleses. Mr. Pentland, Ronnie [Allen]... Y el último Bielsa, que volvió a traernos fútbol a San Mamés después de no sé cuántos años. [...] Bielsa nos devolvió la emoción de ir a dos finales”. Admite, pues, la buena labor que han tenido los preparadores foráneos en el devenir del club, con alusión incluida a las finales de Copa y de la Europa League de 2012 bajo el mandato del rosarino Marcelo Bielsa.

Esta impresión de que con directores técnicos de fuera el equipo compite mejor es ampliamente compartida. Por ejemplo, Leire no duda en afirmar que “los extranjeros siempre nos han ido bien en el banquillo. O casi siempre”. Por su parte, Nekane no descuida el apartado táctico ni la gestión del colectivo, aunque conviene que los preparadores foráneos favorecen a Los Leones: “Más que de aquí o de allí, quiero ver cómo maneja al grupo. Si nos ceñimos a los últimos años, nos ha ido mejor con un entrenador de fuera”.

17.2.2. Athletic Bilbao, independencia y euskera

En el análisis de las diferentes construcciones de lo local y su interacción en el proceso de globalización, consideramos relevante estudiar la relación entre el Athletic Bilbao, la política y el uso del euskera. Concretamente, queremos indagar en los posicionamientos de los aficionados entrevistados acerca de, hipotéticos o reales, posicionamientos del conjunto vizcaíno en campañas soberanistas en el País Vasco. Asimismo, buscamos su opinión sobre un mayor peso de la lengua vasca en el club rojiblanco. Y todo ello sin perder de vista la mundialización cultural, comercial, laboral o deportiva de las sociedades actuales.

En el ámbito político, tal y como se ha señalado en capítulos anteriores, la entidad *zurigorri* publicó el 10 de junio de 2018 –vía Twitter y no con un comunicado oficial– su apoyo a la campaña ‘Gure Esku Dago’ por el derecho de autodeterminación en el País Vasco. El pronunciamiento del club en cuestiones políticas y/o vinculadas con el independentismo vasco levanta ciertas ampollas entre los hinchas de nuestra muestra, indiferentemente de su posicionamiento particular.

Algunos no ven inconvenientes en que la institución manifieste una postura en este asunto. Basan su discurso en la libertad de expresión. Para Manolo, “cada uno es muy libre de dar su opinión; otra cosa es que me gustase o no que el País Vasco se separara de España”. No obstante, esta reflexión es minoritaria entre estos seguidores. La mayoría se opone a declaraciones institucionales sobre este tema. Varios lo rechazan de manera general, como Leire, quien piensa que “ni a favor ni en contra; me disgustaría porque creo que no debería meterse”.

González San Martín (2008: 84), en sus diversas reflexiones sobre el club, incide en que el Athletic Bilbao, como un todo, debe estar muy por encima de las muchas partes que lo componen. En este sentido, reitera que la voz de los directivos no debe ser la voz del club como entidad. Desde su punto de vista, “convendría que quienes se postulen para dirigirlo fueran conscientes de que deben dejar colgada, en la verja de Ibaigane, cualquier aspiración particular, por legítima que sea en otro ámbito, como la obtención de ventajas sociales, económicas o ideológicas”.

Algunos de estos hinchas secundan tal opinión para justificar su contrariedad ante el involucramiento político de la institución rojiblanca. Para Olga “que sus líderes, a título personal, se manifiesten me da igual, pero el Athletic, como tal, no”. Una línea similar sostiene Aritz, pese a que él mismo es favorable al derecho a la autodeterminación. Desde su interpretación, “me parece mal que el Athletic se posicionara a favor de algo en lo que yo estoy a favor. Yo puedo decirlo, el Athletic no. Esa es la diferencia. Una cosa es lo que yo pienso y otra lo que creo que debe pensar el Athletic”.

Otros basan sus objeciones en la transversalidad política e ideológica que atraviesa a la masa social del equipo. Gaizka, aunque reconoce que el Athletic “siempre ha flirtado un poco” con el nacionalismo, considera que no le gustaría “porque en el Athletic, ahora mismo, hay muchas ideologías y muchos pensamientos”. La desaprobación también se sustenta sobre posibles facturas entre la afición del club. Así opina Nekane, para quien “no se puede hacer eso porque hay mucha gente que anima al Athletic por ser el Athletic, no porque anime al PNV o al PP. Meterse en política hace daño al club. Tenemos seguidores hasta fuera de España. Sería hacernos un flaco favor”.

Esta posible desafección de los seguidores tiene un impacto variable, según se observa en las respuestas. Algunos reconocen que su fidelidad al equipo no se vería modificada. Es el caso de Marcelo, que defiende que “cada pueblo tiene derecho a hacer lo que

quiera; mi simpatía por el Athletic seguiría siendo la misma”. Otros destacan que la intensidad descendería por percibir una cierta exclusión hacia la gente que no es del País Vasco. Según Guillermo, “siempre me ha gustado el club y seguiría siendo seguidor, pero seguro que bajaría enteros porque sería una forma de romper con la gente de fuera. ¿Qué íbamos a pensar los peñistas de fuera?”. Por otro lado, hay quien lo interpreta como un ataque a su identidad nacional personal. Consideran que sentirse español y del Athletic Bilbao son cosas compatibles, pero anteponen su españolidad al fútbol. Para Ernesto, “como español que soy, no me gustaría que se manifestara a favor, pero depende de en qué manera lo hiciera, podría seguir siendo del Athletic”.

En el apartado lingüístico-cultural, el creciente uso del euskera por parte del club ha sido visto por algunos como una prueba más de sus vínculos nacionalistas. Quiroga Fernández de Soto (2014a) recuerda que, en 1983, el presidente del Athletic Bilbao, Pedro Aurtenetxe (1982-1990), aprobó la creación de un nuevo himno. Este pasó a cantarse en euskera, con alusiones al equipo como referente vizcaíno y vasco, eludiendo el castellano y los lazos con España. Por el contrario, Bertelegni (2017) describe que la mayoría de la afición rojiblanca, mucha de ella de fuera del País Vasco o sin hablar euskera, rechazó la idea de componer el himno en castellano o, incluso, mitad en español y mitad en vasco.

El hecho de que el himno esté sólo en euskera no genera discordia entre los miembros de nuestra muestra. La mayoría lo ve con buenos ojos e, incluso, defiende que así sea. Más controversia genera, en cambio, que el club decidiera, hipotéticamente, comunicarse sólo en vasco. Muchos expresan su rechazo ante este supuesto que consideran “muy limitador” y “una falta de respeto” hacia los aficionados que no son vascos, como explica Josu. Muchos de los entrevistados no son vascoparlantes. Por ello se oponen a esta posibilidad alegando su incapacidad para comprender los mensajes del club. También justifican, como Olga, que supondría una limitación para la propia institución, ya que “el fútbol es un deporte que no tiene fronteras, no puedes limitarlo, te resta fuerza para crecer como club”.

Esta barrera se observa en dos direcciones complementarias con un elemento en común: la exclusión. Por un lado, estarían los seguidores repartidos por toda España, como Cristina, quien enfatiza que “hay muchísimos aficionados que no somos del País Vasco y no sabemos euskera. Lo encontraría como si nos hicieran un poco de menos a los que no somos de allí”. Por otro lado, hay quien se fija en la proyección internacional que

debería tener el equipo. Se trataría de posicionarse en la era de la globalización con la filosofía como emblema, por lo que limitar el apartado comunicativo sería contraproducente. Así lo manifiesta Aritz, quien cataloga este supuesto como “un rejón a la mentalidad global que debe tener el Athletic. Sigue siendo el único equipo de once aldeanos que ha trascendido y surfea el mundo de la globalidad. Si nos restringimos al euskera, vamos a perder. Tenemos que abrirnos. La filosofía del Athletic debe ser difundida”.

En el lado opuesto están quienes se resignan. El principal argumento expuesto es la soberanía de la entidad. En este sentido, como expresa Endika, “el Athletic es un club de los socios, así que podría ocurrir. No lo veo mal, pero me parecería difícil que se diera”.

Otro aspecto interesante, ligado al himno del Athletic Bilbao, es que el hecho de que esté enteramente en euskera no es un impedimento para que estos aficionados se lo hayan aprendido, bien por completo bien en parte. Entre los hinchas vizcaínos, hay muchos que no son vasco parlantes y reconocen que se saben sólo algunas estrofas. No obstante, el aspecto más llamativo tiene que ver con los seguidores castellanoleoneses. La lengua vasca es solamente oficial en las comunidades autónomas del País Vasco y Navarra. Por lo tanto, su enseñanza no existe en los centros de Castilla y León. Sin embargo, estos aficionados afirman que han aprendido cierto vocabulario en euskera para poder cantar y comprender el significado del himno. Muchos de ellos admiten haber incorporado ciertos términos en euskera como *txapeldun*, *kanpora*, *agur*, *eskerrik asko*, *aita*, *ama*, *athletictzale* o *zurigorri*⁷³ a su repertorio cultural.

Otros hinchas repartidos por el España han llegado, incluso, a adoptar tradiciones propias vizcaínas debido a esta relación con el club. Por ejemplo, la peña Asociación Amigos del Athletic El Salinero de Torrevieja (Alicante) hace ofrendas a Nuestra Señora de Begoña, patrona de Bizkaia (Peña Gainza de Minglanilla, 2015). Nos encontramos, pues, ante un caso de difusión cultural. Esta se explica como la transmisión de un cierto repertorio cultural de una cultura -valga la redundancia- y de una sociedad a otra que lo incorpora (Harris, 2011). En este caso, si bien transferencia parte de una cultura y sociedad (vasca concretamente), la recepción se produce a nivel

⁷³ La traducción al castellano de estos términos es la siguiente: *txapeldun* (campeón), *kanpora* (fuera), *agur* (adiós), *eskerrik asko* (muchas gracias), *aita* (papá), *ama* (mamá), *athletictzale* (aficionado del Athletic Bilbao) y *zurigorri* (rojiblanco).

individual (los distintos seguidores rojiblancos) a consecuencia de la identificación con el Athletic Bilbao.

17.2.3. Mercantilización del fútbol

Cuatro de los ejemplos que definen al llamado fútbol moderno son: a) la publicidad en las camisetas, b) el nombramiento de los estadios con nomenclaturas comerciales, c) la transformación de los equipos en Sociedades Anónimas Deportivas y d) la falta de lealtad de los jugadores con sus clubes de siempre ante el creciente número de transacciones en el mercado de jugadores. Como ya se ha indicado en capítulos anteriores, estas prácticas se han desarrollado al calor del constante proceso de globalización. Sin embargo, la otra cara de la moneda es su potencial efecto de erosión respecto a los vínculos con las comunidades locales.

Estos asuntos han generado polémica entre la afición rojiblanca. La inclusión de publicidad en la camiseta del Athletic Bilbao marcó un hito en el fútbol español, ya que el vizcaíno era el último equipo inmaculado en este sentido. Pese a que, finalmente, se aprobó la inserción de un patrocinio, las posturas de la hinchada no han sido del todo cómplices. Bertelegni (2017: 226) clasifica la diversidad de actitudes ante este asunto en cuatro categorías:

- **Relativista:** Se trata de aquellos que piensan que el Athletic se privaría de un buen respaldo económico si renuncia a la publicidad. Además, sugieren que esos ingresos podrían invertirse en mejorar Lezama.
- **Purista:** Estos hinchas se niegan tajantemente a tener un sponsor en la camiseta. Para ellos significa doblegarse a la mercantilización del fútbol a costa de la significativa zamarra rojiblanca.
- **Institucionalista:** Estos seguidores consideran que la elástica debe mantenerse, si es posible, libre de patrocinios. Si resulta inevitable, entonces son partidarios de que sea publicidad institucional, cultural o de instituciones benéficas todo ello ligado con el País Vasco para mantener el vínculo territorial.

- Pragmático: Estos aficionados apuestan por no incluir publicidad en la camiseta si las cuentas del club están saneadas, pero no ven con malos ojos incluirla si el Athletic Bilbao se encuentra en números rojos financieros.

En relación a este tema, se observa un equilibrio de posturas entre los entrevistados. Los partidarios de la medida reconocen sus suspicacias iniciales, pero afirman haberse acostumbrado con el tiempo. Admiten que el fútbol actual exige mucho dinero y esta es una fuente de ingresos importante. Explícita es la respuesta de Ernesto al señalar que “el mundo globalizado nos está absorbiendo a todos, y yo creo que una cosa es ser castos o puros y otra ser tontos. Si una entidad te da millones por tener unas palabras de publicidad, mientras no sean ofensivas, me parece perfecto”. De igual manera se pronuncia Josu, quien considera que “quizás en un inicio no [aceptarlo], pero ahora, y una vez acostumbrado, hay que reconocer que es una aportación económica importante y necesaria”. Mientras, otros aficionados como Mikel la asumen a regañadientes. A su juicio, “hay que adaptarse a los tiempos. En su día me dolió porque manchar una camiseta es como un sacrilegio”.

Asumido el cambio, las principales críticas se dirigen hacia los patrocinadores. El primero en aparecer fue el Gobierno Vasco con la palabra “Euskadi” solo en partidos de competiciones europeas durante la temporada 2004/2005. Posteriormente, se han sumado la petrolera Petronor y el banco Kutxabank. Estas dos últimas han recibido cierto rechazo por los aficionados, que son más partidarios de “hacer lo de las neskas, que llevan a la Diputación de Bizkaia, o promocionar algo de la tierra más que a un banco o a una petrolera”, según explica Nekane. Otros sugieren, como Olga, “que tuviera algo social como el Barça” o que no figuren “casas de apuestas”, de acuerdo con Leire.

Por el contrario, los detractores se resisten a ceder ante los intereses económicos a costa de “manchar” la camiseta. No toleran la necesidad de cambiar de camiseta todas las temporadas “sólo porque hay que vender”, según Guillermo. Desde la perspectiva de este hincha, el asunto de la elástica va más allá y critica la dinámica mercantilista que ha terminado por afectar en todas las dimensiones:

Nunca me gustó. Ya no sólo eso. El nombre del jugador, el que los dorsales pasaran del número once... doce, trece, catorce para los [futbolistas]

reservas. Hay que vender, hay que cambiar la forma de la camiseta. Es ridículo, pero hay que vender. El fútbol de hoy no mantiene esos mínimos valores. Ahora si llevas la camiseta de Ronaldo o de Beñat, ya no llevas la camiseta de un club, sino la de un jugador en particular. Deshumaniza porque ya no es un sentimiento al club, sino a una figura. Es una pena porque creo que el fútbol se ha ido estropeando por el vil metal.

Esta precisión ya la establecía Verdú (1980: 148-149) al afirmar que “los dorsales ya no representan la función simbólica que se les atribuía. Ya sólo sirven para identificar a los jugadores”. Y adelantaba que “al perder tal función, la entrada de la publicidad comercial sobre ellos en las camisetas es más posible”.

Asimismo, algunos seguidores veían en esa resistencia un símbolo de “distinción”, como Aritz, quien reconoce que “ya la tengo asumida. Tardé en comprarme camisetas con publicidad. Siempre fui contrario a eso. Era algo que nos distinguía, resistimos hasta el final y no pudimos”. Otros, como Pepe, directamente “la han quitado” de la suya.

Cambiar el nombre de San Mamés por el de una marca comercial produce un rechazo más unánime. La mayoría de los entrevistados desaprueba esta hipótesis pese a que suponga perder ingresos. Se observa un afecto muy grande a la tradición y al papel representativo del espacio en la construcción del Athletic Bilbao como club. Para Nekane “eso sería venderse demasiado. Una cosa es que publicites en la camiseta y otra que cambies el nombre de un estadio. Uno de los estandartes que tiene el equipo es San Mamés y más cuando era el viejo”. Algunos fans, como Pepe, son aún más categóricos en su negativa: “No rotundo. Casi no me gusta lo de ‘nuevo’ San Mamés, así que como para poner ahí el ‘Wanda no sé qué’”. Mientras, otros aficionados califican esta mera posibilidad como algo “grave”, de acuerdo con Fermín.

Desechar esta opción se percibe como otro acto de “resistencia” a fin de conservar la singularidad del equipo. De lo contrario, para Aritz “sería una traición a nuestra idea. San Mamés forma parte de nuestro mito. Si llega Samsung y nos llamamos Samsung Stadium ya no seríamos Leones. ¿Qué seríamos? ¿Teléfonos móviles?”. En idénticos términos se expresa Guillermo, quien rechaza de plano este carácter mercantilista que ha adquirido el deporte: “Imagina que mañana a León le llaman New Balance Witchers.

Llegamos a un punto comercial que me parece otro error”. Esta resiliencia a la explotación comercial del nombre del estadio es una de las “estrategias de poder” a las que se refieren Raento y Watson (2000: 728). Para estos académicos, “nombrar y renombrar son estrategias de poder y la ubicación importa porque este poder sólo se ejerce verdaderamente cuando se ‘ve’ en el lugar apropiado” (*Ibid*, 2000: 728).

Sin embargo, y pese a no aprobar esta transformación, otros seguidores remarcan la necesidad de “ir adaptándose a los tiempos”. Según Mikel, “una cosa es cómo lo llamasen comercialmente y otra cómo lo siguiera llamando la gente”, en lo que podría comprenderse como un caso práctico de interpretación etic/emic.

El tercer punto es una posible conversión del Athletic Bilbao en Sociedad Anónima Deportiva. En 1990 se aprobó la Ley del Deporte que obligaba a la mayoría de los clubes españoles a cumplir con este trámite debido a la mala gestión. De esta manera, el carácter comunitario de los equipos daba pasos para su transformación en una empresa más (González Ramallal, 2014). El conjunto vizcaíno, junto el Real Madrid, el FC Barcelona y el CA Osasuna, quedó exento de este proceso por haber presentado beneficios económicos durante las tres temporadas precedentes a la aplicación de esta normativa. Esto se traduce en que el cuadro bilbaíno aún pertenece a sus socios, sobre los que recae la soberanía del club.

Preguntados sobre este asunto, varios de los entrevistados, de entrada, reconocen su desconocimiento sobre las implicaciones que conllevaría, lo que genera una postura neutra al respecto. Entre estos simpatizantes, prevalece el rechazo a esta reestructuración de poder en el club. Nuevamente, ceder ante esta circunstancia se percibe como “una pérdida de identidad” del club, según indica Josu. Para este aficionado, de producirse tal modificación “creo que el Athletic empezaría a ser uno más del circo futbolístico”.

Esta merma se concibe como una herida en la interpretación familiar de la entidad, toda vez que la soberanía ya no recaería en los socios. Por eso, seguidores como Pepe estiman que “no sé si será mejor o peor, pero una vez te conviertes en SAD se pierde el encanto porque pueden venderlo, mientras que con los socios está un poco amarrado”. Asimismo, aficionados como Aritz apuntan que estas conversiones han atraído a “jetas [sic]” al mundo del fútbol y, por lo tanto, se evitarían malas praxis mientras “la grada sea todavía un poco soberana”. Otros, como Marcelo, también muestran su oposición,

precisamente, por la irrelevancia en la que caería el sentido comunitario del Athletic Bilbao. A su modo de ver, “estaría en contra. Una de las cosas que más me gustan del Athletic es que sea de sus socios, aunque luego en la práctica no sea así”.

Igualmente, se incide, una vez más, en la “resistencia” a las leyes del fútbol moderno. Se aboga por no convertirse “mientras se pueda tirar y se puedan seguir teniendo los beneficios que se tienen” y tan solo se contempla ceder “en el caso de que no quede más remedio o que la propia Federación lo exija”, de acuerdo con Nekane. Otros apuntan, directamente, a la mercantilización reinante en el balompié y su rechazo frontal al mismo. Así, Fermín comenta que a él le “fastidiaría porque es entrar en el juego de lo que a mí no me gusta. El fútbol es un negocio”. De manera similar, Guillermo expresa su disgusto y enfado porque considera que “son intereses de dinero. Importa la empresa muchas veces y ya no se respeta ni a los socios ni nada. Me parece un error porque tiene que ver más con lo mercantil que con otros valores”.

Por el contrario, quienes aprueban esta modificación consideran que no sería algo “que tenga mayor trascendencia”, ya que “los demás equipos lo han hecho, no creo que sea algo relevante”, de acuerdo con Manolo. En caso de que las finanzas del club vayan bien con el modelo actual, valoran que se siga igual. Sin embargo, “si algún día tiene que convertirse en SAD no pasaría nada”, tal y como apunta Raúl. Aficionadas como Olga también subrayan que todo depende de las circunstancias en las que se encuentre la entidad y las alternativas que se presenten. A su juicio, “no me importa mucho. Insisto en que habría que valorar las opciones que hay, pero si se abre esa vía, supongo que es una decisión que habría que tomar”.

Esta concentración de poder en un(os) accionista(s) mayoritario(s) es la opción preferida por hinchas como Mikel ante la tesitura de que el equipo pudiera desaparecer. En su caso, aclara que “me dolería que ocurriese, pero más me dolería que acabase el club. Entre que desaparezca y lo salve un magnate, prefiero al magnate”. Aun así, no están dispuestos a hacer esta concesión a cualquier precio. Para este mismo aficionado, el comprador “debe ser vasco”, de lo que se deduce que, incluso en este supuesto, debe existir un vínculo con el territorio y evitar deslocalizaciones.

17.2.3.1. Lealtad a unos colores. Entre Muniain y Llorente

Como ya se ha indicado anteriormente, una de las características que marcan el curso que actualmente ha adoptado el fútbol es la falta de lealtad a unos colores por parte de los jugadores profesionales. Autores como Castillo (2007b), Alabarces (2002) y Giulianotti (1999) han teorizado al respecto y señalan una serie de puntos considerables. Por un lado, el imperialismo de la perspectiva deporte-negocio, en buena medida apoyado en su mediatización, ha conllevado que los futbolistas que permanecen en un mismo club sean una especie de *rara avis*. La mercantilización ha debilitado este simbolismo jugador-símbolo y, consecuentemente, la fidelidad deportista-club se erosiona. Este modelo de atleta posmoderno busca el factor ganador, tanto competitiva (el equipo que más gloria y trofeos le permita conseguir) como económicamente (el equipo que más le pague).

El Athletic Bilbao no se ha visto exento de esta nueva realidad futbolística. Se trata de un club donde, tradicionalmente, los integrantes han guardado un alto compromiso y una alta fidelidad. Esta situación, principalmente, ha venido motivada por el hecho de que un alto porcentaje de sus jugadores han salido, directamente, de su cantera. Los ejemplos más recientes, como ya se ha apuntado en el Marco Teórico, los protagonizaron Iker Muniain, Óscar de Marcos, Mikel Balenziaga e Ibai Gómez. Los cuatro futbolistas decidieron que sus nuevos contratos no incluyesen cláusula de rescisión. De esta manera, y en cierto modo, carecen de tasación en el mercado. Esto se traduce en un mensaje de lealtad con el cuadro vizcaíno, ya que, ante un supuesto interés de otros clubes, ellos tendrían la última palabra.

Anteriormente se han dado casos parecidos, como la decisión del ex delantero Joseba Etxeberria de no cobrar durante su última temporada como forma de agradecimiento al conjunto bilbaíno. Igualmente, el ex capitán Julen Guerrero firmó un contrato prácticamente vitalicio con la institución rojiblanca a mediados de los años noventa. La renovación se firmó por diez temporadas y se establecía una cláusula de rescisión de mil trescientos millones de pesetas (el equivalente a casi ocho millones de euros) (Rodrigálvarez, 1995; Segurola, 1995). De esta manera reafirmaba su fidelidad al club, al tiempo que espantaba los cantos de sirena procedentes de otros equipos como el Real Madrid. No obstante, huelga decir que su nómina pasó a ser una de las más altas de la época, con unos emolumentos totales cifrados en más de mil millones de pesetas (lo que

equivale a más de seis millones de euros) entre las diez temporadas renovadas. (Seguro, 1995).

En este apartado de lealtad al combinado vizcaíno también podemos señalar aquellos casos de jugadores que se fueron para salvar las arcas de la entidad. Uno de los más célebres fue Jesús Garay. El defensa central fue vendido al FC Barcelona en 1960 por seis millones de pesetas de la época. Sin embargo, el propio futbolista no quería irse de *su Athletic Bilbao*. Aceptó la decisión porque el club necesitaba el dinero, es decir, lo hizo como acto de servicio al equipo (Bertelegni, 2017). Su gesto fue tan simbólico y significativo que la institución rojiblanca y la afición rebautizaron la Tribuna Norte del viejo San Mamés con su nombre. Y es que, precisamente, esta se había construido con el montante de la transacción (Relaño, 2013). Otros ejemplos fueron la venta del delantero Julio Salinas y del portero Andoni Zubizarreta por el Atlético de Madrid y el FC Barcelona, respectivamente, a finales de los años ochenta (Bertelegni, 2017).

Sin embargo, en los últimos años se han producido una serie de episodios en el seno del Athletic Bilbao que contrastan con estas pruebas de lealtad. Se trata, específicamente, de la marcha de varios jugadores que no han querido renovar con el club al preferir otras opciones. Todo ello en un momento, el actual, en el que las cuentas del equipo están saneadas. Nos referimos, concretamente, a las salidas de Fernando Llorente, Javi Martínez, Ander Herrera, Aymeric Laporte y Kepa Arrizabalaga. En este sentido, buscamos la opinión de los miembros de la muestra acerca de estas fugas.

El primero que destapó el tarro de las discordias fue el atacante Fernando Llorente. El delantero navarro se formó en las categorías inferiores del club. Tras consolidarse como el goleador por referencia del primer equipo, haberse hecho un hueco en la selección española (con la que ganó el Mundial de 2010 y la Eurocopa de 2012) y haber realizado una sobresaliente actuación en la Europa League 2011/2012 (en la que el Athletic Bilbao terminó subcampeón), decidió no renovar con la entidad vizcaína. En su lugar, prefirió aceptar la oferta de la Juventus italiana, a la que se incorporó en la temporada 2013/2014.

A tenor de las respuestas obtenidas, se observa un nivel de molestia muy grande con la salida de este futbolista. Algunos aficionados comprenden que Fernando Llorente optase por otras ofertas más suculentas y por otros equipos que aspiran a ganar los títulos que no conseguiría con Los Leones. Sin embargo, su alto grado de enfado tiene

que ver con los modales y las maneras en las que el atacante dejó las filas rojiblancas. Así, Manolo remarca que “me parece que no lo hizo bien. Está claro que, si le ofrecían más en otro sitio, y sabemos que la vida del deportista dura lo que dura, pues tiene que aprovechar las oportunidades. Lo que no me gustaron fueron las formas”. Idéntica reflexión comparte Olga, quien le reprocha el modo en que se fue: “Creo que era un jugador llamado a marcar una época en el Athletic y no creo que se portara bien a la hora de afrontar su salida. Lo podría haber hecho de otra manera”. Por su parte, Guillermo le recrimina la falta de afecto por el club que le ha formado desde niño y que le hizo debutar en la élite del fútbol español. A su juicio, “a mí me molestó. Entiendo que un jugador quiera crecer e irse a otros clubes y ganar títulos, pero la forma de dejar los clubes tiene que ser de otra manera. Es un club que te ha dado todo, que te ha llevado a ser un crack. Y como se dice en Castilla y León, “de bien nacidos es ser agradecidos””.

Algunos seguidores van más allá y se muestran reacios a un posible regreso del delantero. Consideran que la manera de abandonar la escuadra bilbaína fue inapropiada y por ello no desean su vuelta. Se pone de manifiesto, así, el simbolismo del ataque a la comunidad desde su propio interior. Estamos ante una suerte de representación de la traición. Marcelo, por ejemplo, es uno de estos hinchas que rechazan un futuro retorno de Fernando Llorente. Desde su punto de vista, “que se quiera ir me parece bien, no tengo mayor problema. La forma creo que fue muy mala. No me gustaría que volviera”. Más vehemente se expresa Ernesto, quien refleja su enojo mediante una condena perpetua al jugador. Desde su perspectiva, el delantero era

Un tío que estaba triunfando en el Athletic, marcando goles en el Athletic y, por lo que yo tengo entendido, se fue por muy poco dinero más de lo que le pagaba el Athletic. Yo no le perdonaré en la vida. Si ahora Llorente volviera a jugar en el Athletic me llevaría un gran disgusto. No iba a dejar de ser del Athletic, evidentemente, pero me iba a llevar un gran disgusto.

Del mismo modo, Aritz carga contra el atacante y presenta sus objeciones ante un posible regreso de Llorente:

Creo que fueron dos problemas que estaban por debajo del Athletic. La primera, la lucha de egos entre la Directiva y el jugador. El jugador se

sobredimensionó, pensó que valía más de lo que valía. Y la Directiva dijo ‘te vas a pudrir ahí’. Me parece un error por las dos partes. Si acaso, más por la parte de Fernando Llorente porque creo que fue de campeón y no era tan campeón. Era un buen delantero en un equipo que jugaba para él, pero no es Messi. A mí no me gustaría que volviera Llorente.

De la declaración anterior también extraemos un grado de responsabilidad atribuido a la Junta Directiva del Athletic Bilbao, presidida en aquella época por Josu Urrutia (2011-2018). No es el único aficionado que apunta en esta dirección, a pesar de que se sienten igualmente disgustados con la fuga del ex león. Gaizka sostiene que “me molestó que se fuera, pero creo que la culpa la tuvo el club”. Similar prisma comparte Raúl, quien escuda al delantero al comentar que Llorente “le dijo al club que se quería ir, que cobrara el dinero del traspaso y el club hizo caso omiso. El odio y rencor que le cogió la afición a este chico no lo entendí nunca”.

A la par que el de Fernando Llorente se produce otro proceso similar con el centrocampista Javi Martínez. Formado en la cantera del CA Osasuna, el futbolista navarro fichó por el Athletic Bilbao en 2006 con apenas diecisiete años. Durante su tiempo en el conjunto bilbaíno se consolidó como un jugador titular y alcanzó la selección española absoluta con la que ganó el Mundial de 2010 y la Eurocopa de 2012. Precisamente, a la vuelta del torneo continental decidió desvincularse del cuadro vizcaíno y fichar por el Bayern de Múnich.

En este caso, las personas entrevistadas también se muestran, mayoritariamente, molestas. Sin embargo, se aprecian ciertos matices respecto al episodio anterior. Aficionados como Guillermo se sienten disgustados por la decisión adoptada por el centrocampista. Al igual que con Fernando Llorente, piensa que las formas no fueron las mejores y, además, considera que Javi Martínez nunca llegó a interiorizar todo lo que implica la filosofía rojiblanca. A su juicio, “a mí cualquier persona que juega en el Athletic y juega bien, que quiera irse me molesta porque creo que están ya suficientemente bien pagados. Si sientes la filosofía del Athletic, que es un club que te lo ha dado todo, ¿por qué no quedarte en el club y mantener esa fidelidad?”. Del mismo modo piensa Aritz, quien enfatiza que el comportamiento de este jugador se mueve por los intereses económicos y no por unos valores ligados a una determinada comunidad,

en este caso la del Athletic Bilbao. Desde su punto de vista, “nunca fue un futbolista que asumiera la filosofía del Athletic. Javi Martínez, navarro como Iker Muniain, es el anti Iker Muniain. No tiene nada que ver. Siempre fue el soldador que va a trabajar a La Naval, pero si Altos Hornos⁷⁴ paga más, me voy a Altos Hornos. No me gustó”.

En estas críticas a la fuga del mediocampista se han producido situaciones interesantes. La Peña Athletic Club Nuevo San Mamés, de la localidad asturiana de Piedras, se fundó en 2009, precisamente, bajo el nombre de Javi Martínez. No obstante, tres años más tarde sus directivos decidieron cambiarle el nombre tras la oficialización de su fichaje por el conjunto bávaro (Peña Gainza de Minglanilla, 2015).

Otros hinchas rebajan este nivel de malestar apoyándose en un hecho muy concreto. El no haberse formado en la cantera de Lezama lima ciertas asperezas, pues no se le considera del todo un miembro del Nosotros *zurigorri*. Ernesto resume esta idea al indicar que “a Javi Martínez lo fichamos nosotros del Osasuna. No se formó en la cantera del Athletic. Entonces, igual su sentimiento hacia el Athletic no es el mismo. Cualquier jugador que sale del Athletic por un contrato millonario no lo veo bien, pero bueno, el caso de Javi Martínez es diferente”. Este aspecto también lo destaca Nekane, quien incluso tiene palabras positivas para el navarro. Esta seguidora entiende que el jugador se mueve por el interés monetario y, por lo tanto, igual que llegó al Athletic Bilbao se fue. Según su reflexión, la salida del centrocampista

me pareció bien. Además, se comportó como un señor. Dejó dinero al club, que eso para mí es muy importante. Y todos pensábamos que se iba a ir porque ya lo había hecho en Osasuna, viniéndose al Athletic. Al Athletic no le juró amor eterno, así que era muy normal que se fuera. Pero, por lo menos, ya que se fue, pues al club le dejó un dinero que le viene muy bien.

⁷⁴ Altos Hornos de Vizcaya (AHV) fue una empresa dedicada a la actividad siderometalúrgica. Llegó a ser una de las compañías más importantes del Estado español en datos tanto laborales como productivos. Ubicada en la margen izquierda de la ría del Nervión, concretamente en el municipio de Barakaldo, fue uno de los principales reclamos de la inmigración (del resto de España) que se asentó en Bizkaia a partir de mediados del siglo XX. Por su parte, La Naval fue el astillero más importante del País Vasco en el siglo XX y uno de los más relevantes de España. También estaba ubicado en la margen izquierda de la ría del Nervión, específicamente en el municipio de Sestao (vecino de Barakaldo). Al igual que en la compañía anterior, también supuso un principal reclamo para la inmigración (del resto de España) que se asentó en la provincia.

Unos años más tarde, otro centrocampista también decía adiós a Bilbao. En este caso fue Ander Herrera. A pesar de haber nacido en la capital vizcaína, este jugador se formó por completo en las categorías inferiores del Real Zaragoza, equipo con el que llegó a debutar en Primera División. En 2011 fichó por el Athletic Bilbao, donde permaneció tres temporadas hasta que, en 2014, se fue rumbo al Manchester United.

En este caso, la gran mayoría de los entrevistados no se sienten molestos con su fuga y algunos, incluso, desean que vuelva al club. Destacan la honestidad con la que el jugador afrontó su salida y subrayan que pensó en el equipo antes de partir. Esta es la reflexión de aficionados como Manolo, quien considera que con “la edad que tenía no estaba para desechar muchas ofertas. Me parece bien y algún día volverá”. Por su parte, hinchas como Aritz piensan que el centrocampista “intentó sujetarse y le hicieron una oferta que no podía rechazar. Ander Herrera fue el primero que pensó en la caja del Athletic”.

Al igual que sucede con Javi Martínez, varios seguidores se sienten menos disconformes con Ander Herrera porque su formación no tuvo lugar en Lezama. Así pues, encontramos, nuevamente, un jugador al que no se le considera parte del Nosotros rojiblanco por completo. Esta es la reflexión de Ernesto, quien argumenta que “es un jugador que no se formó en el Athletic, que llegó al Athletic en una edad adulta porque vino del Zaragoza y ya estaba jugando en Primera División. Ya era un jugador formado. Sí me gustaría que volviera. Es al que menos rencor le guardo”. Sin embargo, la marcha del mediocampista también ha generado su enojo y ciertos fans no lo ocultan. Es lo que acontece con Guillermo, quien critica esta salida al indicar que “me molestó porque fueron lo que fueron gracias a la afición”.

A comienzos de 2018 un nuevo futbolista rojiblanco se iba de Bilbao. Ahora se trataba del defensa central Aymeric Laporte. El zaguero ingresó en los Juveniles del Athletic Bilbao en 2010, con apenas 16 años. Dos temporadas más tarde se incorporaba a las filas del primer equipo rojiblanco donde terminó haciéndose un jugador fijo en las alineaciones. Tras rechazar varias ofertas de equipos como el FC Barcelona, terminó haciendo las maletas con destino al Manchester City.

A tenor de las respuestas, existe una amplia mayoría de aficionados poco o nada molestos con la salida del defensa. Dentro de este inexistente disgusto se observan dos patrones muy diferenciados para interpretar esta fuga con buenos ojos. Por un lado,

están aquellos hinchas que se alegran por el dinero que deja en las arcas del club. Además, secundan esta idea sobre la noción de que la posición quedaba bien cubierta con los nuevos jóvenes que subían al primero equipo desde la cantera. Esta es la argumentación de Endika, quien piensa que “vinieron con una oferta muy potente, el club tenía jugadores en esa posición que venían de atrás buenos y, económicamente, al club le convenía”. Similar razonamiento emplea Manolo, a quien no le causó ningún fastidio “porque no era un jugador que me gustara especialmente. No sentí mucho que se fuera. Además, había jugadores mejores que él y los hay”. Otras, como Nekane, incluso desean un posible regreso del zaguero al final de su carrera. Desde su perspectiva, “no me importa. Espero que vuelva. Se ha portado como un señor y ha sido un buen jugador. Ha estado defendiendo la camiseta del club y se ha partido la cara. Nada que reprocharle”.

Por el contrario, hay seguidores que no se sienten incómodos con su marcha porque consideran que no entra en la filosofía rojiblanca. Resulta que Aymeric Laporte nació en Agen, ciudad perteneciente a la región de Nueva Aquitania (Francia), es decir, fuera del País Vasco francés. Antes de pasar a formar parte del Juvenil B del Athletic Bilbao, había jugado en el Aviron Bayonnais, equipo convenido de los rojiblancos. La incertidumbre radica en si esa estancia en Baiona (País Vasco francés) fue una táctica de la entidad *zurigorri* para que contase como formación en cantera vasca y, consecuentemente, ser apto para formar parte del club (Gutiérrez-Chico, 2018).

Olga es una de estas hinchas para las que el central zurdo no cumple con los criterios de captación del equipo. Por ello, su salida no le produce ningún resquemor. A su modo de ver, “como no me interesa en mi equipo [por la filosofía] pues fuera”. Semejante idea sostiene Aritz, quien piensa que este caso es “otro como [el de] Javi Martínez. Nunca tuvo la filosofía del Athletic. Yo creo que nunca debió jugar en el Athletic. Creo que también estuvo sobrevalorado. Se marchó y se hizo caja. Estupendo. Muy bien”. Como podemos observar, aquí tampoco se incluye a Aymeric Laporte como parte del Nosotros rojiblanco, razón por la cual su fuga no resulta sensible ni dolorosa para estos aficionados.

El último de los cinco futbolistas referenciados al inicio en salir del Athletic Bilbao ha sido el portero Kepa Arrizabalaga. Oriundo de la localidad vizcaína de Ondarroa, el cancerbero se formó en la cantera de Lezama. De hecho, pasó por todas y cada una de las categorías inferiores rojiblancas comenzando en alevines. Tras varias cesiones en

Valladolid y Ponferrada, a finales de 2016 logró debutar con el primer equipo y consolidarse como guardameta titular con veintidós años. A mediados de la siguiente temporada también hizo su primera aparición con la selección española, en la que terminó convirtiéndose en un fijo de las convocatorias. Tal es así que ese mismo año sería uno de los veintitrés elegidos para acudir al Mundial de Rusia. No obstante, el arquero protagonizó uno de los culebrones del mercado invernal 2017/18. Su renovación con Los Leones se enquistó ante un supuesto interés del Real Madrid por ficharle. Este proceso llegó a copar los diarios deportivos y las secciones deportivas de los periódicos generalistas. Sea como fuere, a finales de enero de 2018 acabó renovando con los bilbaínos por un período de siete años. Sin embargo, apenas siete meses después hizo las maletas con destino al Chelsea inglés, previo pago de ochenta millones de euros (el traspaso más caro de la historia por un portero).

A la vista de las respuestas obtenidas, esta ha sido la salida que más molestia ha causado entre los aficionados entrevistados. Si analizamos las argumentaciones dadas, observamos ciertos paralelismos con el caso de Fernando Llorente. Una de las razones empleadas para manifestar su disgusto es, aquí también, las formas empleadas por el jugador para abandonar el club. Consideran que sus modales, la manera en que gestionó su renovación y su inmediata fuga fueron ejemplos de descortesía con el equipo y con los aficionados. Seguidoras como Cristina señalan que “si anda con esos trajines de ahora me voy, ahora no me voy... A mí eso me fastidia”. Olga, igualmente, se siente disgustada con la actitud del cancerbero por haber faltado a su palabra y haber actuado de manera “hipócrita”. Esta situación le resulta “muy molesta porque no puedes venirte arriba como si fueras súper del Athletic después de haber firmado una renovación un poco antes y luego das la espantada. Un poco hipócrita”. Semejante razonamiento emplea Aritz, quien reconoce haber defendido al futbolista en un principio, pero cuya salida hacia Inglaterra borró toda su confianza en él. A su juicio, Kepa

dejó marear la perdiz en exceso. Antes de la última yo había sido un defensor de Kepa porque tuvo una maniobra, cuando el Madrid venía a por él, renovó para que el Athletic no se quedara en pelotas [sic]. La cosa se había quedado apaciguada y, de repente, llegó el Chelsea. Se fue, pero porque él quiso. Creo que fue un error para él, sobre todo. Creo que no va a llegar tan alto como portero.

Otro hincha que se siente muy dolido con esta fuga es Ernesto. En este caso, al igual que sucediese con Fernando Llorente, resalta el hecho de que el cancerbero se haya formado en la cantera de Lezama. Así, se interpreta como la salida de alguien que encarna por completo el Nosotros rojiblanco, de ahí el malestar creado. Según este aficionado, el portero

sí que se ha formado en las categorías inferiores del Athletic. Era del Athletic a muerte. Estuvo cedido en equipos porque no tenía hueco en ese momento en el Athletic, pero llegado el momento se le dio la titularidad, se le dieron los galones que quería y que tenía, y un sueldo más que digno. De todos es sabido que estuvo negociando con el Real Madrid y estuvo a punto de irse al Real Madrid, pero Zidane dijo que no quería ningún fichaje en el mercado de invierno. Y, entonces, en una maravillosa rueda de prensa dice que ha decidido renovar por el Athletic porque es su vida y es la mejor opción que ha tenido. Las palabras que dijo en aquella rueda de prensa a los seis meses se cayeron por su propio peso. Sí que me ha dolido mucho.

De manera similar piensa Marcelo, quien también recalca la formación del arquero en Lezama. Por este motivo cree que la actitud no ha sido la correcta y ha ofrecido un cierto desagrado al club que lo ha educado. Se concibe como una ofensa al colectivo, al Nosotros. A su modo de ver,

en la forma se ha equivocado muchísimo. Lo ha hecho muy mal. Creo, además, que ha jugado al engaño. No es por irse, es por jugar al engaño. Además, en jugadores como Kepa o Llorente hay un elemento más, que son gente en la que se ha invertido mucho en su formación y ellos también deberían tenerlo en cuenta. Hasta que se forman, hasta que se hacen, cuesta mucho trabajo y esfuerzo, mucho dinero, y luego a la primera, ni un sentimiento de mínima lealtad me parece mal.

Asimismo, hay quienes, como ocurre con Fernando Llorente, también rechazan su retorno por completo. Decepcionada por la actitud de Kepa a la hora de renovar y, seguidamente, salir de Bilbao, aficionadas como Nekane se niegan en rotundo a una

posible vuelta del portero. Desde su punto de vista, el ondarrutarra es “un hombre que no ha ganado nada porque cuando estaba en el Athletic no había ganado nada. Que venga de estrella, que marque el dinero que va a cobrar... No quiero que vuelva”.

17.3. Performatividad de la identidad vasca

En este apartado pasamos a centrarnos en la performatividad de la identidad vasca mediante el Athletic Bilbao. Concretamente, analizaremos las continuidades y transformaciones a través de sus prácticas y discursos identitarios. De este modo, este subcapítulo se divide en tres secciones. La primera se enfoca en la confrontación de dos modelos de pertenencia a la vasquidad vía la filosofía del club vizcaíno. Nos referimos a la concepción cívica/*ius solis* (canteranos no oriundos del País Vasco) y la étnica/*ius sanguinis* (diáspora vasca). La segunda examina la cuestión de género. Específicamente, si los cambios sociales en esta materia se ven reflejados en las prácticas y narrativas identitarias en torno al cuadro bilbaíno. La tercera apunta hacia la diversidad cultural. En particular, cómo se ha representado esta en las representaciones y discursos identitarios, con especial atención a la negritud.

17.3.1. Vasquidad en términos étnicos y cívicos. Diáspora versus cantera

En este subcapítulo examinaremos la definición de la vasquidad, en términos étnicos y cívicos, a través de las interpretaciones y prácticas de la filosofía del Athletic Bilbao. La política de jugadores del conjunto vizcaíno permite su articulación como actor definidor de la identidad vasca. En este sentido, compartimos con Aquino (2017: 122) cuando afirma que “los jugadores del Athletic Club no son simplemente futbolistas profesionales, son representantes de la vasquidad”.

Antes de confrontar ambos modelos, cabe recuperar sus definiciones para facilitar una comprensión de los resultados futuros. Así, sirviéndonos del trabajo de Zubrzycki (2002), podemos dividir entre:

- Étnico: Según esta interpretación, la identidad es algo cultural, que se proporciona con el nacimiento, se impone al individuo. Se trata de una pertenencia que precede a la elección humana y a la reflexión personal.
- Cívico: De acuerdo con esta concepción, la identidad es algo político, se basa en una elección personal de pertenecer a una comunidad concreta, en la asociación de miembros con ideas próximas, abierta a la deliberación y su (re)negociación.

Igualmente, también recordamos los clásicos términos jurídicos en latín del *ius sanguinis* y el *ius solis*. El primero, que literalmente significa derecho de la sangre, supone que la identidad nacional-colectiva es una herencia de los progenitores, se transmite de generación en generación. Por su parte, el segundo, que literalmente hace alusión al derecho del suelo, del lugar, contempla que la identidad nacional-colectiva viene marcada por el enclave en el que se encuentren los padres en el momento del nacimiento de la persona, sin importar su origen.

Estos conceptos, aplicados a la filosofía del Athletic Bilbao, se corresponderían con aquellos procedentes de la diáspora vasca (modelo étnico) y con la formación vía cantera de aquellos jugadores no nacidos en el País Vasco (modelo cívico).

Antes de proceder con su análisis, nos resulta fundamental conocer, en primer lugar, la concepción territorial que del País Vasco tienen los aficionados entrevistados. Queremos saber cuáles son, para ellos, los límites geográficos. Y es que, de acuerdo con Medina (2003: 127), “la concepción de un territorio en cualquier sociedad es una construcción social que se da en base a una situación geográfica dada”. Así, una minoría de los hinchas consultados considera que está formado por las siete provincias indicadas a lo largo de esta tesis y que constituyen lo que se conoce como *Euskal Herria* (Azurmendi, 1998)⁷⁵. En esta interpretación se encuentra, por ejemplo, Marcelo, a quien le parece “acertado el criterio de la lengua y el criterio cultural. El criterio de lo que se llama Euskal Herria, donde se da una cierta conexión de pueblo”.

Por el contrario, la gran mayoría define estos límites de acuerdo con los tres territorios históricos que conforman la Comunidad Autónoma Vasca. Por lo tanto, se refieren a

⁷⁵ Recordamos que estas siete provincias son Bizkaia, Gipuzkoa, Araba (Comunidad Autónoma Vasca), Navarra, Lapurdi, Zuberoa y Behe Nafarroa (estas tres últimas en el País Vasco francés).

Bizkaia, Gipuzkoa y Araba. Seguidores como Manolo opinan que “Navarra nunca lo he considerado vasco. Ahí te sales”. Otros como Guillermo creen que “es un ámbito más político. Para mí son los que hay de Pirineos para abajo. No quiero ahondar en eso del País Vasco francés, Iparralde... Lo que controlo del País Vasco es lo que dice la Constitución ahora mismo”. No obstante, hay quien hace una diferencia en esta delimitación en función de si hablamos de fútbol o no. Este es el caso de Josu, para quien el País Vasco lo conforman los territorios “oficiales, Bizkaia, Gipuzkoa y Araba. Aunque, hablando de fútbol, siempre he sentido a Navarra como una parte más. No ya las provincias vasco-francesas”.

Precisamente esta distinción en base al balompié nos lleva a indagar por algunos casos que han suscitado controversia en los últimos años. Nos referimos, concretamente, a la contratación o el interés por jugadores del País Vasco francés. Así, a finales de la década de los noventa el defensa Bixente Lizarazu (nacido en Lapurdi) fue el primer jugador de este territorio en vestir la camiseta rojiblanca (temporada 1996/97). Su fichaje suscitó ciertas dudas y polémica acerca de su aptitud (Gutiérrez-Chico, 2018). Igualmente, a comienzos del siglo XXI la entidad vizcaína pretendió contratar al centrocampista Didier Deschamps (nacido en Baiona), excapitán y actual entrenador de la selección francesa. La desestimación de su fichaje no ha quedado clara. Para ello se han alegado razones como una posible falta de interés profesionales por ambas partes y la falta de claridad de sus raíces vascas (*Ibid*, 2018).

Sin embargo, uno de los casos más sensibles de los últimos años es el del ya citado Aymeric Laporte. ¿Consideran estos aficionados que entra en la filosofía del Athletic Bilbao?

A tenor de los resultados, observamos una clara división de opiniones. Entre quienes se resisten a incluirlo se observan varias razones de peso. La primera tiene que ver, precisamente, con el carácter de la propia política de jugadores. El hecho de que no esté recogida en los estatutos y, por lo tanto, sea interpretativa, permite expandir o contraer los límites según el directivo de turno o la conveniencia del momento. Por ello, hinchas como Marcelo creen que “ahí hay muchas dudas. Yo creo que ahí se hizo un poco de trampa. Además, como la filosofía no está normativizada ni un lugar donde diga ‘estos son los límites’ pues siempre es fácil la interpretación hacia un lado o hacia otro. El caso Laporte fue un poco forzado”.

Otros seguidores consideran que la pertenencia al club está más relacionada con encarnar su espíritu y sus valores. Por ello, la inclusión de los futbolistas vascofranceses, por el mero hecho de ser de ese territorio, no es una justificación. Este es el razonamiento de Aritz, quien también excluye a Laporte, aunque con matices: “Desde mi punto de vista no. Lizarazu tampoco. Y cuando se habló de traer a Deschamps, tampoco. De hecho, casi entra más Laporte porque llegó jovencito y ha entrado en esa filosofía de club. Desde mi punto de vista no entra, pero Lizarazu mucho menos”.

Asimismo, hay aficionados que circunscriben este Nosotros rojiblanco a la pertenencia española también. Nuevamente, la concepción de unos determinados límites territoriales para el País Vasco se pone de manifiesto en temas como el del defensa. Ernesto, por ejemplo, sostiene que los futbolistas vascofranceses no entran en la filosofía y, consecuentemente, Laporte no debería haber formado parte del club. A su juicio, “ha jugado con la selección francesa, por lo tanto, es francés a todos los efectos. ¿Qué narices hace Laporte jugando en el Athletic?”.

Curiosamente, esta participación con la selección gala también genera discrepancias en hinchas que, por el contrario, sí le consideran apto para el Athletic Bilbao. Es la idea que sostiene Raúl, quien destaca la formación del futbolista en las categorías inferiores del club. Sin embargo, no comparte que juegue con el combinado del país vecino en vez de con La Roja. Desde su punto de vista, “llegó al Athletic de niño jugando en las categorías inferiores del Athletic hasta llegar al primer equipo. Es de la cantera, entonces sí. Lo que no veo bien es que juegue en el Athletic y con Francia. Si juega en el Athletic, que juegue con España”.

Igualmente, aficionados como Guillermo subrayan el compromiso que ha demostrado el zaguero en sus intervenciones con el equipo, independientemente de su lugar de origen. Discrepando con opiniones anteriores, este hincha sí considera que Laporte encarna los valores del equipo. Por esta razón, piensa que “es un chico que lo da todo, es muy *athletictzale* y no le veo nada en contra a que luego haya nacido en el País Vasco francés o en no sé dónde”. Del mismo modo, fans como Joseba se muestran más pragmáticos y se fijan, únicamente, en lo que aporta sobre el terreno de juego. Consiguientemente, remarca que “es muy buen defensa. Lo demás me importa poco”.

No obstante, es menester recordar que el club sostiene -para el caso de los no oriundos que acudan directamente a las filas del equipo- que la migración del deportista hacia cualquiera de los siete territorios válidos debe ser voluntaria y no una contratación directa de la entidad. De hecho, este pudo haber sido el caso de Iker Casillas, actualmente en el FC Porto y durante muchos años capitán de la selección española y del Real Madrid. Considerado por muchos el mejor portero del mundo, el guardameta nació en el municipio madrileño de Móstoles, pero a los pocos meses se mudó con su familia a Bilbao, donde trabajaba su padre y donde ya vivían sus progenitores⁷⁶. Es incluso conocida su aparición con una camiseta del Athletic Club siendo un niño (Negre, 2015).

Esta cuestión de los límites territoriales nos permite poner el foco en otros jugadores cuyo encaje ha bordeado la filosofía del club. En este sentido, uno de los casos más debatidos es la presencia de futbolistas riojanos en las filas rojiblancas. Si echamos un vistazo al listado elaborado por Bertelegni (2017) y Unzueta (1999) nos encontramos ejemplos como los siguientes. El más reciente es el del delantero Borja Viguera, nacido en La Rioja, pero formado en la cantera de la Real Sociedad. De la misma comunidad autónoma es David López, quien llegó al Athletic Bilbao procedente del CA Osasuna, en cuyas categorías inferiores se formó. Una situación idéntica ocurrió con el delantero Santi Ezquerro y con el centrocampista José Mari. Por su parte, el portero Dani Aranzubia, nacido en la localidad riojana de Fuenmayor, se formó en la cantera de Lezama. Una situación similar fue la del lateral izquierdo Luis de la Fuente, oriundo del municipio riojano de Haro, pero formado en la factoría rojiblanca. A ellos tenemos que añadir el de la futbolista Leyre Monente, nacida en Logroño e incorporada al filial femenino procedente de un club de su ciudad natal (Gutiérrez-Chico, 2018).

Como vemos, el abanico es grande. Este se amplía aún más si tenemos en cuenta el listado completo de jugadores que no han nacido en ninguno de los siete territorios que contempla la filosofía rojiblanca. De nuevo, siguiendo el trabajo de Bertelegni (2017) y Unzueta (1999), nos encontramos estos ejemplos: Isaac Oceja (nacido en Cantabria, pero formado en Bizkaia), Petreñas (nacido en Soria, pero formado en Bizkaia), Armando Merodio (nacido en Barcelona, pero formado en Bizkaia), Vicente Biurrún (nacido en Brasil, pero formado en Gipuzkoa), Teo Rastrojo (nacido en Madrid, pero

⁷⁶ El propio guardameta y su hermano Unai tienen nombre en euskera muy populares en el País Vasco.

formado en Bizkaia), Luis Fernando (nacido en Zamora, pero formado en Bizkaia), Manuel Núñez (nacido en Cáceres, pero formado en Bizkaia), Patxi Ferreira (nacido en Salamanca, pero formado en Bizkaia), Ernesto Valverde (nacido en Cáceres, pero formado en Araba), Javier Iturriaga (nacido en México, pero formado en Bizkaia), Fernando Amorebieta (nacido en Venezuela, pero formado en Bizkaia) y Enric Saborit (nacido en Barcelona, pero formado en Bizkaia).

A ellos hay que añadir más integrantes que no aparecen reflejados como Andoni Ayarza (nacido en Madrid, pero formado en Bizkaia), Damaris Egurrola (nacida en Estados Unidos, pero formada en Bizkaia) o, el más reciente, Cristian Ganea (nacido en Rumanía, pero formado en Bizkaia) (Gutiérrez-Chico, 2018).

Dejamos aparte dos ejemplos que nos sirven para encauzar el propósito de este apartado. Nos referimos a Mario Bermejo y Bibiane Schulze. El primero, nacido en Cantabria, ingresó en la estructura del Athletic Bilbao en 1996, cuando tenía dieciocho años. La segunda, nacida en Alemania, se incorporó al club en el verano de 2019, con veintiún años (ver Anexo 9). Sus fichajes por la escuadra vizcaína estuvieron acompañados de cierta polémica. En algunos casos se justificaron por ser descendientes de vascos. En otros, se subrayó su formación en Lezama, toda vez que pasaron a formar parte de los equipos filiales y no de la primera plantilla. De este modo, nos disponemos a profundizar en los dos criterios de pertenencia y definición de la identidad vasca que centran este subcapítulo.

Iniciaremos con el modelo étnico. Según este, la diáspora y sus descendientes también se consideran vascos. En relación al Athletic Bilbao, el debate sobre si estos entran o no en la filosofía se abre cada cierto tiempo, especialmente cuando algún futbolista está al límite de la interpretación. La primera discusión data de la temporada 1957/58. Sin embargo, el presidente de la época, Enrique Guzmán (1950-1959), fue rotundo al declarar que rechazaba tal idea (Bertelegni, 2017). Bastante más reciente en el tiempo, concretamente en el año 2004, miembros de la Junta Directiva viajaron a Sudamérica para explorar tal posibilidad (Vaczi, 2011). En marzo de 2010, en el estudio con base científica realizado por el propio club y referido anteriormente, el 57% de los participantes se declararon favorables a la incorporación de estos futbolistas (Bertelegni, 2017). Sin embargo, tal y como señala Oiarzabal (2017), resulta complicado estimar la cifra de miembros que pertenecen a la diáspora vasca, pues los registros distan de ser precisos.

De acuerdo con las respuestas de nuestros entrevistados, observamos un apoyo unánime a la incorporación de futbolistas descendientes de vascos. No obstante, el grado de aceptación varía de unos hinchas a otros, así como las razones expuestas para su inclusión en la política rojiblanca. Algunos seguidores aplican las pautas propias del modelo étnico o *ius sanguinis*. Consecuentemente, piensan que, si sus antecesores son vascos, entonces ellos también lo son a pesar de haber nacido en otro lugar. Así lo manifiesta Ernesto, quien considera que “si sus padres son vascos algo de vasco lleva en la sangre, ¿no?”. De forma similar se expresa Josu, quien además cree que esta vinculación se refleja en un derivado conocimiento de la singularidad *athletictzale* en ese joven. A su modo de ver, “por su cuerpo corre sangre vasca y es relativamente probable que ese niño conozca de la singularidad del Athletic desde pequeño a través de sus familiares”. Idéntica explicación aporta Nekane, quien incluso sostiene que estos futbolistas podrían desarrollar un mayor afecto al club. Desde su punto de vista, la distancia con la tierra de la que se es originario imprime una mayor sensibilidad y compromiso hacia esta. Por lo tanto, subraya que “creo que algunos lo sentirían aún más que gente que ha nacido allí. La gente que tiene algún vínculo con Euskadi, pero que por algún motivo no puede estar allí, es la que más siente Euskadi. Además, las ganas serían mayores”.

Otros hinchas establecen ciertos matices para la aprobación de estas incorporaciones. Opinan que no sólo basta con tener padres o abuelos vascos, sino que, además, debe existir un afecto por el club y ser consciente de lo que representa. De esta manera, recuerdan el asunto de la lealtad explicado en capítulos anteriores. Uno de los aficionados que más tajantemente se expresa al respecto es Aritz. Desde su perspectiva,

me da igual cómo se apelliden, su color de piel, dónde hayan nacido. Yo lo que quiero es que la filosofía con la que ven el fútbol y todo lo demás, sobre todo lo demás, responda a eso. Recuerdo cuando Burruchaga ganó el Mundial 78 con Argentina. Decían que había que traerle. ¿Para qué? Ese tío [sic] no sabe lo que es el Athletic. No le pongas el apellido con ‘tx’ porque se va a desorientar. No sabe lo que es. Eso de traer vascos por traer. No. Vamos a tener gente que sepa lo que somos para seguir siendo como somos.

Guillermo no se queda atrás y también apela a la vinculación con el equipo. Así, él se muestra favorable a que la diáspora vasca pueda jugar en el Athletic Bilbao, si bien “todo depende de la atadura que tengas con el club, del amor que sientas por el club”. De forma semejante se pronuncia Fermín, aunque en su caso apunta a cuán dúctiles e interpretables son los límites de la filosofía por no estar normativizada. Es más, incluso se cuestiona “¿por qué un chaval que ha sido toda su vida del Athletic no va a poder jugar en el Athletic? Si han camuflado a varios jugadores para que pudieran jugar, ¿por qué no van a poder jugar estos? El problema es cómo lo regulas”.

De igual forma, algunos seguidores contemplan otros criterios a tener en cuenta para considerar apta a la diáspora vasca. Por un lado, están quienes respaldan su decisión en que estos jugadores pasen por un período de formación en Lezama. Esta es la opinión de Gaizka, quien justifica estas incorporaciones, “pero siempre y cuando entrase en las categorías inferiores del Athletic”. Por otro lado, seguidas como Olga lo circunscriben, únicamente, a que descendan de vizcaínos, ya que “es una manera de limitarlo”.

Situaciones como las de Mario Bermejo y Bibiane Schulze se han llegado a materializar. Sin embargo, hay otros nombres que han sonado como futuribles y no se han llegado a producir. Uno de los más comentados entre la afición rojiblanca, en la última década, fue el del defensa Pablo Zabaleta. El ex internacional argentino llegó a declarar su deseo de jugar en el Athletic Bilbao durante su paso por el RCD Espanyol (2005-2008). Nacido en Buenos Aires, es un firme defensor de sus raíces vascas como demuestran la continua y orgullosa proclamación de su origen navarro⁷⁷, el haberle puesto un nombre vasco a su hijo (Asier), o su recibimiento en el Centro Vasco de Arrecifes (Buenos Aires) tras el subcampeonato del Mundial 2014⁷⁸ (Euskalkultura, 2014).

Otro de los nombres que ha salido a la palestra recientemente es el del delantero Marco Asensio, actualmente en las filas del Real Madrid. Nacido en Mallorca, es hijo de padre vizcaíno. De hecho, su *aita* llegó a manifestar su amor por el Athletic Bilbao e, incluso, jugó en clubes del mismo territorio histórico como el Barakaldo, el Basurto o el

⁷⁷ Su bisabuelo, oriundo de la localidad navarra de Leitza, emigró a Argentina.

⁷⁸ El evento incluyó un *aurresku* (danza tradicional vasca), *ikurriñas* (bandera vasca) y *txapelas* (boina típica del País Vasco y Navarra), considerados como expresiones simbólicas del vasquismo.

Erandio⁷⁹ (Cuenca, 2016). El conjunto bilbaíno descartó su fichaje alegando que no había nacido ni se había formado en ninguna de las siete provincias que contempla su filosofía. ¿Y qué opinan nuestros entrevistados? ¿Creen que puede jugar en el Athletic Bilbao? La gran mayoría piensa que sí entra en la filosofía rojiblanca. No obstante, hay quien condiciona una posible incorporación del atacante en base a varios parámetros. Por un lado, algunos hinchas como Pepe sostienen que sólo “si alguno ya ha entrado de esa manera”. Por otro lado, aficionados como Marcelo ligan esta aptitud a la atadura sentimental que el propio futbolista y sus antepasados tengan con el País Vasco. A su modo de ver, “depende. No sé si su padre era vasco circunstancial o era un vasco que se tuvo que ir por las circunstancias. Si es alguien que tiene un vínculo, bien afectivo bien familiar con Euskadi, entonces creo que podría entrar perfectamente”.

Por el contrario, los detractores de su contratación se escudan en que Asensio no se ha formado en Lezama. Según sus reflexiones, la pertenencia al Nosotros rojiblanco no es sólo una cuestión sanguínea -en el caso de la diáspora-, sino que debe construirse mediante la interiorización de unos valores atribuidos al club. La adquisición de este compromiso, por lo tanto, pasa por la educación en las categorías inferiores del equipo. Así lo señala Aritz, quien descarta su fichaje “porque no se ha formado futbolísticamente en el Athletic. Al final lo cogemos todo por los pelos y todo vale. Desde mi punto de vista no. No vale que tu padre sea tal”.

Como se puede observar, la pertenencia vía cantera también juega un papel muy relevante. Pasamos así a indagar sobre el modelo cívico. Según este, el origen de los padres no importa para ser vasco. Se trata, más bien, de una construcción que puede producirse mediante una aplicación del *ius solis* (haber nacido en el País Vasco) o por haberse criado en el País Vasco. En el caso del Athletic Bilbao, este se resume en la formación de los jugadores en la cantera de alguno de los siete territorios recogidos en la filosofía (descartamos el nacimiento en el análisis porque no genera ningún tipo de discusión).

De partida, este aspecto ya genera un interrogante. ¿A quién se le considera canterano y a quién no? Según la UEFA, se define como canterano a aquel jugador que, “independientemente de su nacionalidad, haya sido entrenado por el club en cuestión o

⁷⁹ Como dato complementario, el hermano del futbolista se llama Igor, nombre en euskera muy común en el País Vasco.

por otro club de la misma federación nacional durante al menos tres años entre los 15 y los 21 años” (UEFA, 2017). No obstante, esta enunciación se ha de tomar con cierta cautela, pues es el propio Athletic Bilbao el que establece las condiciones para integrar su plantilla. Por lo tanto, le corresponde al conjunto bilbaíno fijar los límites de lo que considera período de formación. Al respecto, encontramos cierta ambigüedad a la hora de marcar el intervalo etario que contempla el club. Por un lado, ni en los estatutos ni en ningún documento se recoge, de manera específica, esta horquilla. Sin embargo, por otro lado, si navegamos por su página web hallamos un apartado de interés. En la pestaña “Formados y formadas en Euskal Herria” encontramos la siguiente leyenda: “período de formación: entre los 10 y los 21 años (excluyendo primeros equipos)” (Athletic Club, 2020f).

Como se observa, el límite más alto (los 21 años) coincide con la clasificación establecida por la UEFA. No obstante, y lejos de arrojar claridad al asunto, nos parece un intento por reivindicar la formación de determinados jugadores. Dicho de una manera coloquial, parece una tentativa de engrosar las estadísticas de la relevancia de Lezama, toda vez que, recordamos, no existe un criterio etario claro e indiscutible. De este modo, el club reclama la preparación de jugadores como, por ejemplo, Óscar de Marcos⁸⁰.

En este sentido, las respuestas de los entrevistados son muy dispares y no presentan unanimidad a la hora de marcar unas delimitaciones respecto a la edad. Algunos de estos aficionados sitúan el borde para comenzar a formarse en la cantera desde los cinco años, mientras otros lo elevan hasta los doce. Igualmente, algunos seguidores piensan que este período acaba a los dieciséis años, mientras otros lo suben hasta los veinte.

Si tomamos como ejemplo los casos de Mario Bermejo y Bibiane Schulze, observamos que se integraron en la estructura rojiblanca mediante los filiales (Bilbao Athletic y Athletic Femenino B, respectivamente). Consiguientemente, cuestionamos a estos hinchas si, a su juicio, se puede catalogar de canterano a alguien que sólo haya estado en el equipo filial. Aquí, nuevamente, nos encontramos disparidad de opiniones. La mitad se posiciona a favor. Entre estos, el principal argumento utilizado es que el ascenso a la

⁸⁰ Óscar de Marcos llegó al Athletic Bilbao en 2009 (19 años) procedente del Deportivo Alavés, donde ya había debutado con su primer equipo. De hecho, en ese periplo llegó a jugar 20 partidos y a marcar 5 goles. A su llegada al conjunto rojiblanco disputó un solo partido con el filial (Bilbao Athletic) antes de dar el salto a la primera plantilla. Esta única intervención la emplea el cuadro bilbaíno para reivindicar la formación del jugador, según se observa en la página web (Athletic Club, 2020f).

primera plantilla se produce desde un equipo inferior de la estructura rojiblanca y, por lo tanto, ha completado su proceso como jugador en la cantera. Así lo entiende Nekane, quien se fija en el hecho de que “ahora mismo ha jugado en un filial y sube al primer equipo como canterano”.

En el lado opuesto están quienes rechazan esta posibilidad. Entre sus justificaciones se encuentran las posibles trampas que podría haber, ya que se podría fichar a alguien que no cumple con la filosofía y dejarlo un tiempo en el filial como excusa. Esta es la principal objeción que achacan aficionados como Gaizka. En su caso, se niega a aceptar esta opción porque “puede ser una puerta trasera”. Por su parte, seguidoras como Olga tienen un concepto distinto de lo que representa una cantera. A su modo de ver, esta tiene más que ver con el proceso de formación de un joven desde edades tempranas, a quien se le inculcan una serie de valores. Por ello, también descarta la opción de los filiales porque “se supone que el canterano es aquel al que formas y uno del Bilbao Athletic ya te viene muy talludito”.

En las últimas temporadas se ha producido una incorporación, en estas circunstancias, que ha vuelto a desatar el debate sobre los límites de la formación. Se trata del jugador Youssou Diarra. A mediados de 2017 el Athletic Bilbao confirmaba el fichaje de este atacante de 19 años para integrar las filas del Baskonia⁸¹. Las particularidades que presentaba este joven era que había nacido en Bamako (capital de Malí) y había llegado a Navarra dos años antes. Desde el club se justificó la contratación porque se había llegado a formar en cantera vasca⁸².

Los miembros de la muestra vuelven a mostrarse divididos acerca de si este chico entra o no en la política de captación. No obstante, se observa una ligera inclinación hacia el rechazo, pues se percibe que la argumentación de la formación resulta forzada. Para empezar, el período en tierras navarras resulta insuficiente para aficionadas como Olga,

⁸¹ El Baskonia es el segundo filial del Athletic Bilbao. Sirve como paso intermedio entre la categoría Juvenil y el Bilbao Athletic. A pesar de que sus jugadores pertenecen a la institución rojiblanca y entrenan en Lezama, este equipo juega sus partidos en la localidad vizcaína de Basauri y viste una camiseta con los colores amarillo y negro. Esto se debe a que el propio Baskonia tan sólo mantiene dicha relación con el Athletic Bilbao en su primer equipo, mientras que el resto de la cantera mantiene una estructura independiente. Durante los años de la investigación ha militado en Tercera División.

⁸² Jugó en el equipo local de Ardoi y, posteriormente, en el Txantrea (club convenido del Athletic Bilbao donde se inició, entre otros, Iker Muniain).

quien cree que se requieren unos cuantos años para poder hablar de canterano vasco. El hecho de que “pasó de puntillas por un equipo de Navarra” es lo que inclina su negativa.

Otros hinchas sostienen que esa edad es demasiado tardía como para considerarle canterano y que resulta una interpretación “muy rebuscada”. Así se expresa Josu, quien, a su modo de ver, “no entra en la filosofía porque con esa edad un jugador ya está formado, incluso, en muchas ocasiones debutando en Primera”. Idéntica posición mantiene Gaizka, quien además añade que la incorporación al segundo filial tira por la borda las razones del club “porque el Baskonia ya estamos hablando de chavales de bastante edad”.

17.3.2. Una cuestión de ¿pelotas? Athletic Bilbao y el fútbol femenino

En este apartado nos centramos en la cuestión de género y su relación con el fútbol. Concretamente, indagamos si los cambios sociales en esta materia ocurridos en Bizkaia/País Vasco en las últimas décadas se han performado en las prácticas y narrativas identitarias explícitas e implícitas en torno al Athletic Bilbao. Como punto de partida dibujamos una cierta confrontación entre: a) las estructuras actuales del balompié femenino en España (y por extensión en buena parte de Europa y del mundo), aún en una fase de inferioridad y alejada del masculino, y b) ejemplos que parecen encaminarse en la dirección opuesta, hacia una igualdad y compromiso social.

Díez Mintegui (2003) ha sido una de las primeras académicas que ha abordado la relación género-deporte en profundidad. En su publicación *Deporte, socialización y género* analiza la forma en que estas dos variables se articulan y el papel que juega el deporte para el cambio o reproducción de la sociedad. Entre sus conclusiones, remarca cómo el fútbol actúa a modo de referencia y legitimación de unos patrones de socialización concretos, conectados con valores asociados al éxito y al protagonismo comunitarios. Consecuentemente, esta es la forma de mantener y replicar la masculinidad dominante en la sociedad.

Si echamos un vistazo a la relación del Athletic Bilbao con las mujeres encontramos episodios dispares. Por un lado, hasta mediados del siglo XX, el club las aceptó como socias, pero asimilándolas a la categoría de ‘infantil’ y sin derecho a voto ni a

pronunciarse en las asambleas (Verdú, 1980) (ver Anexo 8). Sin embargo, por otro lado, el conjunto vizcaíno fue uno de los primeros equipos de élite en España que apostó por la creación de un equipo femenino. En 2002 este combinado veía la luz tras la unión con las vecinas del Leioa EFT. Asimismo, cuatro años más tarde el cuadro bilbaíno también marcaba una muesca más en esta cuestión al ser uno de los clubes pioneros en contar con una presidenta. Las circunstancias, eso sí, fueron algo turbulentas. Ana Urquijo (2006-2007) se erigió al frente de la Junta Directiva tras la dimisión (forzada) de su antecesor, Fernando Lamikiz (2004-2006), y con la primera plantilla en puestos de descenso a Segunda División. Curiosamente, su ascenso al cargo coincidió con la semana en la que se conmemoraba el 75 aniversario de la aprobación del derecho de las mujeres a votar en España (González San Martín, 2008). Igualmente, el Athletic Bilbao ha sido uno de los tres únicos equipos (junto con FC Barcelona y Atlético de Madrid) que ha profesionalizado a toda la plantilla de su primer equipo femenino y que, por lo tanto, desarrollan su actividad a jornada completa (Athletic Club, 2018a).



Foto 6 | Conformación de la primera plantilla de la sección femenina del Athletic Bilbao (temporada 2002/2003)⁸³ | Fuente: Athletic Club (2020d)

En este punto, exploramos la opinión de los entrevistados acerca de la posibilidad de acabar con la filosofía únicamente en el equipo femenino. A tenor de los resultados obtenidos, observamos un rotundo rechazo a tal supuesto. Tanto aficionadas como aficionados se oponen a dicha opción al entender que el Athletic Bilbao conforma una comunidad única, sin distinción de sexos. Esta es la posición que mantiene Nekane, quien cree que, de suceder, se iría al traste toda la singularidad y esencia del club. Desde su punto de vista, “lo vería igual de mal que si lo hace en el masculino. El Athletic es el Athletic. Da igual que sea en juveniles, que sea en el femenino, que sea en el masculino. La filosofía debe ser la misma porque en el momento en el que se la carguen en uno de los equipos, se cargarían toda la esencia del Athletic”. Otras hinchas como Olga

⁸³ La primera plantilla de la sección femenina con la que contó el Athletic Bilbao (temporada 2002/2003) estuvo compuesta por las siguientes jugadoras: Uguzne Mezo, Edurne Marañón y Elixabete Capa (porteras); Nerea Uriagereka, Vanessa Rodríguez, Leire Zabala, Izaskun Gaztelu, Aitziber “Tzibi” Juaristi, Iraia Iturregi e Irantzu Castrillo (defensas); Itziar Gurrutxaga, Julene Guarrotxena, Arrate Orueta, Silvia del Val, Elisabeth Ibarra, Nerea Onaindia y Lorena Sánchez (centrocampistas); Jessica Gómez, Belén González, Lexuri Angulo, Arantza Andrés y Eba Ferreira (delanteras); Iñigo Juaristi (entrenador).

secundan esta negativa al calificar como “chorrada” la mera idea de acabar con la política de jugadoras en la sección femenina. Y añade que, de producirse una transformación, ha de ser “o todos o ninguno”.

Por su parte, los seguidores varones también se resisten a este cambio alegando razones similares. La construcción del Nosotros rojiblanco se concibe como una pertenencia de ambas secciones -masculina y femenina- y como tal se defiende. Aficionados como Josu entienden dicha hipótesis “como terminar con su filosofía, independiente de la sección del club que sea”. Asimismo, otros hinchas como Marcelo sostienen que la filosofía, incluso, se ha defender aún más en el equipo femenino al estar menos expuesto a la comercialización. Desde su perspectiva, acabar con ella

no tendría ningún sentido. Creo que la filosofía hay que mantenerla en todos los equipos. Aparte de que es más fácil mantenerla en el femenino, donde la cosa está menos profesionalizada. Porque los ataques a la filosofía vienen por el nivel de profesionalización que tiene el fútbol y de dinero que se mueve a espaldas.

Otro aspecto en el que el equipo femenino del Athletic Bilbao ha llamado la atención es en el seguimiento que ha llegado a suscitar entre la afición. Este se manifiesta de manera especial cuando disputan algún partido en San Mamés. El estadio está reservado para los encuentros del primer equipo masculino. Sin embargo, en algunas ocasiones se cede para la celebración de choques de categorías inferiores (fases de ascenso del filial, algún partido relevante del Juvenil de División de Honor...) o de la sección femenina. Un primer hito tuvo lugar el año del debut de las chicas. Cerraron la temporada 2002/03 en La Catedral contra el Hispalis de Sevilla. Además de coronarse como campeonas de liga, reunieron a 35.000 espectadores en las gradas (Ball, 2010).

Más reciente en el tiempo, concretamente el 30 de enero de 2019, el club lograba un nuevo hito. San Mamés acogió el segundo partido de fútbol femenino con el mayor número de espectadores (48.121 asistentes) en suelo europeo. Fue con motivo de la eliminatoria de Copa de la Reina entre el Athletic Bilbao y el Atlético de Madrid (0-2 para las colchoneras). En aquella fecha sólo le superaba la final de la Champions League femenina de 2012 entre el Olympique de Lyon y el Frankfurt (50.212 personas).

Desde entonces, el conjunto vizcaíno ha vuelto a jugar en La Catedral tres veces más. Sin embargo, los datos de asistencia han mostrado una tendencia a la baja. El primer choque de esta terna fue el 31 de marzo de 2019. Enfrente se encontraba el Levante en un encuentro de liga y el número de espectadores bajó hasta las 24.986 personas. Casi un año después, el 5 de enero de 2020, las rojiblancas recibieron al FC Barcelona en otro partido del torneo de la regularidad. En esta ocasión el número aumentó a los 32.068 seguidores. La última comparecencia sobre el verde bilbaíno fue el 26 de febrero de 2020 en una eliminatoria de la Copa de la Reina frente al Tacón (futuro Real Madrid). Las gradas recogieron un cuarto de entrada con 10.991 hinchas.

A este respecto, planteamos un escenario hipotético a los miembros de la muestra. En caso de que jugaran a la vez el equipo masculino (un partido irrelevante) y el femenino (un partido relevante), ¿cuál verían? Nuevamente, existe unanimidad a la hora de apoyar a las chicas y todos declaran que se centrarían en la segunda opción. No obstante, existen ciertos matices a tener en cuenta. Por un lado, las seguidoras no lo dudan a la hora de decantarse por el encuentro de la sección femenina. Eso sí, algunas como Nekane critican la falta de difusión que se le da a las mujeres y a sus choques semanales. Desde su punto de vista,

Es una liga muy bonita. Las chicas juegan con muchísima más pasión y con muchísimo más coraje que los chicos. Existe mucho más compañerismo, aunque los equipos sean rivales. Es una pena que tengan que hacer el triple de esfuerzo que los chicos para que tengan la mitad de reconocimiento. A la gente no es que no le interese el fútbol femenino. Es que no se promociona el fútbol femenino.

Hinchas como Olga también se sienten identificadas por una cuestión de género. Como mujer, se sube a la ola cada vez mayor de aceptación del fútbol femenino en España. Si bien presenta ciertas dudas, se muestra partidaria de apoyar a las chicas como una forma de compromiso con ellas. A su modo de ver, “es cierto que, ante el boom que está cogiendo el fútbol femenino, igual me atrae un poco más el fútbol femenino. No lo tengo muy claro, pero puede que me decantara por el femenino”.

Los aficionados varones no son menos. Ofrecen, del mismo modo, su respaldo a las jugadoras y también se decantan por ver su partido. Algunos hinchas como Josu lo

justifican en clave heurística. A su modo de ver, es el Athletic Bilbao, como un todo, el que está disputando un encuentro importante. Por lo tanto, su rol como seguidor es estar con el equipo en cuestión: “Sería el Athletic jugándose algo importante, independientemente de su sexo o el nombre que ponga en sus camisetas”. Igualmente, fans como Aritz secundan este aliento y van un poco más allá. Desde su perspectiva, en este tipo de supuestos debería haber un cambio de roles. Así, “si el Athletic masculino no se juega nada habría que mandarles a Lezama y a las chicas a San Mamés”.

Por otro lado, hay aficionados varones que, sin dejar de animar a las chicas, reconocen que verían a los hombres si su partido fuera, similarmente, relevante. Es el caso de Guillermo, quien afirma que “si no trasciende el masculino, que ganen las neskas. En caso igual, entiendo que al masculino que es al que siempre he seguido”. Semejante criterio aplica Marcelo, quien sostiene que “vería el de las chicas. Si es algo tan tremendo, pues por ayudar en el sentimiento. Pero a situaciones iguales, vería al masculino”.

Como observamos, a pesar de que existe un compromiso grande en apoyar a las mujeres del Athletic Bilbao, también se aprecian grietas. La sección masculina sigue siendo la dominante y con la que, en primera instancia, se identifica al club. En este sentido, cabe incluir un par de apuntes considerables. La propia institución vizcaína reconoce que, aun habiendo dotado al equipo femenino de más medios y de una estructura, todavía están lejos de la igualdad perseguida. Según recoge en su página web, “en el debe de todos y todas está un mayor apoyo a nuestros equipos y al fútbol femenino. Sigue siendo una asignatura pendiente la asistencia a los partidos de Lezama” (Athletic Club, 2018a). A lo anterior hay que añadir la reflexión del periodista Endika Río (2020) sobre el ambiente existente en el citado encuentro contra el FC Barcelona. Como asistente al mismo, critica el jolgorio y las sucesivas olas que se vieron en las gradas mientras el Athletic Bilbao iba perdiendo por un gol. Defiende que, mientras se siga contemplando a la sección femenina con la condescendencia propia de quien sólo celebra un récord de asistencia, se estará haciendo un flaco favor a las futbolistas. Con este juicio, no es de extrañar que su columna lleve por título “La fiesta no debe estar por encima del fútbol”.

En la primavera/verano de 2016 un nuevo episodio volvió a llamar la atención sobre la performatividad de la cuestión de género en relación al Athletic Bilbao. En aquella temporada, las jugadoras rojiblancas ganaron la que, hasta la fecha, ha sido su quinta y última liga. Además, se trató de un triunfo especial, toda vez que el fútbol femenino ya

comenzaba a dar muestras de su creciente mercantilización. Esto se reflejaba en que el resto de equipos ya estaban poblados de futbolistas procedentes de todas las partes del mundo. A la hora de festejar este éxito deportivo, el club se negó a surcar la ría del Nervión en la popular gabarra, como sí había hecho en los años 1983 y 1984 con el primer equipo masculino. La medida desató cierta polémica en Bizkaia. Representantes políticos de distintos partidos e, incluso, el presidente del Consejo Superior de Deportes por aquel entonces –el bilbaíno y *athletictzale* Miguel Cardenal- alzaron la voz contra esta medida. Demandaron un trato idéntico para la plantilla femenina (El Correo, 2016).

Por el contrario, el presidente del Athletic Bilbao en aquel momento, Josu Urrutia (2011-2018), defendió la postura de la entidad bilbaína. Es más, en su alegato público criticó la actitud de los parlamentarios al señalar que “el fútbol, como el deporte en general, no ha de ser un ámbito al que acercarse únicamente cuando las celebraciones populares asoman a la puerta. El acompañamiento y la presencia política no ha de ser flor de un día. Y, de serlo, no tiene necesariamente que ser cuando se gana” (Eldiario.es, 2016). Asimismo, también cargó contra los medios de comunicación al apuntar que “el seguimiento que tiene el fútbol femenino, o más incluso el deporte femenino en general, dista mucho de ser equiparable al de una celebración tipo que, parece, hemos de organizar” (*Ibid*, 2016). Precisamente, una semana antes de estos acontecimientos, el club tenía que suspender una rueda de prensa del entrenador del equipo femenino, Joseba Aguirre. La causa fue la ausencia total de medios de comunicación, a pesar de que en ese momento lideraban la clasificación y estaban a las puertas, como así fue, de conquistar el trofeo liguero (Guenaga, 2016).

Debemos añadir un apunte más. Esta controversia no se desató durante la consecución de los cuatro campeonatos anteriores (2003, 2004, 2005 y 2007). Según recoge Bertelegni (2017), tras la obtención de la primera liga en el año 2003, se les propuso surcar la ría en dicha gabarra. Sin embargo, fueron las propias jugadoras de forma unánime las que rechazaron la idea. Su razón principal fue que si no se extendía tal práctica al resto de categorías que ganaran un título estatal (Juveniles...), entonces era mejor reservar dicho honor a la primera plantilla femenina.

Tras haber consultado sobre este asunto a los miembros de la muestra, encontramos disparidad de opiniones. La mayoría son favorables a que se hubiera sacado la gabarra en 2016 para celebrar el título de las chicas. Todas las aficionadas entrevistadas sostienen que es una falta de respeto hacia las componentes de la plantilla. Además,

subrayan que son este tipo de actos los que dan más visibilidad al fútbol femenino. Consecuentemente, este tipo de celebraciones especiales actuarían a modo performativo de la igualdad o paridad pretendida. Así opina Nekane, a quien le parece

injusto porque es un título. Entiendo que no vas a celebrar un título del alevín sacando la gabarra, pero pienso que a las chicas se les debe dar más visibilidad. Igual que este año ha tenido la cortesía de ceder San Mamés para partidos de las chicas, pienso que, si quieren que el fútbol femenino se equipare al masculino, debería dársele más repercusión desde el propio club. Y ceder en más cosas.

Otras seguidoras, como Cristina, también manifiestan su enojo al considerar que no debe existir ningún tipo de discriminación entre la sección masculina y la femenina. A su juicio, la decisión del club le pareció “mal porque también tienen derecho. Encima que han sido campeonas de España, campeonas de mogollón [sic] de cosas”. Este respaldo también lo encuentran en buena parte de los hinchas varones. Si bien reconocen que el impacto y la trascendencia de ambos conjuntos no es el mismo, no les parece una razón de peso para privarlas de tal homenaje. Fans como Ernesto, por ejemplo, piensan que “la iban a sacar y creo que la deberían haber sacado. Evidentemente, no tiene el mismo bombo y platillo el equipo femenino que el masculino, creo que sí deberían haberla sacado”.

Igualmente, hay aficionados que defienden la opción de haber sacado la gabarra. Sin embargo, comprenden la decisión adoptada por el club y no se sienten especialmente ofendidos. Este es el caso de Aritz, a quien le pareció

mal porque era la última oportunidad que hubiéramos tenido. Después lo hablamos en una reunión de delegados y el delegado de la zona norte nos dijo: ‘Sí, sí. Aquí somos todos muy chulos, pero intentamos hacer un viaje para ver al equipo en Madrid y no fuimos capaces de llenar un autobús. Si tenemos que retratarnos y decir vamos a ver a las chicas, no viene ni Dios’ [sic]. Tenía que haber navegado la gabarra, pero es verdad que reconozco lo que me dijo el delegado. Había miedo al vacío. Porque claro, se había metido a millón y medio desde Portugaleta a San Antón [en las temporadas 1983 y 1984].

Similar razonamiento tiene Gaizka. En su caso, no obstante, no le pareció mal la decisión adoptada por el club. A su modo de ver, “¿vas a sacar la gabarra para que vayan 10.000 personas? ¿Para hacer el ridículo? No me pareció mal”. De esta declaración se extrae un aspecto significativo. La toma de decisiones para la celebración del título femenino empleó, entre otras muchas, la variable coste-beneficio. La incertidumbre ante una posible baja asistencia de gente condujo a los directivos a frenar cualquier iniciativa. Por lo tanto, observamos una cuestión estructural que refleja la dominancia androcéntrica en la percepción del equipo. Completamos esta perspectiva con dos ilustraciones concretas. En 2015, cuando el primer equipo masculino ganó la Supercopa, el debate sobre sacar la gabarra o no tenía que ver con la importancia del título en sí. Del mismo modo, en pleno 2020, cuando el equipo está a las puertas de jugar la final de la Copa del Rey⁸⁴, la afición rojiblanca habla abiertamente de ver la embarcación por la ría del Nervión 36 años después. En ambos casos la afluencia de personas está fuera de discusión.

Asimismo, hay hinchas que también se posicionan a favor de la medida tomada por la Junta Directiva por causas distintas. Para Raúl esta decisión no tiene nada que ver con la cuestión de género. Se trata más bien de una tradición iniciada por el equipo masculino y que ha de mantenerse igual, salvo que se extienda a toda la estructura del Athletic Bilbao. Desde su punto de vista, “la gabarra siempre se utilizó para celebrar los títulos del primer equipo. En mi opinión debería de continuar así, si no se tendría que sacar cuando cualquier equipo del club gane un título, o cuando el filial subió a Segunda”. Su posicionamiento recuerda, pues, la impresión recogida por Bertelegni (2017).

Echemos, ahora, un vistazo a los banquillos. La gestión de las plantillas es otro aspecto que bien merece un cierto análisis en este estudio de la cuestión de género en el fútbol, en general, y en el Athletic Bilbao, en particular. Si comparamos todos los equipos que componen la Primera División femenina en España, en los tiempos de la investigación, nos encontramos una mayoritaria presencia masculina. En los cuatro años en los que se ha desarrollado la presente pesquisa (2016-2020), tan sólo ha habido un trío de mujeres

⁸⁴ En el momento de redacción de estas líneas la fecha de la final es una incógnita. Debido a la pandemia del Covid-19, su celebración se encuentra en punto muerto hasta que no se conozcan las recomendaciones del Ministerio de Sanidad.

al frente de algún equipo⁸⁵. Si tenemos en cuenta que cada temporada está compuesta por dieciséis clubes, observamos que, en dicho período, algo menos del once por ciento (10,93%) de la gestión técnica de los combinados femeninos ha recaído en mujeres.

Centrémonos, a continuación, en el conjunto vizcaíno. Desde la fundación de su sección femenina en la temporada 2002/2003, ninguna mujer ha estado a las órdenes de la primera plantilla. Desde entonces, se han sentado en el banquillo rojiblanco siete entrenadores, todos ellos varones⁸⁶. A la inversa, ninguna mujer ha dirigido al cuadro masculino en su más que centenaria historia⁸⁷. Con esta base, nos disponemos a conocer las opiniones de los aficionados entrevistados al respecto.

Cuestionados sobre el hecho de que un hombre entrene al primer equipo femenino, la gran mayoría de la muestra se siente indiferente. Tanto seguidores como seguidoras no le dan especial importancia, toda vez que desean que al club le vaya bien. En este sentido, priorizan los resultados positivos frente a la creación de un espacio de empoderamiento para la mujer en este ámbito.

No obstante, hay hinchas que se desmarcan, de alguna manera, de esta corriente principal. Aficionadas como Olga censuran que no haya más chicas a los mandos de una escuadra femenina. Sin embargo, considera que esta carencia responde a un factor estructural de la sociedad y del balompié en el País Vasco y en España, es decir, su carácter androcéntrico. Por ello, aboga por una apuesta decidida en la formación de más mujeres para que, progresivamente, puedan liderar a diferentes combinados. A su modo de ver, “me parece una circunstancia que tendremos que salvar. Ahora hay pocas entrenadoras. Siempre he criticado que haya tan pocas entrenadoras, pero ahora mismo es un poco lo que hay. Tenemos que poner las bases necesarias para que esa situación empiece a cambiar”.

Por su parte, hinchas como Raúl ve bien que un hombre comande una plantilla de mujeres. Remarca que esta preponderancia de entrenadores varones en cuadros

⁸⁵ Las únicas tres entrenadoras que ha habido en este período (2016-2020) han sido: Milagros Martínez (Fundación Albacete, temporada 2016/2017), María Pry (Real Betis Femeninas, temporadas 2016/2017 a 2018/2019; y Levante UD, temporada 2019/2020) e Irene Ferreras (Rayo Vallecano, temporada 2018/2019; y Valencia CF, temporada 2019/2020).

⁸⁶ Para ver el listado completo de entrenadores de la primera plantilla femenina del Athletic Bilbao, consultar Anexo 7.

⁸⁷ Para ver el listado completo de entrenadores de la primera plantilla masculina del Athletic Bilbao, consultar Anexo 6.

femeninos (no sólo en el Athletic Bilbao, sino en el fútbol español en general) tiene que ver, igualmente, con las estructuras de dominancia en el balompié. A su modo de ver, “bueno, en el fútbol femenino hay muchos entrenadores hombres. En este caso estamos más acostumbrados”.

En el caso opuesto, es decir, que una mujer entrenase a la primera plantilla masculina, nos encontramos unas dinámicas bastante similares. De partida, y de forma similar a la situación anterior, un notable número de seguidores y seguidoras se muestran indiferentes. Nuevamente, vuelve a primar la buena marcha del equipo y se enfatizan los resultados positivos del club frente a la creación de espacios de representación y empoderamiento de la mujer.

Seguidoras como Nekane piensan que el sexo de la persona no ha de ser una variable a mirar con lupa. Defiende que las mujeres puedan sentarse en el banquillo de San Mamés al frente del primer equipo masculino porque, a su juicio, se trata de un asunto de capacitación. Desde su punto de vista, “a ti te piden una preparación. Y si tienes esa preparación, ¿por qué no puedes entrenar a un primer equipo?”. Por su parte, aficionados como Felipe valoran esta opción de manera muy positiva y remarca que “a lo mejor lo hacían mejor que los hombres”. Asimismo, hay hinchas que no ocultan su deseo de que esta posibilidad se convierta en realidad pronto. Así, Josu considera que tal circunstancia sería “genial”, mientras Olga destaca que sería algo que “me encantaría”.

Aquí también los comentarios se dirigen hacia las estructuras de dominancia masculina que existen en la sociedad y en el fútbol del País Vasco y España. Fans como Raúl no dudan en afirmar que “una mujer entrenase al Athletic, sinceramente, no lo veo. Al menos en una larga temporada. La mentalidad de los hombres creo que aún no está preparada para esto”. En esta declaración percibimos una interpretación de las relaciones sociales de género, más que una opinión personal. Esto da pie a una reflexión que hilvanaremos con más detalle adelante. Vaya aquí, sin embargo, un breve adelanto. Y es que no podemos obviar que el balompié es el deporte dominante frente a otras prácticas físicas. Y dentro de este, el masculino es el dominante frente al femenino. Por lo tanto, la transformación de las estructuras de poder social, *per se*, se contempla como una cuestión de tiempo. Sin embargo, como defenderemos más adelante, la presunta búsqueda de igualdad de género en el fútbol, en realidad, encierra intereses comerciales

y financieros de los máximos mandatarios de los clubes y de los medios de comunicación, movidos por la rentabilidad económica.

Hay un detalle que no puede pasar desapercibido. Tal y como se ha señalado en capítulos anteriores, a los jugadores del Athletic Bilbao se les conoce como Los Leones. El origen lo encontramos en la figura de San Mamés (que da nombre al estadio) y la defensa que los felinos le ofrecieron en la época del imperio romano. Por extensión, a los jugadores de las categorías inferiores se les llama Los Cachorros y a las jugadoras Las Leonas. Con todo, normalmente se suele referir a ellas como Las *Neskas*⁸⁸. Sin embargo, en ningún caso se alude a los jugadores como Los *Mutil*⁸⁹.

En este punto del presente apartado, la balanza se inclina a favor de una muestra que apoya al equipo femenino y reclama medidas más igualitarias. Si hacemos un resumen, recopilamos que existe unanimidad para que no se acabe con la filosofía únicamente en la sección femenina, que la mayoría vería el partido de las chicas si coincidiera con el masculino (partido sin relevancia, no obstante) y que muchos hubieran sacado la gabarra en 2016. Sin embargo, preguntamos a nuestros entrevistados si sabrían decirnos el nombre de tres jugadoras rojiblancas de la plantilla existente en el tiempo de la investigación. En un rumbo contrario con lo indicado anteriormente, tan sólo un aficionado y una aficionada son capaces de atender la demanda. El resto reconocen no saberlos, independientemente de que sean seguidoras o seguidores.

Algunas hinchas, como Leire, señalan que “suelo leer las crónicas de los partidos, pero los nombres no los sé”. Entre los varones, el razonamiento es el mismo. Endika es un ejemplo de ello, quien apunta que “ahí me has pillado. Y mira que he visto varios partidos. Ahora no caigo”. La justificación se repite con otros fans como Raúl, quien también confiesa que “ahí me pillas. Sé que el Athletic femenino siempre ha sido un equipo fuerte, que ha ganado ligas, pero no sabría decirte nombres”.

Igualmente, aficionados como Guillermo admiten, directamente, que el seguimiento que hacen de la sección femenina es mínimo: “Apenas las veo. Lo siento. Sé que, a lo mejor, es una postura un poco machista y que debería verlo más. He visto alguno, pero no me he quedado con los nombres”. Otros, como Ernesto, consideran que leer los resultados del fin de semana es una muestra de seguir al equipo, aunque desconozca a las

⁸⁸ *Neska* significa “chica” en euskera.

⁸⁹ *Mutil* significa “chico” en euskera.

integrantes de la plantilla. Según comenta, “sigo al equipo porque veo todos los lunes cómo ha quedado y cómo va en la clasificación, pero ni he visto un partido entero ni sé el nombre de sus jugadoras”.

Esta situación recuerda al mensaje del vídeo promocional de la selección alemana en los días previos a la celebración del Mundial 2019 en Francia. El anuncio comercial tiene un título provocador: “No tenemos pelotas, pero sabemos cómo usarlas”. En él, las jugadoras germanas ponen de relieve el absoluto desconocimiento de sus nombres por parte de sus compatriotas. Y todo ello a pesar de que el combinado femenino ha ganado ocho Eurocopas y dos cetros mundiales, es decir, un palmarés mejor que el del cuadro masculino. En una de las frases se recoge que “jugamos para un país que ni siquiera sabe nuestros nombres” (Commerzbank, 2019). Consecuentemente, se subraya la desigualdad de género aún persistente en el fútbol actual, con una clara dominancia varonil. A raíz de ello, se observa que este deporte reproduce la construcción de un Nosotros comunitario androcéntrico –en este caso alemán, pero también *athletictzale* en nuestro estudio-, tal y como se aprecia en la sociedad.

En línea con lo anterior, añadimos la siguiente reflexión. El fútbol es un actor dominante frente a otros deportes en España, buena parte de Latinoamérica (con la excepción de los países caribeños, donde el béisbol desempeña este rol) y en las sociedades occidentales, en general (con la excepción de Estados Unidos y Canadá, si bien en los últimos años el *soccer* ha comenzado a popularizarse allí también), al tiempo que está creciendo, de forma exponencial, en Asia, tradicional feudo liderado por otras prácticas (artes marciales, bádminton, críquet...). Asimismo, el balompié masculino es dominante frente al femenino, aquí también, en España, Latinoamérica y en buena parte de las sociedades occidentales. El seguimiento y la cobertura de determinados equipos se basa, pues, en los réditos económicos que puedan obtener sus propietarios o los medios de comunicación que pagan por sus derechos de imagen. Por lo tanto, la presunta búsqueda de igualdad de género en el fútbol profesional encierra unos intereses financieros que, a su vez, limitarían la capacidad de agencia de las futbolistas y del balompié femenino.

17.3.3. Un Athletic Bilbao ¿culturalmente diverso?

En este apartado nos centramos en la representación de la diversidad cultural en el fútbol. Específicamente, describiremos cómo se ha performado este fenómeno acontecido en Bizkaia/País Vasco en las últimas décadas mediante las prácticas y narrativas identitarias en torno al Athletic Bilbao.

En primer lugar, dedicamos un espacio a la definición de la diversidad cultural para conocer mejor a qué nos referimos. Este término alude al grado en que la variedad de culturas, valga la redundancia, conviven o coexisten en una determinada zona geográfica (Álvarez y Urbano, 2013). Estamos, por lo tanto, ante algo inmanente a la humanidad, tal y como la propia UNESCO ha defendido y proclamado. Es más, el organismo dependiente de Naciones Unidas ha llegado a establecer políticas y estrategias orientadas a la conservación y promoción de los diferentes repertorios culturales. En este sentido, se pueden observar tres grandes lineamientos de diversidad cultural como son el étnico, el lingüístico y el religioso, si bien no son los únicos (*Ibid*, 2013). Asimismo, cabe subrayar que los progresivos y acelerados movimientos migratorios de las últimas décadas han aumentado una diversidad cultural que siempre ha estado presente en todos los grupos humanos desde el comienzo de la Humanidad. Sirva como muestra que su desarrollo y expansión por el planeta se debe, precisamente, a una suma de movimientos migratorios a lo largo y ancho de todos los continentes.

Una vez explicado el concepto de la diversidad cultural, pasamos a profundizar en este objetivo. Para ello, nos apoyamos en la investigación de Mariel Aquino (2017: 124). De acuerdo con ella, compartimos que la identidad (aunque la autora se refiera a “cuerpo nacional”) se construye y representa a través de este deporte. Concretamente, suscribimos que no se trata de algo fijo y abstracto, sino que se performa mediante cuatro aspectos: a) la convocatoria de ciertos jugadores, b) el modo en que estos se presentan a sí mismos, c) el retrato que los medios hacen de ellos, así como d) sus participaciones en el terreno de juego.

Sobre la base de lo explicado en el párrafo anterior, concebimos al Athletic Bilbao como un actor performativo de vasquidad debido a su particular filosofía. De manera más precisa, la selección de los jugadores que representan al equipo, al igual que las reacciones de la afición al respecto, ofrecen un espacio de construcción y reconstrucción

de lo que significa ser vasco. Para ello, vamos a poner atención sobre dos casos particulares. Por un lado, nos fijaremos en la cuestión migratoria y cómo se ha formulado su integración o no en el Nosotros vasco mediante el ejemplo de Cristian Ganea. Por otro lado, y con idéntico propósito, pondremos el foco en el aspecto étnico a través del jugador Iñaki Williams.

El defensa Cristian Ganea (ver Anexo 10) firmó por el conjunto bilbaíno en el verano de 2018. Su incorporación levantó cierta polvareda en los círculos rojiblanco acerca de si entraba en la filosofía o no. Nacido en Rumanía, llegó a Bizkaia cuando tenía 11 años. Su migración a este territorio histórico supuso la etapa final de un proceso que se había iniciado catorce meses antes, en 2004, cuando su madre hizo las maletas con dirección al País Vasco. Motivada para encontrar un trabajo con el que mantener a la familia, pronto se le unieron su marido y sus hijos, entre ellos Cristian (Ortiz de Lazcano, 2018a). Su formación futbolística se desarrolló en diferentes equipos vizcaínos e, incluso, llegó a jugar con la selección de Euskadi en categoría juvenil. De ahí, pasó por varios clubes de España y volvió a su país para jugar en su liga nacional hasta que Los Leones lo ficharon.

Si echamos un vistazo a la cobertura que la prensa hizo de este fichaje, observamos que la construcción vasca –por vía del modelo cívico– del jugador presenta ciertas grietas. En la noticia del diario El País, tomada de la Agencia EFE⁹⁰, se titula de la siguiente manera: “El Athletic ficha al rumano Cristian Ganea” (EFE, 2018b). Por su parte, el periódico El Correo lleva como titular “Rumano, criado en Basauri⁹¹ y aspirante a jugador del Athletic” (Mallo, 2017). Asimismo, el diario deportivo AS se refiere al fichaje como “El sueño del león rumano” (Herrán, 2018). Como se puede comprobar, las referencias al futbolista y su presentación en los medios se hacen aludiendo a su nacionalidad rumana. En ningún caso se le califica como vasco o vascorumano. En cambio, sí se subraya su formación en Basauri (municipio de Bizkaia) para justificar su encaje en la filosofía rojiblanca e, incluso, se deja fuera de toda discusión su pertenencia al Nosotros *zurigorri* (“el león rumano”). Por el contrario, la noticia del periódico

⁹⁰ En los medios de comunicación es habitual servirse de notas de prensa elaboradas por agencias de comunicación. No obstante, y sin faltar al sentido de la versión original, se permite la modificación de ciertos componentes como el titular y el subtítulo.

⁹¹ Basauri es un municipio vizcaíno, situado en el área metropolitana de Bilbao. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, en 2019 contaba con una población de 40.589 habitantes (19.639 hombres y 20.950 mujeres) (INE, 2019a).

deportivo Marca sí presenta al lateral izquierdo como vasco a la par que miembro de la comunidad *athletictzale* bajo el titular “Cristian Ganea, el último león de Basauri” (Briones, 2018). Como se aprecia, se ignora cualquier mención a su nacionalidad rumana y se remarca que es del municipio vizcaíno de Basauri.

Igualmente, comprobamos las interpretaciones que hacen los miembros de la muestra sobre la incorporación de Cristian Ganea al Athletic Bilbao. Por un lado, nos fijamos en si consideran que entra en la filosofía del club. Por otro lado, nos centramos en la representación que hacen de él en términos identitarios.

Al igual que en muchas de las respuestas anteriores, observamos división de opiniones. Hay quienes ven perfectamente normal la contratación del defensa y dejan a un lado su posible origen o el de su familia. Se centran en su formación llevada a cabo en Bizkaia y, por lo tanto, adoptan un modelo cívico de construcción identitaria. En este sentido, aficionadas como Olga secundan su apoyo haciendo uso del refranero popular. Desde su punto de vista, “me parece bien. Uno es de donde paca, no de donde nace”. De manera similar se expresa Aritz, quien considera que Ganea es apto para la filosofía del Athletic Bilbao por su crecimiento en el entorno rojiblanco. Igualmente, desecha cualquier aplicación del modelo étnico o *ius sanguinis* al contemplar esta formación como más generadora de identidad vasca que un mero apellido euskaldún. A su juicio,

Ganea vino con 10-12 años y es un chico que se formó en el Baskonia, jugó en la selección de Euskadi juvenil. Es un chico que se ha formado en el entorno del Athletic. Desde mi punto de vista, es tan del Athletic como uno que se apellide Aldeakoaotalora. Es un tío que se ha construido futbolísticamente en aquel entorno.

Un razonamiento parecido aplica Marcelo, quien también apuesta por una interpretación cívica de la identidad territorial. Descarta por completo la concepción biológica de la pertenencia comunitaria y aboga por procesos de construcción sociocultural. A su modo de ver,

Me parece bien. Tampoco te puedes cerrar tanto. Si se entiende que lo vasco no es solamente una cosa de RH y de sangre⁹², que eso sí que me parece un nacionalismo que no comparto, pero sí el de aquellos que se han formado en un ámbito cultural y social determinado, pues me parece muy bien. Cada uno nace donde le toca y luego, si se ha formado en Euskadi, pues perfecto.

En el lado contrario encontramos aquellos hinchas que no aceptan o cuestionan la incorporación de este jugador. Hay seguidores que, al contrario que los anteriores, se basan en una comprensión étnica y/o de la aplicación del *ius sanguinis* para definir la vasquidad. Consecuentemente, ponen en tela de juicio su encaje en el equipo bilbaíno, si bien abren la mano por su formación en tierra vizcaína. Según Manolo, “no me cuadró cuando lo leí. Este no es hijo de vascos, no es vasco. Me descolocó un poco. Si se ha criado futbolísticamente en el País Vasco, pues bueno”.

Otros aficionados van un poco más allá. Además del modelo de pertenencia citado anteriormente, sostienen que su educación en cantera vasca debe realizarse en las categorías inferiores del propio equipo bilbaíno. Por lo tanto, hacen una clara diferenciación entre el Nosotros *zurigorri* y el Nosotros vasco. Un ejemplo de ello es Raúl, quien cree que “en este caso el Athletic está rompiendo sus propias normas. Este chico ni es vasco ni de descendencia vasca. Por circunstancias ha jugado en clubes vascos y por eso le ficha. Creo que no es suficiente. Con esto el club demuestra que hay otros intereses que el club rompe cuando le conviene”. Igualmente, fans como Felipe (47 años) descartan su incorporación porque no le consideran vasco, a pesar de crecer en Bizkaia desde los once años. Para este aficionado, Cristian Ganea “es extranjero” y esa es su razón para criticar el fichaje.

Nos concentramos, a continuación, en la cuestión étnica. En este aspecto, un nombre propio se viene a la cabeza de todos los *athletictzales* y aficionados al fútbol español, en general. Nos referimos al delantero Iñaki Williams. Este atacante, nacido en Bilbao e hijo de padres ghaneses, ha llamado la atención de la prensa y de diversos académicos

⁹² La alusión al componente RH negativo de la sangre se refiere a los postulados iniciales del nacionalismo vasco. En sus orígenes, hacia finales del siglo XIX, el fundador del PNV, Sabino Arana, concebía la “raza” vasca como pura y muestra de ello sería esta composición sanguínea. Se trata, por lo tanto, de una construcción biológica y no social de la etnicidad. Con el paso del tiempo, el propio PNV y el nacionalismo vasco, en general, se ha ido desvinculando de estas tesis, como se puede leer en el capítulo 14.

no sólo por su velocidad, sino especialmente por su fenotipo. Su negritud centró el trabajo de la ya mencionada Mariel Aquino (2017). En él, la investigadora profundiza acerca de cómo su performatividad de la vasquidad –el vasco también puede ser negro– dependerá de la relevancia que tenga en el equipo y de sus actuaciones en el campo.

Para dotar esta cuestión de un mayor marco de interpretación, acudimos a un ejemplo hallado en la literatura. El escritor Kirmen Uribe (2009), en su novela *Bilbao-New York-Bilbao*, presenta un escenario ilustrador. En la obra, el hijastro del protagonista –Unai– nunca se elige al Athletic Bilbao cuando juega con su videoconsola. Prefiere escoger otros equipos para contar con los mejores jugadores del mundo. Sin embargo, en un momento dado se produce un cambio, como refleja el siguiente fragmento:

Hace poco entré en el cuarto de Unai y lo encontré jugando con la play. ‘Tengo una buena noticia para ti’, me anunció con una sonrisa. ‘Estoy jugando con el Athletic y estamos a punto de ganar la Champions League’. Yo no cabía en mí de alegría. Al final el chaval ha elegido el camino correcto, pensé con orgullo. Pero de repente me di cuenta de que un jugador del Athletic era negro. ‘Oye, ¿quién es ese?’, le pregunte, ‘no lo conozco’. ‘Ese es Drogba, delantero del Chelsea. Lo he fichado para el Athletic’, me contestó tan campante (*Ibid*, 2009: 165-166).

Dejando al margen la cuestión de la filosofía y la contratación de futbolistas como el delantero marfileño Drogba, hay un aspecto del texto referido que nos llama la atención. La presencia de un futbolista negro en el conjunto vizcaíno desata la extrañeza del protagonista (“de repente me di cuenta de que un jugador del Athletic era negro”). Cuestiones aparte del desconocimiento que admite tener (“oye, ¿quién es ese? [...] no lo conozco”), le sorprende la presencia de jugador con esas características. En otras palabras, la aparición de un integrante negro resulta chocante, inesperado y sorprendente. Por lo tanto, en el párrafo se observa que la concepción de lo vasco no está asociada a la de negritud.

Ejemplos más extremos, condenados como racistas, los encontramos en las redes sociales. El 15 de octubre de 2017 el propio Athletic Bilbao, a través de su cuenta oficial de Twitter, respondía a las acusaciones de un usuario (@Hooligan_RSO). Dicho internauta subía la foto de tres integrantes (por aquel entonces del Cadete A rojiblanco)

de fenotipo negro sujetando el trofeo conseguido en un campeonato. Su publicación, en un tono sarcástico, rezaba lo siguiente: “Vascos, pero vascos, vascos, vascos, más vascos no los hay, joder [sic] que vascos, gora Euskadi” (La Vanguardia, 2017). Como se observa, este tuitero (quien, por cierto, eliminó la publicación horas después), cuestiona el origen vasco de este trío de futbolistas a raíz de su fenotipo. En otras palabras, niega o rechaza la negritud como componente identitario de la vasquidad.

Como contestación a este comentario, el propio club vizcaíno salió en defensa de sus canteranos con el siguiente mensaje: “Pues sí, son vascos de Zumaia, Iruñea y Gasteiz ¿y si no lo fueran? Stop al racismo también en el fútbol y desde el anonimato #Respect” (Athletic Club, 2017). En este caso, se observa una doble construcción de la vasquidad por parte del combinado bilbaíno. Por un lado, se apela al *ius solis* como elemento de pertenencia. Por lo tanto, es el lugar de nacimiento (“Pues sí, son vascos de Zumaia, Iruñea y Gasteiz) el que marca la inclusión en el Nosotros vasco. Por otro lado, y a colación del anterior, el asunto fenotípico no representa un componente excluyente en esta construcción de la identidad vasca. Así pues, se defiende la negritud como un elemento identitario de la vasquidad.

Ahora viramos nuestro foco hacia el propio Iñaki Williams (ver Anexo 11). ¿Cómo se presenta él ante los medios y ante el público? ¿Con qué componentes identitarios se identifica? En una reciente entrevista, el delantero rojiblanco abordó varios de estos temas. Por un lado, subrayó que “los vascos somos respetados porque somos gente buena, tenemos esa característica. [...] Mis padres están muy orgullosos de haber echado raíces aquí y yo estoy muy contento de formar parte del País Vasco” (Ugalde, 2020). Por otro lado, remarca que “ojalá el día de mañana aquí en el Athletic podamos estar a parte de mi hermano o yo, gente que suba de las categorías inferiores y no ser yo el único negro del equipo” (*Ibid*, 2020). Igualmente, en relación a su primer gol como León y, a la sazón, el primer tanto de un futbolista negro en el Athletic Bilbao, declaró que “lo que hice fue abrir algunos ojos. Decir: ‘mira, un negro puede jugar en el Athletic’. No hace falta ser blanco y hablar euskera perfecto para ser vasco. Yo me siento vasco porque he echado mis raíces aquí” (*Ibid*, 2020).

De las citas anteriores, se extraen varias lecturas. Por un lado, el propio Iñaki Williams se autopresenta como vasco y negro a la vez. No se trata de un juego de suma cero en el que, a mayor identificación con uno, menor con el otro. Al contrario, son dos identidades complementarias que pone en liza en función de un Otro. Por otro lado,

reivindica esa negritud de la vasquitud al tiempo que deconstruye los criterios tradicionalmente vinculados a la identidad vasca (“no hace falta ser blanco y hablar euskera perfecto”). Y lo hace apelando a un modelo cívico a la par que *ius solis* de pertenencia comunitaria. El haber nacido, haberse criado y haber construido una ruta de vida en el País Vasco le permiten reconocerse y reafirmarse como vasco, sin renunciar a la negritud como componente de su identidad individual.

En este punto, no podemos ignorar el hecho de que Iñaki Williams no es el primer futbolista negro que juega en el combinado vizcaíno. En 2008 el defensa Jonás Ramalho (ver Anexo 12) hacía su debut con el primer equipo rojiblanco en un amistoso frente a la SD Amorebieta. En esa ocasión apenas tenía catorce años. No sería hasta 2011 cuando hiciera su presentación en un partido oficial (victoria 1-2 frente al Sevilla). Este zaguero, de padre angoleño y madre vasca, marcaba así un hito en la historia del club bilbaíno. Sin embargo, a pesar de haberse formado en Lezama, de ser un habitual en las categorías inferiores de la selección española y haber conseguido varios títulos, tan sólo permaneció dos temporadas en el Athletic Bilbao absoluto. En este tiempo jugó únicamente trece partidos, eso sí, cuatro de ellos en competiciones europeas.

En esta relación Athletic Bilbao-vasquidad-negritud debemos remontarnos todavía más en el tiempo. Concretamente, tenemos que viajar en el tiempo hasta los años cincuenta del siglo XX. Por aquel, un joven delantero despuntaba en los campos de fútbol vizcaínos. Se trataba de Miguel Jones. Nacido en Santa Isabel (capital de la por aquel entonces llamada Guinea Española)⁹³, emigró hacia Bilbao con su familia a muy temprana edad. Toda su formación se llevó a cabo en la capital vizcaína y sería allí donde empezaría su incursión en el balompié. Tras destacar en varios partidos, el entrenador del Athletic Bilbao por aquel entonces (Fernando Daucik) se empeñó en su incorporación. Tal fue así que Jones entrenaría con la primera plantilla rojiblanco e, incluso, disputaría un partido amistoso. Se trató, concretamente, del choque frente al Indauchu celebrado el 6 de enero de 1956. Sin embargo, esta prometedora trayectoria no tuvo continuidad en San Mamés y el atacante tuvo que hacer carrera en otros equipos.

Las razones de su descarte aún no están muy claras entre la comunidad *athletictzale*. Por un lado, están quienes consideran que se trató de una decisión con tintes racistas. El

⁹³ Santa Isabel pasó a llamarse Malabo desde 1973. La conocida como Guinea Española, en el África occidental, consiguió independizarse de España en 1968. Desde entonces su nombre oficial es Guinea Ecuatorial.

fenotipo negro del jugador no se correspondía con el constructo identitario vasco de la época (fenotipo blanco). José Ignacio Corcuera (2013) apunta a una sólida conexión del club con el nacionalismo vasco. Este, a mediados de la centuria pasada, todavía arrastraba concepciones ‘raciales’ de lo que suponía ser vasco (ver Capítulo 14). Por otro lado, como también apunta este investigador, el éxito deportivo del cuadro bilbaíno limitaba su necesidad de refuerzos, algo que condujo a una interpretación más ortodoxa de la filosofía (*Ibid*, 2013).

El propio Miguel Jones se ha manifestado al respecto. Ha salido al paso de cualquier acusación racista hacia el conjunto rojiblanco. En previsible línea con el punto anterior (una concepción más estricta de la filosofía), el ex delantero apunta que “aquella etapa era muy distinta a la actual. Los jugadores del Athletic no tenían que ser del País Vasco. Tenían que ser vizcaínos. Lo que pasa es que mucha gente no conoce la historia del Athletic y de Bilbao” (Goikotxeta, 2020).

Sea como fuere, la reflexión que hace Corcuera (2013: 1) nos parece altamente reveladora. Desde su punto de vista,

hoy, sin duda habría sido un canterano más en las instalaciones rojiblancas de Lezama, un buen refuerzo para el ataque de San Mamés. Aquellos, en cambio, eran otros tiempos. Más fundamentalistas por cuanto a la idiosincrasia del club se refiere. O sencillamente, menos necesitados de refuerzos.

De esta cita se desprenden varios asuntos importantes. Por un lado, se concibe, de forma tajante, la negritud como un componente identitario de la vasquidad (“hoy, sin duda habría sido un canterano más en las instalaciones rojiblancas de Lezama”). Por otro lado, se señala que su mayor o menor encaje como elemento de esa identidad vasca va ligada al devenir deportivo del club (“menos necesitados de refuerzos”). Al carecer de más recursos humanos, el equipo flexibiliza la interpretación de los límites de su política de jugadores.

Este dato resulta relevante para comprobar la trascendencia del asunto analizado. La performatividad de la vasquidad como negritud adopta una mayor significación a través de Iñaki Williams debido a su mayor peso en el combinado vizcaíno.

Después de haber explicado y analizado los resultados obtenidos durante nuestra investigación, hemos desarrollado una serie de conclusiones que pasamos a presentar en el siguiente capítulo.

BLOQUE VI: DISCUSIÓN. IDENTIDADES EN JUEGO: ENTRE EL CAMBIO SOCIAL Y LA MERCANTILIZACIÓN DEL FÚTBOL

En la presente tesis doctoral nos hemos servido del deporte, en general, y del fútbol, en particular, para analizar la relación cultural e identitaria construida en torno a “lo local” en un contexto crecientemente global. Para ello, hemos adoptado como caso de estudio al equipo del Athletic Bilbao. Su elección viene motivada por la singular política de jugadores que emplea. Esta “filosofía”, tal y como se la conoce desde el propio club y desde su afición, contempla la utilización, únicamente, de futbolistas locales. Cabe resaltar que esta forma de competir sigue vigente pese a la marcada internacionalización del balompié y de sus competiciones, motivada por su mercantilización.

Con el propósito de profundizar en este asunto, hemos establecido tres objetivos principales que nos han servido de guía. Estos han sido: a) analizar los motivos y justificaciones que conducen a identificarse, a través del combinado bilbaíno, con una institución fuertemente vinculada a un determinado territorio; b) identificar y comparar, mediante el Athletic Bilbao, las diferentes construcciones de lo local y su interacción en el proceso de globalización y c) investigar, vía el club *zurigorri*, las continuidades y transformaciones de la performatividad y discursos identitarios ligados a un determinado territorio.

Para llevar a cabo la pesquisa hemos usado una triangulación metodológica. Esta ha consistido en el método etnográfico (trabajo de campo, observación participante y entrevistas semiestructuradas a 25 aficionados del Athletic Bilbao nacidos en Bizkaia y Castilla y León, residentes en esta última comunidad autónoma), el análisis de contenido (prensa generalista y deportiva de difusión vasca y estatal) y la revisión literaria de distinto origen geográfico.

Con todo ello, hemos extraído una serie de reflexiones que desarrollaremos a continuación. De inicio, se plantearán en términos generales para, seguidamente, desgranarlas en función de los objetivos específicos establecidos, así como en el orden en el que se han mostrado los resultados en el capítulo anterior.

Una de estas interpretaciones es que el fútbol, como elemento estructural y dominante en buena parte de las sociedades occidentales (y, desde luego, la vasca y la española) demuestra que las identidades socioculturales no tienen unos límites precisos. Muy por

el contrario, estos bordes se van transformando al jugar (nunca mejor dicho en este caso de estudio) con las presuntas permanencias. Así, se van adaptando y flexibilizando con las modificaciones sociales que experimenta el entorno y el contexto.

Igualmente, los resultados de esta pesquisa nos conducen a otra apreciación general. En base a los resultados obtenidos, podemos remarcar cómo las personas y la prensa, mediante el fútbol (en general) y el Athletic Bilbao (en particular), pueden representar, performar y jugar con diferentes identidades que se presuponen pétreas, pero que, en realidad, son dinámicas.

Asimismo, en nuestro caso de estudio específico, el equipo vizcaíno y su particular filosofía conforman unos repertorios culturales a través de los que sus hinchas (y el público, en general), así como la prensa, construyen discursos y hacen representaciones en los que repiensen y reelaboran interpretaciones previas y prefijadas que tenían sobre la diversidad cultural (negritud, inmigración...), sobre el género (igualdad, espacios de empoderamiento...) o sobre el territorio (concepción de las fronteras del País Vasco, el encaje regional de Castilla y León y sus relaciones de poder intra-autonómicas, el Estado español, Francia, la diáspora...). Al respecto, parafraseamos a Hobsbawm (1992) al afirmar que el fútbol y el Athletic Bilbao están dotados de un simbolismo tremendamente eficaz para dar forma a algo tan abstracto como estos tres temas (diversidad cultural, el género y el territorio), así como para generar debates, discusiones y reconfiguraciones en torno a ellos. Esto último cobra un mayor significado en el conjunto bilbaíno, toda vez que su política de jugadores localista le expone en mayor medida a las transformaciones sociales de su entorno.

Por otro lado, esta pesquisa nos da pie a cavilar sobre el encaje de estos tres temas dentro del fútbol actual. Consideramos que una de las fuerzas motrices más significativas que conduce y guía a este deporte es la lógica de acumulación capitalista. Hasta ahí nada nuevo que no se haya indicado ya en estudios previos sobre el balompié desde un enfoque socioantropológico. Ahora bien, y he aquí nuestro aporte, sostenemos que las presuntas apuestas por la igualdad de género o la interculturalidad⁹⁴ en el fútbol en realidad encierran intereses económicos y financieros, no siempre claros.

⁹⁴ Definimos interculturalidad como aquella situación social de interacción activa e interdependencia entre varias culturas que viven en un mismo tiempo y espacio geográfico (Aparicio Gervás y Delgado Burgos, 2014; Escarbajal de Haro *et al.*, 2007).

En este punto podría plantearse el, popularmente, conocido como dilema del huevo y la gallina. Tomemos como ejemplo el fútbol femenino ¿Los medios de comunicación y los distintos equipos -actores dominantes- se acercan al fútbol femenino como un empuje decidido hacia la igualdad y/o equidad de género? O, por el contrario, ¿se aproximan porque cada vez tiene más “tirón” y, por lo tanto, genera más rédito? Planteado de otra manera, ¿el fútbol femenino ya estaba aquí y los demás actores dominantes se han sumado, o han sido los actores dominantes los que han impulsado al fútbol femenino?

No existe una única e indiscutible respuesta. Sin embargo, pensamos que, en ambas preguntas, la segunda opción (acercamiento en pro de un rédito económico) es la que mejor responde a las dinámicas del balompié actual. Si echamos un vistazo a los medios de comunicación, observamos que la mayoría de las noticias deportivas están copadas por el fútbol masculino y, dentro de este, por los actores dominantes (Real Madrid y FC Barcelona). Del mismo modo, el Athletic Bilbao masculino tiene una mayor cobertura que el femenino. Sirva como muestra, la nula comparecencia de medios de comunicación en la rueda de prensa previa a la coronación de la sección femenina como campeona de la Primera División en la temporada 2015/2016 (Guenaga, 2016).

Además, muchos clubes de España han ido, progresivamente, creando plantillas femeninas al calor de una lenta, pero constante transformación estructural en la sociedad española. Sin embargo, lo que parece un compromiso social, no deja de ser un espejismo. Veamos, si no, a equipos como el FC Barcelona o el Atlético de Madrid que, en su incursión en el balompié femenino, han tirado de talonario para hacerse con las mejores jugadoras del mercado y, así, optar a todos los títulos posibles. Por no hablar del Real Madrid, uno de los últimos clubes dominantes del mundo en contar con un equipo de mujeres. Su caso es, si cabe, aún más paradigmático, toda vez que ha irrumpido a base de cheque desde el minuto cero⁹⁵. Por lo tanto, sostenemos que, lejos de crear espacios de empoderamiento para las chicas, se busca diversificar la fuente de ingresos económicos.

⁹⁵ El Real Madrid confirmó la creación de su sección femenina en el verano de 2019. Para ello compró, directamente, la licencia del CD Tacón (recién ascendido a la Primera División femenina a la conclusión de aquella temporada) por un valor estimado de cuatrocientos mil euros (Giovio, 2019). Es en el curso deportivo 2020/2021 cuando las merengues competirán bajo el nombre de Real Madrid, si bien la temporada anterior ya disputaron sus partidos en la ciudad deportiva del conjunto blanco. Para la configuración de su plantilla, no ha dudado en hacer ofertas a varias de las jugadoras con mayor proyección del campeonato, del mismo modo que actúa con su primera plantilla masculina.

Continuamos con la exposición de nuestras reflexiones, si bien ahora nos centraremos en aspectos más específicos. De este modo, ponemos nuestra atención en los motivos que llevan a aficionados vizcaínos y castellanoleoneses del Athletic Bilbao a convertirse en seguidores del club y, por lo tanto, a identificarse con este.

De inicio, distinguimos una doble fase en este proceso de identificación de los hinchas con el equipo. Por un lado, una primera etapa de acercamiento a la entidad que responde a causas no siempre meditadas. En este aspecto, encontramos una variable absolutamente relevante y por encima de todas las demás: el origen. El hecho de ser vizcaíno resulta un condicionante de un elevado peso para ser *athletictzale*. La gran trascendencia que el cuadro rojiblanco tiene en la provincia motiva esta relación causa-efecto. El estrecho vínculo que el Athletic Bilbao ha generado, en todos los ámbitos, a lo largo y ancho de Bizkaia implica que la adhesión a él (en diferentes tipos de membresía, bien como aficionado, bien como dirigente, futbolista, técnico, trabajador...) suponga una forma de pertenencia a la sociedad de este territorio histórico. Se trata, pues, de una construcción del Nosotros vizcaíno a través del fútbol y, más concretamente, de este club. Esta cercanía, sin duda, se ha creado a raíz de la política de jugadores del combinado bilbaíno. El sentimiento de camaradería derivado del uso de futbolistas locales acrecienta el compromiso recíproco (hinchada-equipo) y el orgullo de pertenencia. Por ello, no dudamos en calificar esta motivación como “*ius solis rojiblanco*”. En otras palabras, el lugar de nacimiento conviene la inclusión en esta comunidad particular.

Asimismo, también hallamos otra variable altamente relevante: el parentesco. La filiación con seguidores del combinado vizcaíno, especialmente entre aficionados castellanoleoneses, ha conducido a su identificación con el equipo. Esta afinidad con el club se manifiesta a modo de transmisión hereditaria que, a su vez, refuerza el nexo intergeneracional. Por lo tanto, y en oposición al argumento anterior, definimos esta causa como “*ius sanguinis rojiblanco*”. En este caso, la relación familiar conduce a la pertenencia a un cierto grupo social. Igualmente, encontramos otros fundamentos para acercarse al Athletic Bilbao entre los seguidores castellanoleoneses, como las relaciones sociales o el impacto de ciertos jugadores.

Por otro lado, y ya en segundo lugar, apreciamos un paso de reflexión que justifica el porqué de la pertenencia consciente a esta “comunidad imaginada” (Anderson, 2006). En este sentido, detectamos tres variables principales: el ser diferentes al resto de clubes

por su filosofía, el apoyo al talento local y las oportunidades concedidas a los jóvenes autóctonos. Tal clarificación resulta importante pues el fútbol actual está atravesando un cambio de paradigma respecto a la vinculación de sus fans. Se ha pasado de un modelo donde los estadios/clubes actuaban como espejo de la sociedad que los rodeaba a otro con códigos propios y, con frecuencia, deslocalizado donde la conexión territorio-equipo es mínima. Esta transformación es consecuencia de la mercantilización imperante en el balompié, que orienta sus esfuerzos hacia la búsqueda de nuevos nichos de afición y dominada por las leyes del mercado. A este respecto, los procesos de identificación que genera el Athletic Bilbao entre buena parte de su hinchada aún responden a este criterio tradicional. Precisamente, esta salvaguarda de lo local se entiende como una vía de resistencia. A su vez, es motivo de vinculación para seguidores que, paradójicamente, no podrían vestir la camiseta del club como jugadores (los fans castellanoleoneses). Cabe reseñar aquí cómo las causas de identificación con el equipo en aficionados de toda España han pasado de los éxitos deportivos en la primera mitad del siglo XX y en los años ochenta (Agiriano, 2010; Quiroga, 2014a; Rodríguez, 2014) a una concepción contracorriente.

Continuamos la exposición de las reflexiones obtenidas poniendo el foco de atención sobre la definición e interpretación de la política de jugadores del Athletic Bilbao por parte de aficionados vizcaínos y castellanoleoneses.

Consideramos que la filosofía localista del club, a día de hoy, sirve como posicionamiento en un mundo marcadamente globalizado. De hecho, la propia evolución de esta política de futbolistas hace pensar que se trata de un movimiento de resistencia frente a los flujos mercantilistas que dominan el balompié. Sostenemos que el empleo, únicamente, de jugadores locales a partir de la década de 1910 responde a una cuestión coyuntural (conflicto por el uso de extranjeros, problemas con otros equipos...) y otra estructural (amplio vivero de jugadores ya no sólo en el País Vasco, sino en Bizkaia). Rechazamos, pues, la tesis de MacClancy (2003, 2007) y su evolución histórico-nacionalista. Sólo su trascendencia, basada y consolidada a base de títulos y dominancia en el fútbol estatal, permite la construcción de relatos bien nacionalistas (español y vasco coincidiendo con la consolidación de estos en el país, es decir, el primero como régimen gobernante y el segundo como resistencia al régimen) bien provincialistas.

La adopción de la filosofía de manera deliberada en los años cincuenta da a pie a pensar que se trata de un movimiento de resistencia frente al devenir que estaba tomando (y sigue tomando) el fútbol. Nuevamente, el discurrir por vías paralelas del Athletic Bilbao y el resto del fútbol español (mundial) es un terreno fértil para la construcción y apropiación de relatos en varios sentidos (nacionalista, provincial) sin que ello suponga un juego de suma cero. Los éxitos -de cuando en cuando- y, sobre todo, la apuesta decidida por el talento local refuerzan esta interpretación contracorriente.

No obstante, cabe apuntar varias consideraciones y suscitar algún interrogante. Por un lado, como señala Seguro (2008: 188), “el Athletic tiene la extraña posibilidad de ser el club más tradicional del mundo y el más revolucionario” en la medida en que la defensa de lo local le dé un posicionamiento mundial. Al respecto, sin embargo, nos preguntamos: si la filosofía localista del Athletic Bilbao se ha convertido en su seña de identidad global, ¿hasta qué punto esta política es un fin en sí misma o pasa a convertirse en un medio?

Igualmente, consideramos que la interpretación de esta singular concepción del fútbol como movimiento de resistencia ha de hacerse en términos territoriales, no así del todo anti-mercantilistas. Es cierto que el actual flujo global de futbolistas responde a una excesiva comercialización del deporte que ha derribado las fronteras y ha erosionado el vínculo territorial de los clubes y sus miembros. En ese aspecto, el Athletic Bilbao enarbola la bandera de la resistencia, sin duda. Por el contrario, en términos de transacciones, el conjunto vizcaíno ha podido mantener una plantilla, más o menos, competitiva a base de talonario. Como prueba de ello están los fichajes de Iñigo Martínez, Roberto Ríos o Loren, cuyos montantes han llegado a batir registros en el mercado español. Consecuentemente, no es completamente preciso identificar al cuadro bilbaíno como representante de un fútbol a contracorriente de las leyes del mercado.

Otra de las cavilaciones resultantes de la investigación tiene que ver con la relevancia y el grado de identificación de estos aficionados con el Athletic Bilbao, la selección española y los equipos de sus respectivos lugares de residencia.

A este respecto, aprovechamos un asunto derivado de la conclusión anterior. La singularidad de la filosofía del club y su distinción en los tiempos actuales construye y refuerza el sentimiento de pertenencia a una “familia rojiblanca”. Así, los aficionados se perciben como miembros de una “comunidad imaginada” (Anderson, 2006) en torno al

conjunto vizcaíno. De este modo, podemos hablar de un Nosotros *zurigorri* con consecuencias derivadas. Y es que la fuerte vinculación que el equipo tiene con la provincia de Bizkaia facilita procesos de integración por los cuales un Otro puede pasar a formar parte del Nosotros vizcaíno mediante la identificación con el Athletic Bilbao. Esto se refleja, sobre manera, entre los aficionados castellanoleoneses, quienes destacan la falta de extrañeza en dicha provincia al manifestar su conexión con el club.

De forma similar, subrayamos que ser seguidor del conjunto bilbaíno se constituye como un constructo identitario más significativo que su nacionalidad o lugar de origen. Tal es su relevancia que podemos afirmar que no hace falta la existencia de un partido o rival de turno para que aflore el sentimiento *athletictzale* en diferentes conversaciones o momentos. En este sentido, definimos este componente identitario como un continuum de diferentes intensidades, pues no todos los hinchas lo viven y sienten por igual. De este modo, y siguiendo a Llopis-Goig (2008), aquellos hinchas con un mayor nivel de compromiso o en los que el club representa una parte muy relevante de su vida conformarían el núcleo. Por el contrario, los aficionados con una menor implicación o que le otorgan un valor más bajo a esta vinculación se situarían en el polo opuesto. La razón la volvemos a encontrar en la unicidad que engloba al combinado rojiblanco con su filosofía a la cabeza. Esta forma diferente de concebir el fútbol y, por lo tanto, ser consciente de que los éxitos deportivos no son el objetivo principal genera un alto sentimiento de fidelidad entre su hinchada. Es, precisamente, este compromiso lo que retroalimenta la relación con el equipo de una manera casi religiosa (Cachán Cruz y Fernández Álvarez, 1998). La defensa de un modelo de club distinto consolida esta reciprocidad.

Asimismo, a pesar de que el Athletic Bilbao se encuentre por encima de aspectos como la nación (representada en la selección) o el lugar de origen (representado en los equipos locales), no consideramos que se trate de una confrontación. Al contrario, lo contemplamos como una cuestión complementaria regulada por una serie de prioridades y por las circunstancias del momento. Igualmente, la escuadra vizcaína se convierte, de manera indirecta, en un actor relevante en la reproducción de ciertos conflictos y tensiones territoriales. Debido al alcance de esta tesis, sólo podemos hablar de Castilla y León. No obstante, observamos que el apoyo al club se redobla en función del rival, siendo el Real Valladolid o cualquier equipo de la provincia pucelana los que más intensifican este sentimiento. La razón la hallamos en las disputas intrarregionales

presentes en dicha comunidad autónoma. De este modo, el fútbol sí conserva su función de espejo al convertirse en arena de representación social.

En suma, a través del caso del Athletic Bilbao compartimos con Villena Fiengo (2003b: 265) que “el futuro será más de las identidades *tifosi* que de las identidades nacionales, ya que las primeras sintonizan mejor con los procesos de transnacionalización del fútbol”. Si bien este académico alude a la deslocalización que están viviendo los clubes, en el caso del conjunto vizcaíno es, precisamente, el hecho de ser todo lo opuesto lo que confirma esta declaración.

Toda vez que, en términos generales, los equipos han erosionado sus vínculos con el territorio en pro de unos beneficios económicos, (no siempre satisfactorios) tiene lógica decir que las aficiones se han tribalizado. Un conjunto ya no vela por los intereses de su entorno geográfico, sino por los suyos propios como empresa (poniendo más atención a lo que pueda suceder a miles de kilómetros por encontrarse allí su fuente de ingresos). Consecuentemente, los procesos identitarios construidos por ellos y en torno a ellos, manifestados por su hinchada en buena medida, se orientan hacia la comunidad imaginada tal o cual en función del conjunto correspondiente en detrimento de su nacionalidad. ¿Acaso tiene sentido hablar del Real Madrid como representante español o del Liverpool como representante inglés?

En el caso del Athletic Bilbao, este razonamiento es igualmente válido, pero, paradójicamente, por razones contrarias. Debido al rumbo comercial (y, por lo tanto, deslocalizador) adoptado por el fútbol mundial, el hecho de permanecer como un club diferente, que defiende y se enorgullece de su conexión local (vía cantera, vía territorio), reafirma esta tribalización. A raíz de ello, la constitución de la escuadra rojiblanca como un constructo identitario entre sus seguidores apela más al componente clubístico que al nacional.

Una nueva reflexión nos lleva a contrastar los conceptos de “local” y “global” construidos a través de la filosofía del Athletic Bilbao.

En términos generales, podemos afirmar que el concepto de “local”, en este caso de estudio, se construye sobre dos variables principales: la cantera y el territorio. Por un lado, la cantera personifica una serie de valores atribuidos al club. Por otro lado, el territorio refuerza ese carácter representativo de los equipos, en base a su origen, que se ha ido perdiendo con la comercialización del fútbol. Ambos factores forman una suerte

de sinergia en un tercer aspecto: “lo propio”. Es este sentido de propiedad, bien por formación (cantera) bien por origen común (territorio), la que define esta relación de proximidad y de pertenencia comunitaria.

De manera más específica, rechazamos que una de las dos variables tenga más peso que la otra. Para ello, aplicamos el siguiente razonamiento. Si se interpreta la filosofía del club como circunscrita a unos determinados límites territoriales, está claro que se fomentará la cantera, pero también se podrán adquirir otros jugadores vascos desembolsando mucho dinero. Consecuentemente, el club se convierte en un actor más del fútbol comercializado. Si, por el contrario, el foco se pone en la cantera, la contraparte es que se pueden traer jóvenes de cualquier parte del mundo, previo uso de talonario, para entrenarles.

Por ello, consideramos que tanto la cantera como el territorio constituyen los límites identitarios en esta construcción de “lo local” a partes iguales y, sobre todo, de manera complementaria. Es decir, ambas variables se autorregulan y equilibran entre ellas. Su aplicación está interrelacionada y no se puede comprender la una sin la otra.

Consiguientemente, entendemos el concepto de “lo global” como la mercantilización del deporte en sus más diversas aristas (jugadores, financiación, búsqueda activa de nuevos nichos de seguidores...). Para darle mayor claridad a esta interpretación, retomamos las declaraciones de uno de los aficionados entrevistados. Así, Marcelo, en su defensa del modelo puesto en práctica por el Athletic Bilbao, subraya que la cuestión de no contar con jugadores foráneos no tiene nada que ver con el origen de estos. Se trataría, más bien, de una deriva comercial que ha terminado por imponer unos valores financieros sobre los humanísticos tradicionalmente asociados al deporte. A su juicio, es

más importante el tener unas convicciones y mantenerlas, aunque pierdas, que traicionarte para ganar. En todos los ámbitos de la vida. En este también. No con extranjeros porque sean extranjeros, sino por esta dinámica comercial. Cuando renuncias a pelear es cuando has perdido, aunque luego aparentemente ganes.

A este respecto, subrayamos un detalle más. Desde nuestro punto de vista, esta interacción demuestra que “lo local” necesita de “lo global” para su propia

reafirmación. En otras palabras, confirma que la construcción del Yo/Nosotros se produce de acuerdo a una intersubjetividad con un Otro/Ellos y no por cuestiones esencialistas. El Athletic Bilbao y sus aficionados no pueden reivindicar la territorialidad y “lo local” como constructos identitarios por el mero hecho de la existencia de su filosofía. Al contrario, su política de jugadores adquiere este significado debido a que los demás equipos -el Otro/Ellos- se han lanzado a las garras de “lo global”, en forma de desterritorialización, guiados por las imposiciones comerciales.

Igualmente, también rechazamos las interpretaciones xenófobas de Crolley y Hand (2002) pues, como se observa, la política de jugadores locales no responde tanto a una cuestión de origen, sino de propiedad. Además, compartimos con Shulman (2004) que ninguna institución xenófoba tendría tanto orgullo de sus orígenes extranjeros como es el caso del Athletic Bilbao y su anglofilia.

Por cerrar este capítulo, traemos a colación una pequeña reflexión sobre por qué la filosofía no aplica a los entrenadores. Desde nuestra perspectiva, la razón la encontramos en el origen de la misma. Toda vez que fue un problema con la alineación de ciertos jugadores británicos lo que derivó en esta política de futbolistas, cobra sentido que los técnicos permanecieran fuera de esta aplicación. Sin embargo, nos resulta conveniente indicar que en aquel entonces el papel de los míses era secundario y no tenía la relevancia y el peso de hoy en día. No gozaban del valor representativo y simbólico del que disponen en la actualidad. Por lo tanto, avistamos un nuevo espacio en el que construir “lo local”, toda vez que el mercadeo de entrenadores ya es una realidad.

Abordamos, a continuación, la cavilación sobre las opiniones de aficionados acerca de la implicación del Athletic Bilbao en asuntos locales como la política y el uso del euskera.

Se rechaza el posicionamiento público de la institución rojiblanca en asuntos vinculados con la política, especialmente con los ligados a procesos soberanistas en el País Vasco. Si bien los aficionados aceptan que los dirigentes, a título personal, manifiesten sus pareceres, reprochan que estos se hagan en nombre del club. Consideran que la opinión privada, por un lado, y la representación de la entidad, por el otro, son dos cosas totalmente distintas y que no se deben mezclar. Actuar como portavoces del equipo

implica transmitir el punto de vista de un determinado colectivo. Por lo tanto, dichas declaraciones deben surgir del debate interno y de un posible consenso.

Además, si tenemos en cuenta la diversidad política dentro del País Vasco -donde se encuentra buena parte de la masa social del Athletic Bilbao-, así como la existencia de un notable número de hinchas por toda España, detectamos una amplia transversalidad ideológica. Consecuentemente, un posicionamiento público del club en este asunto corre el riesgo de generar una amplia fractura en un actor que, precisamente, destaca por su cohesión social. Una cuestión aparte es que distintos partidos o movimientos políticos se sirvan del equipo para defender su causa. Como se suele decir popularmente, cada uno arrima el ascua a su sardina. En este aspecto, compartimos la reflexión de Pulleiro Méndez (2015: 38) cuando afirma que “el fútbol no tiene un dueño político exclusivo”. Igualmente, suscribimos que “existe una relación tirante y dual que fluye tanto desde el fútbol hacia lo político como de lo político hacia el fútbol”, cuyo producto es “muy dispar, siendo determinante la causa principal a defender detrás del balón y quien enarbola su bandera” (*Ibid*, 2015: 43).

Diferente es el acercamiento a la cuestión lingüística. El uso del euskera por parte del club no genera discordia. Se defiende su empleo. De hecho, el Athletic Bilbao se convierte en un actor relevante en procesos de difusión cultural. Tal es así que un notable número de aficionados no vascos han aprendido e interiorizado ciertos conceptos en euskera. Con ello buscan consolidar su pertenencia al Nosotros rojiblanco y a la comunidad *athletictzale*. Eso sí, las voces críticas se alzan ante posibles imposiciones o la normativización del uso de este idioma. El excesivo repliegue sobre elementos, territorialmente, muy locales perjudica el posicionamiento global del colectivo. Por el contrario, la consolidación de un modelo único y distinto en un panorama mundial refuerza tales componentes locales.

Pasamos, ahora, a centrarnos en la posición de aficionados del Athletic Bilbao ante los cambios en la financiación del club en tanto que el fútbol está marcado por una creciente mercantilización.

Valga remarcar que el conjunto vizcaíno no ha renunciado por completo a las nuevas tendencias y dinámicas del balompié actual. Pese a su rechazo o poco interés en explotar nuevas fuentes de financiación (principalmente, la conversión en SAD o el cambio del nombre del estadio), sí ha adoptado algunas de ellas, como la publicidad en

la camiseta o la presencia de marcas comerciales en el interior del estadio y la sala de prensa. Si bien una parte importante de la afición es contraria a ceder ante las leyes del mercado, con el tiempo se ha interiorizado el uso de varias de estas reglas. No obstante, apreciamos un importante peso de “lo local” ante posibles nuevos cambios en esta línea. Con ello, se pretende evitar la deslocalización del club (principalmente, capital y patrocinadores del entorno en detrimento de aquellos sin relación aparente).

Por otro lado, la concepción que se tiene de los propios futbolistas aún responde al modelo tradicional. Estos son percibidos como representantes de un estilo y de unos valores interpretados como propios e inherentes al club y a la comunidad *athletictzale*. Por lo tanto, se rechaza su rol como meros activos financieros de la institución utilizados para la captación de nuevos nichos de afición o la expansión comercial de la entidad. Consecuentemente, se aprecian las muestras de fidelidad y compromiso de los jugadores con el club, mientras se critica la falta de honestidad. En este sentido, los casos recientes de futbolistas que han decidido abandonar la escuadra bilbaína (Fernando Llorente, Javi Martínez, Ander Herrera, Aymeric Laporte y Kepa Arrizabalaga) han desatado cierto hastío. Eso sí, ha de subrayarse que los episodios más sentidos han sido aquellos que han implicado la fuga de integrantes formados en la cantera de Lezama. La salida de miembros del Nosotros rojiblanco considerados como “absolutamente propios” conlleva una cierta sensación de traición. Esto, claro está, se produce en un contexto donde dicha marcha no se hace como servicio al club (evitar una crisis económica, por ejemplo), sino como una búsqueda de beneficio personal. Es decir, se antepone el bien individual frente al de la comunidad.

Con todo lo anterior en mente, y antes de pasar a profundizar en la identidad vasca, nos parece pertinente traer aquí una conclusión general que abarca todo lo anterior. En términos de identidad colectiva, el Athletic Bilbao se encuentra marcado por una cierta transversalidad. Con su filosofía y modelo de gestión como estandartes, el club no responde a una única comprensión. Más bien, abarca múltiples construcciones según las circunstancias que le rodeen y en función de un Otro. A pesar de que este es un factor común a todos los equipos, en el vizcaíno toma una dimensión mayor a causa de su carácter transgresor en la dominancia del fútbol actual. Ello es, en buena parte, por la erosión generada en la relación club-territorio. El Athletic Bilbao será vasco si juega contra los españoles del Real Madrid, vizcaíno si enfrente están los guipuzcoanos de la Real Sociedad y símbolo de resistencia si su rival es el multimillonario Manchester

City. De acuerdo con Reguera (2008: 72), “cada club representa, en las competiciones en las que juega, y dependiendo de las mismas, algo diferente. [...] Una red de referencias entroncada en la realidad histórica, social y política de la región cuya supremacía está en liza, un país, un continente o el mundo”. La apertura de nuevos escenarios requiere nuevas interpretaciones que definan su establecimiento en un contexto cada vez más global. Ser el actor dominante en el País Vasco, la supremacía total en Bizkaia ante la ausencia de un club de élite y, en especial, su filosofía han hecho del Athletic Bilbao, curiosamente, un estudiante adelantado en esta reconstrucción y reconfiguración de la identidad colectiva.

Ahora sí, nos centramos en la performatividad de la vasquidad, en términos étnicos y cívicos, a través de las interpretaciones y prácticas explícitas e implícitas en la filosofía del Athletic Bilbao.

De manera general, consideramos que el carácter consuetudinario de la política de jugadores del club, así como su devenir deportivo flexibilizan los límites cívicos (edad de incorporación a la cantera) y étnicos (admisión o no de la diáspora) con los que definen la identidad vasca. Por un lado, la construcción de la vasquidad a través de la academia de Lezama representa una forma de enculturación. Esta es bien recibida por la afición, siempre y cuando se establezcan criterios firmes sobre sus límites etarios. Por lo tanto, se rechazan casos cuya interpretación sea muy rebuscada o un uso de la cantera como vía de camuflaje para bordear la aplicación de la filosofía. En otras palabras, esta formación cívica del Nosotros vasco requiere de un cierto compromiso comunitario. Por otro lado, la conformación de la identidad vasca mediante los miembros de la diáspora apela al *ius sanguinis*. Esta también es bienvenida entre la hinchada, aunque implica, igualmente, ciertos matices. De estos, el más remarcable es el sentimiento de responsabilidad con el club y con el colectivo. Consecuentemente, esta vinculación se consolidaría a través de la educación en torno a los valores de la entidad, es decir, mediante la formación en la cantera.

Todo lo anterior, además, debe complementarse con otro asunto relevante. Y es que la concepción territorial del País Vasco no es uniforme entre la afición. Las fronteras geográficas varían en función de los hinchas y de los criterios que empleen en su construcción comunitaria (legislativos, culturales...). A raíz de esto, la inclusión de ciertas zonas genera controversia. Nos referimos, principalmente, al País Vasco francés (contemplado en la filosofía del club, no así por buena parte de los seguidores) y a La

Rioja (no incluida en la política de jugadores, pero asumida por una porción considerable de fans por su proximidad y por ejemplos de futbolistas en el pasado). Con todo ello, pensamos que el concepto de “lo local” como sinónimo de “lo propio” cobra más fuerza a la hora de definir al Athletic Bilbao. Un jugador vascofrancés, en teoría apto, puede ser rechazado como parte del Nosotros al no considerarlo como alguien comprometido; mientras uno riojano, a priori excluido, puede ser admitido como parte de ese mismo Nosotros por su vinculación a través de la formación.

Nos ocupamos, a continuación, de la cuestión de género y el fútbol. Concretamente, si los cambios sociales en esta materia ocurridos en Bizkaia/País Vasco en las últimas décadas se han performado en las prácticas y narrativas identitarias en torno al Athletic Bilbao.

A nuestro modo de ver, la transversalidad que define al conjunto bilbaíno (motivado en buena medida por su filosofía y su modelo de gestión) actúa a modo de cara y cruz. Por un lado, la transcendencia que tiene el club en la sociedad vizcaína y en toda la comunidad *athletictzale* performa regulaciones en las relaciones de género, en el plano positivo. Sin embargo, este mismo impacto y alcance camufla sus desigualdades, en el plano negativo.

La institución rojiblanca es una de las que más ha invertido, sin duda, en su sección femenina. A la vista está que fue una de las primeras escuadras en contar con una estructura para mujeres, que el presupuesto en este aspecto ha ido creciendo con el tiempo, que todas sus jugadoras cuentan con estatus profesional y que la respuesta de la afición ha sido muy positiva en muchas ocasiones. Por lo tanto, y toda vez que el orgullo de pertenencia al Nosotros *zurigorri* es tan fuerte, atraviesa y abarca a todos los ámbitos de la sociedad por su relación de proximidad. Consecuentemente, se vislumbran pasos encaminados hacia un mayor compromiso social y una igualdad en cuestión de género. Del mismo modo que, en términos políticos e ideológicos, se puede decir que el Athletic Bilbao engloba todo tipo de posicionamientos entre sus miembros, aquí también podría afirmarse que hombres y mujeres tienen el mismo peso.

Sin embargo, la realidad igualmente muestra ejemplos en la dirección contraria. La asistencia a los partidos de la sección femenina cobra relevancia cuando se disputan en San Mamés, mientras que los disputados en Lezama son apenas seguidos. Existe un gran desconocimiento de su plantilla por parte de la afición. Los títulos del equipo

masculino no generan dudas en cuanto a afluencia, cuando lo contrario sí ocurre con las chicas. Por lo tanto, es la sección masculina la dominante y con la que se identifica al club. Consiguientemente, sobre unas luces de igualdad se proyectan unas sombras que encubren las desigualdades estructurales aún existentes en las relaciones de género.

En este sentido, pensamos que el paradigma comercial que define al fútbol actual y todo su entorno juega un papel considerable en la persistencia de estas desigualdades. Giulianotti (1999: 153) ya afirmó hace décadas que “la industria del fútbol está interesada en atraer a las mujeres para hacer negocios en vez de por razones pro-feministas”. En cierto modo, compartimos esta idea. Es verdad que se ha avanzado notablemente en los últimos años y que el fútbol es una arena propicia para las reivindicaciones en este ámbito. Sin embargo, la dominancia de la economía de mercado se impone. La cobertura del fútbol femenino (el del Athletic Bilbao incluido) en los medios de comunicación dista notablemente del masculino por el rédito que genera este último. Además, en actos multitudinarios, como los récords de afluencia a La Catedral, la noticia suele focalizarse en el propio registro y no en el encuentro en sí. La celebración de ciertos eventos (gabarra, más partidos en San Mamés...) se mide, en buena parte, por el impacto económico que pueda suponer (son frecuentes las preguntas sobre si compensa o no en función de la asistencia). Por lo tanto, el deporte-mercadeo abre una puerta a un mayor desarrollo del fútbol femenino en cuanto a posibles recursos al tiempo que, esa misma lógica, le priva de mayor visibilidad.

Por último, y no por ello menos relevante, abordamos la representación del aumento de la diversidad cultural acontecido en Bizkaia/País Vasco en las últimas décadas en las prácticas y discursos identitarios de la filosofía del Athletic Bilbao.

Una primera interpretación al respecto, en términos generales, es considerar al conjunto vizcaíno como una arena performativa de vasquidad debido a su política de jugadores. Esta se fundamenta sobre cuatro puntos principales, de acuerdo con Aquino (2017): la convocatoria y encaje de ciertos futbolistas en la filosofía, la presentación que de ellos mismos se hacen, el retrato que se les hace en la prensa y sus participaciones en el terreno de juego.

Al igual que ocurriera en décadas anteriores con los jugadores rojiblancos nacidos en otras zonas de España, consideramos que la identificación como vascos, vía modelo cívico, de aquellos componentes nacidos en el extranjero es una cuestión de tiempo. A

medida que su presencia en el equipo y relevancia sean mayores, tanto más será su aceptación como parte del Nosotros vasco. Ahora bien, esto se percibirá así mientras la filosofía del club siga vigente. La unicidad del equipo en el fútbol actual, sustentada en el refuerzo de “lo local” como “lo propio” (cantera y territorio), facilita dicha interpretación.

El caso de Cristian Ganea presenta varias grietas porque, a nuestro modo de ver, su trascendencia en la plantilla ha sido mínima e imperceptible. A pesar de subrayar su doble (o triple) identidad en clave territorial (rumano y vasco/español) de manera complementaria y no confrontada (se puede ser las dos/tres cosas a la vez sin conflicto alguno), la afición y la prensa no lo han considerado como parte del Nosotros por completo. Su formación en cantera vasca no parece ser suficiente al no haberse realizado en la propia Lezama. Habrá, pues, que prestar atención a las narrativas configuradas en el futuro sobre este y otros ejemplos.

En el apartado étnico, la cuestión de la negritud como elemento identitario de la vasquidad nos resulta, igualmente, asumible con el tiempo. Aun así, también consideramos que su aceptación e interiorización como parte del Nosotros rojiblanco y vasco, respectivamente, se construirá en función de la relevancia adquirida por los jugadores y su compromiso social. Por esta razón, el caso de Iñaki Williams, y no así el de Jonás Ramalho, ha representado una transformación en la comunidad *athletictzale*. El mayor peso en la plantilla conseguido por el delantero refuerza esta construcción social por la que las categorías de “vasco” y “negro” son perfectamente complementarias y no excluyentes.

En cualquier caso, volvemos a incidir en el papel fundamental que juega la filosofía del Athletic Bilbao en todo este proceso. Puesto que la obtención de trofeos no parece ser un objetivo *sine qua non* para el conjunto vizcaíno, la reconfiguración narrativa y/o representativa de la diversidad cultural se asentará en la relevancia de los jugadores y en la personificación de unos valores sociales atribuidos al club y su hinchada. De este modo, observamos una senda diferente a la ocurrida, por ejemplo, en Francia y su selección nacional. Y es que en el país galo se concibió la multiculturalidad como un logro social y una integración de la “francesidad” con la consecución del Mundial de 1998 (con una plantilla integrada por jugadores de diferentes etnias y orígenes), para tildarlo de fracaso social apenas cuatro años más tarde con la eliminación en primera ronda (con una plantilla igualmente diversa).

18. EL PITIDO FINAL. IDENTIDAD, TERRITORIO Y CAMBIOS SOCIALES

Para finalizar, en las próximas páginas presentamos un resumen de los principales hallazgos obtenidos mediante esta investigación. Los presentaremos en dos grandes apartados: el primero se centrará en las conclusiones generales para, a continuación, dar paso a las más específicas. Igualmente, terminaremos con una serie de consideraciones finales para tener en cuenta de cara a pesquisas futuras.

Así, comenzando con las conclusiones generales, destacamos tres asuntos principales. El primero apunta a cómo el fútbol demuestra que las identidades socioculturales no tienen unos límites estrictos. Por lo tanto, estos se adaptan a los cambios y las transformaciones sociales que se suceden en su entorno y en el contexto en el que interactúan.

En esta misma línea, sostenemos que este deporte, y en particular el Athletic Bilbao, son repertorios culturales mediante los cuales los hinchas y la prensa construyen discursos y representaciones sobre la identidad. Estos se usan para repensar y reelaborar interpretaciones previas, aparentemente pétreas, sobre asuntos abstractos como el género (igualdad, equidad, espacios para el empoderamiento...), la diversidad cultural (negritud, inmigración...) o el territorio (concepción de las fronteras del País Vasco, el encaje regional de Castilla y León y sus relaciones de poder intra-autonómicas, el Estado español, Francia, la diáspora...).

Asimismo, apoyamos aquellos puntos de vista que consideran a la lógica capitalista como la fuerza motriz que conducen las actuales dinámicas del fútbol. En este sentido, subrayamos que los presuntos intentos por alcanzar la igualdad de género o una interculturalidad dentro de este deporte implican, en realidad, intereses financieros propios de la acumulación capitalista. Consecuentemente, a pesar de que ha habido un considerable progreso en estos ámbitos, los actores dominantes (principalmente los medios de comunicación y los propietarios de los clubes) buscarán la expansión de sus fuentes de ingresos en vez de crear espacios de empoderamiento.

A renglón seguido pasamos a presentar las conclusiones específicas. Aquí, también, establecemos tres asuntos principales. Una de estas se centra en la interacción entre “lo local” y “lo global”. Nuestro punto de vista es que, en el caso del Athletic Bilbao, un incentivo de lo primero permite su posicionamiento dentro de lo segundo. Su política de jugadores, por la que sólo emplea futbolistas locales, ha jugado un rol relevante en la construcción de un Nosotros. Este se percibe como único y diferente al tiempo que resistente frente a las reglas comerciales que reinan en el actual planeta fútbol.

Por otro lado, hinchar por el Athletic Bilbao se ha convertido en un constructo para el desarrollo de la identidad individual de sus seguidores. Este elemento puede estar al mismo nivel que otros como el género, la nacionalidad, la religión, la etnicidad... creando así un continuum de diferentes intensidades (desde el considerado núcleo, formado por aquellos aficionados con un mayor grado de implicación en las actividades y con un mayor sentimiento hacia el equipo, hasta capas periféricas donde se ubican los fans menos comprometidos).

Además, la filosofía del club ha construido y alcanzado tal transversalidad que se convierte en un arma de doble filo. De este modo, permite la autorregulación (en el plano positivo), así como el camuflaje (en el plano negativo) de las relaciones sociales en cuestiones como el género o la diversidad cultural.

Para finalizar esta tesis doctoral, en los siguientes párrafos haremos una serie de consideraciones finales. Señalaremos algunas líneas de investigación de cara al futuro, así como aspectos a tener en cuenta.

Nuestro primer punto tiene que ver con un asunto sensible. Debido a la escasez de recursos económicos con los que hemos contado, no hemos podido abordar un asunto que nos parece muy pertinente para una próxima pesquisa. Nos referimos a la contemplación de la variable “edad”. El análisis intergeneracional, sumado al origen y el sexo de la hinchada, puede ofrecer resultados interesantes para comprender posibles transformaciones en la identificación con el Athletic Bilbao. A lo largo del texto, y apoyados sobre fuentes secundarias, hemos indicado sucintamente cómo la afición al club vizcaíno ha pasado de una motivación triunfalista (los éxitos del club en la primera mitad del siglo XX) a una de orgullo y resistencia (por su filosofía). No obstante, pensamos que no hay nada mejor que una etnografía en condiciones para profundizar en este apartado.

Por otro lado, el estudio de las peñas del Athletic Bilbao en el extranjero también supone un nuevo punto de interés. ¿Qué razones llevan a personas de países tan lejanos como Japón o Argentina a identificarse con un equipo tan singular como el vizcaíno? ¿Responden estos criterios a los nuevos patrones de *fandom* derivados de la comercialización del fútbol?

Finalmente, y en cierto modo ligado a lo anterior, habrá que estar pendiente de cómo la construcción de “lo local” reconfigura su posicionamiento dentro de “lo global” en aspectos como la mercantilización, la cuestión de género o la diversidad cultural.

BIBLIOGRAFÍA

- ABOU-KASSEM, Óscar y BARCALA, Diego (2013). “Julen Guerrero: ‘No hay tantos vizcaínos que se hayan querido ir del Athletic. Dan identidad y compromiso’”. *Revista Líbero*, 5. Disponible en: <https://revistalibero.com/blogs/contenidos/julen-guerrero-no-hay-tantos-vizcainos-que-se-hayan-querido-ir-del-athletic-dan-identidad-y-compromiso>. Última consulta: 15/03/2020
- ACUÑA DELGADO, Ángel y ACUÑA GÓMEZ, Guillermo (2016). “El fútbol como producto cultural: revisión y análisis bibliográfico”. *Citius, Altius, Fortius*, 9(2), 31-58
- ACUÑA DELGADO, Ángel y ACUÑA GÓMEZ, Guillermo (2017). “Mitos, ritos, identidad y alteridad en un estadio de fútbol”. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 72(2), julio-diciembre, 505-526
- AGIRIANO, Jon (2010). *Una cuestión de orgullo. Las 24 Copas del Athletic Club 1902-1984*. Bilbao: BBK
- AGIRIANO, Jon (2011). “La extraña minoría vizcaína”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/noticias/2011-02-27/extrana-minoria-vizcaina-20110227.html>. Última consulta: 17/03/2020.
- AGIRIANO, Jon (2018). “Athletic: La unidad ya no importa”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/athletic-unidad-importa-20180612222505-nt.html>. Última consulta: 10/03/2020.
- ALABARCES, Pablo (2002). *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo Libros
- ALABARCES, Pablo (2008). “Para qué vale la pena estudiar el fútbol (si es que lo vale)”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 222-237, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- ALCAIDE HERNÁNDEZ, Francisco (2009). *Fútbol. Fenómeno de fenómenos*. Madrid: LID

- ALCHORNE DE SOUZA, Denaldo (2008). *O Brasil entra em campo! Construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947)*. São Paulo: Annablume
- ALONSO, Patxi (2008). “La vida es fútbol”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 16-29, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- ÁLVAREZ, Claudia y URBANO, David (2013). “Diversidad cultural y emprendimiento”. *Revista de Ciencias Sociales (RSC)*, 19(1), enero-marzo, 154-169
- ANDERSON, Benedict (2006 [1983]). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- ANDRÉU ABELA, Jaime (2000) “Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada”. *Fundación Centros Andaluces, Universidad de Granada*, 10(2), 1-34.
- ANTONIONI, Peter y CUBBIN, John (2000). “The Bosman Ruling and the Emergence of a Single Market in Soccer Talent”. *European Journal of Law and Economics*, 9 (2), 157-173
- APARICIO GERVÁS, Jesús María y DELGADO BURGOS, María Ángeles (2014). *La educación intercultural en la formación universitaria europea*. Carbonero el Mayor (Segovia): Itamut-Fified.
- AQUINO, Mariel (2017). “A Panther Among Lions: Iñaki Williams, Race and Basque Identity at Athletic Club de Bilbao”. *Studia Iberica et Americana*, 4, 119-136
- ARCHETTI, Eduardo P. (2001). *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- ARROYO, Manuel (2018). “Un derecho a decidir: ser del Athletic”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/derecho-decidir-athletic-20180613224658-nt.html>. Última consulta: 10/03/2020.
- ATHLETIC CLUB (2013). “Jonás Ramalho”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/jugadores/jonas-ramalho-chimeno>. Última consulta: 05/05/2020.

- ATHLETIC CLUB [@AthleticClub] (2017). “Pues sí, vascos de Zumaia, Iruñea y Gasteiz ¿y si no lo fueran? Stop al racismo también en el fútbol y desde el anonimato #Respect”. *Twitter*. Fecha de publicación: 15/10/2017. Disponible en: <https://twitter.com/AthleticClub/status/919516889877041152>. Última consulta: 03/05/2020.
- ATHLETIC CLUB (2018a). “Athletic Club Femenino: pasos firmes, crecimiento continuo”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/noticias/2018/10/31/athletic-club-femenino-pasos-firmes-crecimiento-continuo>. Última consulta: 16/04/2020.
- ATHLETIC CLUB (2018b). “Filosofía /Cuál es”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/filosofia/cual-es>. Última consulta: 02/02/2020.
- ATHLETIC CLUB (2018c). “Iñigo Martinez elkarriketa – Entrevista con Iñigo Martínez” [Archivo de vídeo]. *Youtube*. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=hZY4_4PL8E8. Última consulta: 16/03/2020
- ATHLETIC CLUB (2019a). “Peñas / Athleticzales unidos en todos los territorios”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/club/penas-oficiales/>. Última consulta: 29/03/2020.
- ATHLETIC CLUB (2019b). “Un mundo para el Athletic”. *Revista oficial*, 61, marzo, 32-37
- ATHLETIC CLUB (2020a). “Bibiane Schulze”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/jugadores/bibiane-schulze-solano>. Última consulta: 05/05/2020.
- ATHLETIC CLUB (2020b). “Cristian Ganea”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/jugadores/cristian-ganea>. Última consulta: 05/05/2020.
- ATHLETIC CLUB (2020c). “Entrenadores”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/entrenadores>. Última consulta: 10/04/2020.
- ATHLETIC CLUB (2020d). “Historia”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/club/historia>. Última consulta: 05/05/2020.

- ATHLETIC CLUB (2020e). “Iñaki Williams”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/jugadores/inaki-williams-arthuer>. Última consulta: 05/05/2020.
- ATHLETIC CLUB (2020f). “Un club único”. *Athletic Club*. Disponible en: <https://www.athletic-club.eus/filosofia/formados>. Última consulta: 05/05/2020.
- AUGÉ, Marc (1999). “¿Un deporte o un ritual?”. En SEGUROLA, Santiago (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*, 55-68, Madrid: Debate
- AZKARGORTA, Xabier (2008). “Difícil de entender, imposible de olvidar”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 157-175, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- AZURMENDI, Mikel (1998). *La herida patriótica. La cultura del nacionalismo vasco*. Madrid: Taurus
- BALL, Phil (2010). *Morbo. La historia del fútbol español*. Madrid: T&B Editores
- BARBA, Borja (2008). “Del todo a la nada y de la nada al todo”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (Eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 190-204, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- BARCÍA, Igor (2018). “El mandato de Urrutia, en siete capítulos”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/mandato-urrutia-siete-20181108183437-nt.html>. Última consulta: 01/03/2020.
- BARCÍA, Igor (2020). “Un partido que ha arrancado sin extranjeros”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/partido-arranca-extranjeros-20200301133715-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>. Última consulta: 01/05/2020.
- BARTH, Fredrick (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica
- BASIC, Robert (2018). “Kepa Arrizabalaga, un futbolista con magia”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/perfil-kepa-arrizabalaga-futbolista-20180807174311-nt.html>. Última consulta: 17/03/2020.

- BASIC, Robert (2019). “San Mamés también aplaudió a Zidane, Xavi, Mendieta, Villa, Juanito...”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/mames-aplaudio-zidane-20190319225716-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>. Última consulta: 01/05/2020.
- BAUMANN, Zygmunt (2005). *Identidad*. Madrid: Losada
- BEATO, Rafael (2011). “El Athletic, sin vizcaínos en el once por primera vez en su historia”. *Marca*. Disponible en: <https://www.marca.com/2011/03/02/futbol/equipos/athletic/1299089122.html>. Última consulta: 15/03/2020.
- BERTELEGNI, Simone (2017). *Athletic Club di Bilbao. L'utopia continua*. Torino: Bradipolibri
- BRADLEY, Joseph M. (2006). “Sport and the Contestation of Ethnic Identity: Football and Irishness in Scotland”. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(7), 1189-1208
- BRIONES, Macu (2018). “Cristian Ganea, el último león de Basauri”. *Marca*. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/athletic/2018/05/28/5b0b194646163f50738b4589.html>. Última consulta: 19/04/2020.
- BRUNE, François (1999). “Un resumen de la condición humana”. En SEGUROLA, Santiago (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*, 19-26, Madrid: Debate
- BUTLER, Judith (2007 [1990]). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge
- CACHÁN CRUZ, Roberto y FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, Óscar (1998). “Deporte o religión: un análisis antropológico del fútbol como fenómeno religioso”. *Apunts. Educación física y deportes*, 2(52), 10-15
- CAILLOIS, Roger (2001 [1958]). *Man, Play and Games*. Chicago: University of Illinois Press
- CASTELLS, Manuel (2010). *The Power of Identity*. Oxford: Wiley-Blackwell

- CASTILLO, Juan Carlos (2007a). “Play Fresh, Play Local: The Case of Athletic de Bilbao”. *Sport in Society*, 10(4), 680-697
- CASTILLO, Juan Carlos (2007b). “The concept of loyalty and the challenge of internationalisation in post-modern Spanish Football”. *International Journal of Iberian Studies*, (20)1, 23-40
- CASTRO-GÓMEZ, Santiago (2017). “¿Qué hacer con los universalismos occidentales? Observaciones en torno al “giro decolonial””. *Analecta Política*, 7(13), 249-272
- COMMERZBANK [Commerzbank AG] (2019). “The German women’s national football team. Their game. Their beat. Their bank. Commerzbank”. *Youtube*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=oqwbY5qiUI8>
- CORAZÓN RURAL, Álvaro (2019). “José Ángel Iribar: ‘Cuando dejaron de llamarme a la selección entendí que era un mensaje’”. *Jot Down*. Disponible en: <https://www.jotdown.es/2019/01/jose-angel-iribar-cuando-dejaron-de-llamarme-a-la-seleccion-entendi-que-era-un-mensaje/>. Última consulta: 01/05/2020.
- CORCUERA, José Ignacio (2013). “Jones, el bilbaíno de Fernando Poo que no pudo jugar en el Athletic”. *Cuadernos de Fútbol*, 43, mayo 2013, 1-7
- COTORRO, Ander y RODRÍGUEZ, M. Á. (2020). “Athletic vs Villarreal: Made in Spain”. *Marca*. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/primera-division/2020/02/29/5e5aa0e846163f57048b4611.html>. Última consulta: 01/05/2020.
- CROLLEY, Liz y HAND, David (2002). *Football, Europe and the Press*. London: Frank Cass Publishers
- CUENCA, Nika (2016). “El padre de Asensio soñó con ver jugar a su hijo en el Athletic”. *As*. Disponible en: https://as.com/futbol/2016/10/22/primera/1477091395_623834.html. Última consulta: 05/04/2020.
- DEL RÍO, Alfonso (2018). *La ciudad de la lluvia*. Barcelona: Destino
- DÍAZ NOCI, Javier (2000). “Los nacionalistas van al fútbol. Deporte, ideología y periodismo en los años 20 y 30”. *ZER – Revista de estudios de comunicación*, 5(9) [en línea] <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17442/15214>

- DÍEZ MINTEGUI, Carmen (2003). “Deporte, socialización y género”. En MEDINA, Francisco X. y SÁNCHEZ, Ricardo (Eds.) *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España*, 159-180, Barcelona: Icaria
- EL CORREO (2016). “La negativa a sacar la gabarra desata la controversia”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/noticias/201606/06/aburto-cree-athletic-femenino-20160606143944.html?ref=https%3A%2F%2Fmail.google.com%2Fmail%2Fu%2F0%2F>. Última consulta: 15/04/2020.
- EL PAÍS (2003). “Los recuerdos de La Robla”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/diario/2003/05/08/paisvasco/1052422805_850215.html. Última consulta: 03/05/2020.
- EFE (2016). “Simeone: ‘La derrota es justa, no hay que buscar excusas’”. *El Correo*. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/bizkaia/deportes/futbol/liga-primera/201603/19/simeone-derrota-justa-buscar-20160319185509-rc.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>. Última consulta: 30/03/2020.
- EFE (2018a). “Clemente: ‘Por ley un vizcaíno debería estar en el Athletic e Iñigo lo es’”. *El Mundo*. Disponible en: <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/2018/02/09/5a7dfc04e5fdea4b6d8b464d.html>. Última consulta: 16/03/2020.
- EFE (2018b). “El Athletic ficha el rumano Cristian Ganea”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2018/01/15/actualidad/1516024281_468271.html. Última consulta: 19/04/2020.
- ELDIARIO.ES (2016). “Josu Urrutia carga contra los medios y la ‘clase política’ por la lluvia de críticas por no sacar la Gabarra”. *Eldiario.es*. Disponible en: https://www.eldiario.es/norte/euskadi/Athletic-Gabarra-futbol-femenino-Liga-medios-de-comunicacion_0_524248682.html. Última consulta: 15/04/2020.
- ESCARBAJAL DE HARO, Andrés, ESCARBAJAL FRUTOS, Andrés y GARCÍA MARTÍNEZ, Alfonso (2007). *La Interculturalidad. Desafío para la educación*. Madrid: Dykinson.
- ESPINA BARRIO, Ángel Baldomero (2006). *Conocimiento local, comunicación e interculturalidad*. Recife: Massangana

- ESTOMBA ETXEPARE, Fernando (2007). *Deporte, política y sociedad en Vizcaya: afición y espectáculo en la Segunda República y la Guerra Civil*. Tesis doctoral. Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea
- EUSKALETXEAK (2020). “Centros vascos”. *Euskaletxeak*. Disponible en: https://www.euskaletxeak.eus/index.php?option=com_content&task=view&id=140&Itemid=191. Última consulta: 02/04/2020.
- EUSKALKULTURA (2014). “Arrecifes recibió con un aurreku al internacional argentino Pablo Zabaleta, miembro del centro vasco”. *Euskalkultura*. Disponible en: <https://www.euskalkultura.eus/espanol/noticias/arrecifes-recibio-con-un-aurreku-al-internacional-argentino-pablo-zabaleta-miembro-del-centro-vasco?p=291>. Última consulta: 14/04/2020.
- FARRED, Grant (2008). *Long Distance Love. A Passion for Football*. Philadelphia: Temple University Press
- FEIXA, Carles (2003). “Un antropólogo en el fútbol”. En MEDINA, Francisco X. y SÁNCHEZ, Ricardo (eds.) *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España*, 73-102, Barcelona: Icaria
- FOER, Franklin (2004). *How Soccer Explains the World. An Unlikely Theory of Globalization*. Nueva York: Harper Collins
- GALEANO, Eduardo (2015 [1995]). *El fútbol a sol y sombra*. Madrid: Siglo XXI
- GARDINER, Simon y WELCH, Roger (2011). “Bosman – There and Back Again: The Legitimacy of Playing Quotas under European Union Sports Policy”. *European Law Journal*, 17(6), 828-849
- GAY DE LIÉBANA, José María (2012). *España se escribe con E de endeudamiento. Radiografía de un país abocado al abismo*. Barcelona: Ediciones Deusto
- GIL ARAÚJO, Sandra (2002). “Fútbol y migraciones. La sentencia Bosman en el proceso de construcción de la Europa comunitaria (Crónicas desde España)”. *Migraciones internacionales*, julio-diciembre, 1(3), 55-78
- GIMÉNEZ, Gilberto (1997). “Materiales para una teoría de las identidades sociales”. *Frontera norte*, 9(18), julio-diciembre, 9-28

- GIOVIO, Eleonora (2019). “El Real Madrid se sube a la gran ola del fútbol femenino”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2019/06/22/actualidad/1561190913_899457.html.
Última consulta: 05/05/2020.
- GIULIANOTTI, Richard (1999). *Football. A Sociology of the Global Game*. Cambridge: Polity Press
- GIULIANOTTI, Richard y ROBERTSON, Roland (2007). “Recovering the social: globalization, football and transnationalism”. *Global Networks*, 7(2), 144-186
- GOIKOTXETA, Julián (2020). “El día en el que Miguel Jones, fallecido por coronavirus, sí jugó con el Athletic”. *Deia*. Disponible en: <https://www.deia.eus/deportes/futbol/2020/04/09/dia-jones-jugo-athletic/1030479.html>. Última consulta: 01/05/2020.
- GÓMEZ-PELLÓN, Eloy y MACHA, Premysl (2014). *Masks of Identity: Representing and Performing Otherness in Latin America*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing
- GONZÁLEZ, Enric (2008). “La escuela italiana”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 176-184, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- GONZÁLEZ-FUENTE, Iñigo (2005). “La Euskadi electoral: una representación de identidades en conflicto”. En ESPINA BARRIO, Ángel Baldomero (Dir.) *Conflicto y cooperación. Antropología en Castilla y León e Iberoamérica, VII*, 279-291, Salamanca: Diputación de Salamanca
- GONZÁLEZ PORTILLA, Manuel y GARCÍA ABAD, Rocío (2006). “Migraciones interiores y migraciones en familia durante el ciclo industrial moderno. El área metropolitana de la ría de Bilbao”. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 10(218).
- GONZÁLEZ RAMALLAL, Manuel Eduardo (2014). “Prensa deportiva e identidad nacional: España en el Mundial de fútbol de Sudáfrica 2010”. *Política y sociedad*, 54(2), 337-366

- GONZÁLEZ RAMALLAL, Manuel Eduardo (2008). “La identidad contada: la información deportiva en torno a la selección española de fútbol”. *Universitas humanística*, 66, julio-diciembre, 219-238
- GONZÁLEZ SAN MARTÍN, Miguel (2008). *Crónicas del Athletic. Los años funámbulos 2005-2008*. Bilbao: BBK
- GOROSPE, Pedro (2018). “La cadena por el derecho a decidir de Euskadi une a más de 175.000 vascos”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/politica/2018/06/10/actualidad/1528628031_167366.html. Última consulta: 01/05/2020.
- GROVES, Mark (2011). “Resisting the globalization, standardization and rationalization of football: my journey to Bilbao”. *Soccer & Society*, 12(2), 265-278
- GUENAGA, Aitor (2016). “Ningún medio de comunicación va a la rueda de prensa del Athletic femenino, líder de la Liga”. *Eldiario.es*. Disponible en: https://www.eldiario.es/norte/euskadi/medios_de_comunicacion-prensa-Athletic-femenino-Liga-invisibilizacion_0_520747959.html. Última consulta: 16/04/2020.
- GUTIÉRREZ-CHICO, Fernando (2017). “Identities at Play: Non-Basque Supporters’ Reflections on Athletic Bilbao’s Basque-Only Signing Philosophy”. *Studia Iberica et Americana*, 4, 101-118
- GUTIÉRREZ-CHICO, Fernando (2018). “Entre Asensios y Diarras: el Athletic Bilbao y la construcción de identidades”. *Revista Latina de Sociología*, 8(3), 160-171
- GUTTMANN, Allen (2004 [1978]). *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York: Columbia University Press
- GYÓRI SZABÓ, Robert (2013). “Basque identity and soccer”. *Soccer & Society*, 14(4), 525-547
- HARRIS, Marvin (2011 [1983]). *Antropología cultural*. Madrid: Alianza
- HERRÁN, Alfonso (2018). “El sueño del león rumano”. *As*. Disponible en: https://as.com/futbol/2018/01/16/primera/1516141843_332309.html?autoplay=1. Última consulta: 19/04/2020.

- HOBBSAWM, Eric J. (1992). *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona: Editorial Crítica
- HORNBY, Nick (2008 [1992]). *Fiebre en las gradas*. Barcelona: Anagrama
- HUIZINGA, Johan (1972 [1938]). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza
- IGARTUA, Juan José y HUMANES, María Luisa (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis
- INE (2019a). “Bizkaia. Población por municipios y sexo”. *Instituto Nacional de Estadística*. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2905#!tabs-tabla>. Última consulta: 22/04/2020.
- INE (2019b). “Población por capitales de provincia y sexo. (2911)”. *Instituto Nacional de Estadística*. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2911#!tabs-tabla>. Última consulta: 22/04/2020.
- INE (2019c). “Población por comunidades y ciudades autónomas y sexo. (2853)”. *Instituto Nacional de Estadística*. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2853#!tabs-tabla>. Última consulta: 22/04/2020.
- INE (2019d). “Población por provincias y sexo. (2852)”. *Instituto Nacional de Estadística*. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2852#!tabs-tabla>. Última consulta: 22/04/2020.
- JERAM, Sanjay (2013). “Immigrants and the Basque nation: diversity as a new marker of identity”. *Ethnic and Racial Studies*, 36(11), 1770-1788
- JERAM, Sanjay (2015). “Looking forward into the past: Partido Nacionalista Vasco and the immigrant question in the Basque Country”. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 42(8), 1-14
- KUPER, Simon (2006) [1994]. *Soccer Against the Enemy. How the World's Most Popular Sport Starts and Stops Wars, Fuels Revolutions, and Keeps Dictators in Power*. New York: Nation Books

- KUPER, Simon (2012). *Ajax, the Dutch, the War. The Strange Tale of Soccer During Europe's Darkest Hour*. Nueva York: Nations Book.
- KUPER, Simon y SZYMANSKI, Stefan (2014). *Soccernomics. Why Spain, Germany and Brazil Win, and Why the USA, Japan, Australia –and Even Iraq- Are Destined To Become the Kings of the World's Most Popular Sport*. Londres: HarperCollins
- LA VANGUARDIA (2017). “El Athletic defiende a sus canteranos negros de un ataque xenófobo”. *El País*. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/deportes/20171015/432109009160/athletic-club-canteranos-negros-ataque-xenofobo.html>. Última consulta: 04/05/2020.
- LANCEROS, Patxi (2008). “Los lenguajes del fútbol”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 43-58, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- LAPIERRE, Jean-William (1984). “L’identité collective, objet paradoxal: d’où nous vient-il?”. *Recherches sociologiques*, 15(2-3), 195-206
- LERTXUNDI, José Julián (2017). “Riojanos en el Athletic: ¿Son futuribles?”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/riojanos-athletic-futuribles-20171108193137-nt.html>. Última consulta: 02/02/2020.
- LLOPIS-GOIG, Ramón (2008). “Identity, nation-state and football in Spain. The evolution of nationalist feelings in Spanish football”. *Soccer & Society*, 9(1), 56-63
- LLOPIS-GOIG, Ramón (2013). “Identificación con clubes y cultura futbolística en España. Una aproximación sociológica”. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 9(33), 236-251
- LLOPIS-GOIG, Ramón (2018). “Prácticas e identificaciones transnacionales en el fútbol europeo: un estudio referido a nueve países”. *Revista de Humanidades*, 34, 155-172
- LLOPIS-GOIG, Ramón y FLORES, Helena (2017). “La creación de peñas de mujeres: ¿Un desafío a la configuración del sistema sexo/género en el fútbol español?”. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 12(3), septiembre-diciembre, 411-433.

- MACCLANCY, Jeremy (2003). “Nacionalismo en juego: los vascos de Vizcaya y el Athletic Club de Bilbao”. En MEDINA, Francisco X. y SÁNCHEZ, Ricardo (eds.) *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España*, 137-158, Barcelona: Icaria
- MACCLANCY, Jeremy (2007). *Expressing identities in the Basque arena*. Oxford: James Currey
- MALLO, Juanma (2017). “Rumano, criado en Basauri y aspirante a jugador del Athletic”. *El Correo*. Disponible en: https://athletic.elcorreo.com/rumano-criado-basauri-20171113014401-nt.html#ns_campaign=gs-ms&ns_mchannel=elcorreo&ns_source=tw&ns_linkname=ltl. Última consulta: 19/04/2020.
- MARCÉN, Miriam (2016). “The Bosman ruling and the presence of native football players in their home league: the Spanish case”. *European Journal of Law and Economics*, 42, 209-235
- MEDINA, Francisco X. (2003). “Etnicidad y nuevos rituales deportivos urbanos: la korrikursa de Barcelona”. En MEDINA, Francisco X. y SÁNCHEZ, Ricardo (Eds.) *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España*, 121-136, Barcelona: Icaria
- MEDINA, Francisco X. y SÁNCHEZ, Ricardo (2003). “Introducción. Hacia una antropología del deporte en España”. En MEDINA, Francisco X. y SÁNCHEZ, Ricardo (Eds.) *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España*, 11-30, Barcelona: Icaria
- MOÑINO, Ladislao (2019). “Los clubes se rebelan contra la prohibición de la Federación de jugar los lunes y los viernes”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2019/07/31/actualidad/1564600669_270855.html. Última consulta: 30/03/2020.
- MURAKAMI, Haruki (2015). *Hombres sin mujeres*. Barcelona: Tusquets
- NEGRE, Javier (2015). “La campaña de desprestigio contra nuestro hijo Iker la monta Florentino en 2010”. *El Mundo*. Disponible en: <http://www.elmundo.es/cronica/2015/07/12/55a0e10be2704e9d688b456f.html>. Última consulta: 12/04/2020.

- OBSERVATORIO VASCO DE LA INMIGRACIÓN – IKUSPEGI (2019a). “Población de origen extranjero en Bizkaia por país de origen y sexo. Año 2019”. *Ikuspegi*. Disponible en: <https://www.ikuspegi.eus/es/estadisticas/estadisticas.php>. Última consulta: 05/04/2020.
- OBSERVATORIO VASCO DE LA INMIGRACIÓN – IKUSPEGI (2019b). “Población de origen extranjero en la CAE por país de origen según sexo. Año 2019”. *Ikuspegi*. Disponible en: <https://www.ikuspegi.eus/es/estadisticas/estadisticas.php>. Última consulta: 05/04/2020.
- OIARZABAL, Pedro J. (2017). “The contested transnational mirror of the Basque country”. En KOLAS, Ashild e IBARRA GÜELL, Pedro (eds.) *Sovereignty Revisited. The Basque Case*, 86-104, New York: Routledge
- OPPENHUISEN, Joke y VAN ZONEN, Liesbet (2006). “Supporters or Customers? Fandom, Marketing and the Political Economy of Dutch Football”. *Soccer & Society*, 7(1), 62-75
- ORTIZ DE LAZCANO, Javier (2018a). “El viaje que inició Adina en 2004 acaba con su hijo en el Athletic”. *El Correo*. Disponible en: <https://athletic.elcorreo.com/adina-inicio-sueno-20180124134106-nt.html>. Última consulta: 19/04/2020.
- ORTIZ DE LAZCANO, Javier (2018b). “Una treintena de canteranos vizcaínos han fichado en los últimos años por clubes de Primera”. *El Correo*. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/deportes/futbol/treintena-canteranos-vizcainos-20180607224307-nt.html>. Última consulta: 17/03/2020.
- PEÑA GAINZA DE MINGLANILLA (2015). *Nuestras peñas. La verdadera fuerza del león*. Bilbao: Innovamk
- PORTELA, Edurne (2017). *Mejor la ausencia*. Barcelona: Galaxia Gutenberg
- PULLEIRO MÉNDEZ, Carlos (2015). “Fútbol y política: reflexiones de una relación compleja a través del festival de cine Thinking Football”. *Materiales para la Historia del Deporte*, 13, 37-46

- QUIROGA FERNÁNDEZ DE SOTO, Alejandro (2014a). *Goles y banderas. Fútbol e identidades nacionales en España*. Madrid: Marcial Pons
- QUIROGA FERNÁNDEZ DE SOTO, Alejandro (2014b). “The three spheres. A theoretical model of mass nationalisation: the case of Spain”. *Nations and Nationalism*, 20(4), 683-700
- QUIROGA FERNÁNDEZ DE SOTO, Alejandro (2019). “Así también se hace patria. Fútbol y franquismo en Cataluña y el País Vasco (1939-1977)”. *Hispania Nova*, 17, pp. 269-302
- RAENTO, Pauliina y WATSON, Cameron J. (2000). “Gernika, Guernica, Guernica? Contested meanings of a Basque place”. *Political Geography*, 19, 707-736
- RAMÍREZ GOICOECHEA, Eugenia (1984). “Cuadrillas en el País Vasco. Identidad local y revitalización étnica”. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociales*, 25, 213-222
- RAMONET, Ignacio (1999). “Un hecho social total”. En SEGUROLA, Santiago (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*, 11-18, Madrid: Debate
- REGUERA, Galder (2008). “La identidad de los clubes de fútbol”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 67-87, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- REGUERA, Galder y OLABARRI, David (2008). “Fútbol y globalización”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (Eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 88-105, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- RELAÑO, Alfredo (2013). “Jesús Garay, el hombre que fue ‘tribuna’”. *El País*. Disponible en: <https://blogs.elpais.com/memorias-blanco-negro/2013/12/jes%C3%BAs-garay-el-hombre-que-fue-tribuna.html>. Última consulta: 10/03/2020.
- RENO RENARDO [ElRenoRenardo] (2014). “No lo llames el Bilbao, llámalo Athletic”. *Youtube*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Hh8nHCTbyXI>

- REVIRIEGO, José Mari (2017). “Bilbao Ría 2000: La sociedad que acabó con las trincheras”. *El Correo*. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/bizkaia/bilbao-2000-sociedad-20171119161741-nt.html>. Última consulta: 20/03/2020.
- RÍO, Endika (2020). “La fiesta no debe estar por delante del fútbol”. *Mundo Deportivo*. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/athletic-bilbao/20200110/472799311219/athletic-barca-femenino-san-mames-ambiente.html>. Última consulta: 15/04/2020.
- RIVAS, Jon (2020). “El Athletic, el club más saneado ante la recesión”. *El País*. Disponible en: <https://elpais.com/deportes/2020-03-26/el-athletic-el-club-mas-saneado-ante-la-recesion.html>. Última consulta: 26/03/2020.
- RODRIGÁLVAREZ, Eduardo (1995). “El Athletic renueva a Guerrero hasta el 2007”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/diario/1995/01/28/deportes/791247607_850215.html. Última consulta: 02/05/2020.
- RODRIGÁLVAREZ, Eduardo (2014). *Un soviético en la Catedral*. Madrid: Libros del KO
- RODRIGÁLVAREZ, Eduardo (2017). “¿Quién puede jugar en el Athletic? El caso Diarra agita la filosofía del club”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/deportes/2017/07/02/actualidad/1499011376_333466.html. Última consulta: 02/02/2020.
- ROJO-LABAIEN, Ekain (2013). “The Media and the Construction of National Identities in Basque Football: Basques and Catalans Booming the Spanish Anthem in the 2009 Cup Championship Final”. *The International Journal of Sport and Society*, 3, 31-42
- ROSSANO, Marco (2018). “La (ri)scoperta dell’identità attraverso il calcio: l’onda azzurra, il caso dei tifosi del Napoli che vivono in Europa”. *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences*, 1, 39-54
- SÁNCHEZ MELADO, Jesús (2006). *Crisis de la minería del carbón y transformación del espacio: el caso de las cuencas orientales leonesas*. Tesis doctoral. Universidad de Valladolid

- SANDVOSS, Cornel (2003). *A Game of Two Halves. Football, Television and Globalization*. London: Routledge
- SCHAFFHAUSER, Philippe (2009). “El fútbol profesional como guión: apuntes para estudiar la relación migración-identidad”. *Razón y palabra*, 14(69), 1-11
- SEASKA (2020). “Présentation des ikastola”. *Seaska*. Disponible en: <https://www.seaska.eus/fr/presentation-ikastola-seaska>. Última consulta: 01/05/2020.
- SEGUROLA, Santiago (1995). “Julen Guerrero rechaza una oferta del Madrid y seguirá en el Athletic”. *El País*. Disponible en: https://elpais.com/diario/1995/06/24/deportes/803944803_850215.html. Última consulta: 02/05/2020.
- SEGUROLA, Santiago (2008). “La Ley Bosman y el Athletic”. En V. SOLAR, Luis y REGUERA, Galder (Eds.) *Cultura(s) del fútbol*, 185-189, Vitoria-Gasteiz: Bassarai
- SELECCIÓN ESPAÑOLA (2015). “Nacimiento, auge y final del término Furia española”. *Sefutbol*. Disponible en: <https://www.sefutbol.com/nacimiento-auge-y-final-del-termino-furia-espanola>. Última consulta: 02/05/2020.
- SHULMAN, Jonathan (2004). “The last genuine local team: Athletic Bilbao surviving in the Spanish league”. *Dialogues@RU*, 3, 57-71
- SPAAIJ, Ramón y VIÑAS, Carles (2013). “Political ideology and activism in football fan culture in Spain: a view from the far left”. *Soccer & Society*, 14(2), 183-200
- TEIXEIRA, Rosana da Câmara (2018). “A Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil na arena pública: desafios de um movimento coletivo”. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, 30, 111-128
- TOTORICAGÜEÑA, Gloria (2004). *Identity, Culture and Politics in the Basque Diaspora*. Reno: University of Nevada Press
- TOTORICAGÜEÑA, Gloria (2005). *Basque Diaspora: migration and transnational identity*. Nevada: Center for Basque Studies, University of Nevada

- TSAVKKO GARCÍA, Raphael (2016). “The Basque Diaspora in Latin America: Euskal Etxeak, Integration, and Tensions”. *European Diversity and Autonomy Papers – EDAP*, 01/2016 6-25
- TUÑÓN, Jorge y BREY, Elisa (2012). “Sports and Politics in Spain – Football and Nationalist Attitudes Within the Basque Country and Catalonia”. *European Journal for Sport and Society*, 9(1+2), 7-32
- UEFA (2017). “Protegiendo el juego”. *UEFA*. Disponible en: <http://es.uefa.com/insideuefa/protecting-the-game/protection-young-players/index.html>. Última consulta: 05/04/2020.
- UGALDE, Iñaki (2018). “Lezama y sus Asterix contra los majaretas”. *Mundo Deportivo*. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/athletic-bilbao/20180127/44323129496/athletic-laporte-asterix-y-obelix-lezama-manchester-city-guardiola-kepa-arribabalaga-real-madrid.html>. Última consulta: 19/03/2020.
- UGALDE, Iñaki (2020). “Williams, ‘Basque panther’ en Francia”. *Mundo Deportivo*. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/athletic-bilbao/20200220/473663469401/athletic-club-bilbao-inaki-williams-basque-panther-so-foot-nico-aquiles-fortune.html>. Última consulta: 19/04/2020.
- UNZUETA, Patxo (1999). “Fútbol y nacionalismo vasco”. En SEGUROLA, Santiago (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*, 147-168, Madrid: Debate
- URIBE, Kirmen (2009). *Bilbao – New York – Bilbao*. Barcelona: Seix Barral
- VACZI, Mariann (2011). “Subversive pleasures, losing games: Basque soccer madness”. *South African Review of Sociology*, 42(1), 21-36
- VACZI, Mariann (2013a). “Bilbao Catch-22: Passions and double binds in soccer madness”. *Sport in Society*, 17(2), 190-203
- VACZI, Mariann (2013b). “‘The Spanish Fury’: A political geography of soccer in Spain”. *International Review for the Sociology of Sport*, 0(0), 1-15
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel (2005). *Fútbol. Una religión en busca de un Dios*. Barcelona: Debate

- VELASCO, Juanma (2018). “El Athletic, uno más en la jungla”. *Marca*. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/athletic/2018/06/07/5b19593fe5fdea62628b45f4.html>. Última consulta: 20/03/2020.
- VERDÚ, Vicente (1980). *El fútbol. Mitos, ritos y símbolos*. Madrid: Alianza
- VILLENA FIENGO, Sergio (2003a). “El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos”. En ALABARCES, Pablo (Ed.) *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, 21-35, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
- VILLENA FIENGO, Sergio (2003b). “Gol-balización, identidades nacionales y fútbol”. En ALABARCES, Pablo (Ed.) *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, 257-271, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
- VIÑAS, Sergio (2018). “El Athletic y el nacionalismo, un matrimonio de conveniencia”. *El Mundo*. Disponible en: <https://www.elmundo.es/pais-vasco/2018/06/17/5b254d36468aebfc158b45db.html> Última consulta: 01/03/2020.
- VIÑAS, Sergio (2019). “2.000 millones en juego con el conflicto de los horarios del fútbol”. *El Mundo*. Disponible en: <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/primera-division/2019/08/07/5d49da08fdddffac868b4648.html>. Última consulta: 30/03/2020.
- WALTON, John K. (2011). “Sport and the Basques: Constructed and Contested Identities, 1876-1936”. *Journal of Historical Sociology*, 24(4), 451-471
- WANN, Daniel L. y GOEKE, Mary E. (2017). “Relationships Among Dysfunctional Fandom, Sport Fandom, Team Identification and Perceptions of Sport and War Terminology”. *Journal of Sport Behavior*, 40(2), 231-243
- WASEN FRAGA, Gerson (2014). *Uma triste história de futebol no Brasil: o maracanaço. Nacionalidade, futebol e imprensa na Copa do Mundo de 1950*. Passo Fundo: Méritos

- WOODYATHLETIC [WoodyAthletic.net] (2014) “Athletic Bilbao – Emotivo vídeo de José Irigorri presentado a la Asamblea del Athletic”. *Youtube*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=DauL17BDRx8>
- ZABALA, Carlos (2018). “Diez jugadores vizcaínos en el once del Athletic”. *Mundo Deportivo*. Disponible en: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/athletic-bilbao/20180204/44544740273/athletic-girona-montilivi-ziganda.html>. Última consulta: 15/03/2020.
- ZABALO BILBAO, Julen y ODRIOZOLA IRIZAR, Onintza (2017). “The Importance of Historical Context: A New Discourse on the Nation in Basque Nationalism?”. *Nationalism and Ethnic Politics*, 23, 134-154
- ZÁKRAVSKÝ, Jiri (2016). “Basque National Football Team as a Political Tool. One Hundred Years Old Project and Its Changes (1915-2014)”. *Sport Science Review*, 25(1-2), 5-28
- ZUBRZYCKI, Geneviève (2002). “The Classical Opposition Between Civil and Ethnic Models of Nationhood: Ideology, Empirical Reality and Social Scientific Analysis”. *Polish Sociological Review*, 3, 275-295

ANEXOS

Anexo 1 – Cuadro con variables sociodemográficas de los aficionados del Athletic Bilbao entrevistados

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS AFICIONADOS ENTREVISTADOS			
NOMBRE	EDAD	SEXO	ORIGEN
Endika	58	Varón	Bizkaia
Leire	52	Mujer	Bizkaia
Felipe	47	Varón	Castilla y León
Manolo	58	Varón	Castilla y León
Olga	38	Mujer	Castilla y León
Josu	49	Varón	Bizkaia
Aritz	53	Varón	Bizkaia
Fermín	58	Varón	Castilla y León
Pablo	61	Varón	Castilla y León
Unai	58	Varón	Bizkaia
Alicia	42	Mujer	Castilla y León
Susana	51	Mujer	Castilla y León
Mikel	52	Varón	Bizkaia
Gaizka	50	Varón	Bizkaia
Raúl	57	Varón	Castilla y León
Guillermo	50	Varón	Castilla y León
Marcelo	59	Varón	Castilla y León
Ernesto	41	Varón	Castilla y León
Cristina	53	Mujer	Castilla y León
David	43	Varón	Castilla y León
Nekane	28	Mujer	Bizkaia
Joseba	51	Varón	Bizkaia
Pepe	52	Varón	Castilla y León
Joaquín	35	Varón	Castilla y León
Andoni	31	Varón	Bizkaia

Cuadro 9 | Variables sociodemográficas de los hinchas entrevistados | Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas

Anexo 2 – Guion de entrevistas semiestructuradas

- a) Fecha de nacimiento:
- b) Nacionalidad(es):
- c) Lugar de nacimiento:
- d) Lugar de residencia:
- e) Nacionalidad de la familia de origen:
- f) Lugar de nacimiento de la familia de origen:
- g) Lugar de residencia de la familia de origen:
- h) Situación laboral (profesión):

1. Voy a empezar preguntándole por cuestiones de política actual. Como sabe, el PNV y el PP llegaron a un acuerdo para aprobar los Presupuestos Generales del Estado. Sin embargo, semanas después el PNV apoyaba una moción de censura del PSOE para acabar con el gobierno del PP ¿Qué opinión tiene al respecto?

2. ¿Qué opina acerca de que Unidos Podemos sea la primera fuerza política en Euskadi?

3. Como sabe, un país como el Reino Unido tiene cuatro selecciones de fútbol reconocidas oficialmente (Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte). ¿Qué opina sobre una posible oficialización de la selección vasca?

4. Si usted va al extranjero y le preguntan de dónde es, ¿qué respondería?

5. ¿Cómo y por qué se hizo usted aficionado del Athletic Club?

6. ¿Cómo define usted la filosofía del Athletic Club?

7. ¿Qué opinaría si el equipo de su ciudad jugase únicamente con gente de su región?

8. De las dos opciones que le indico a continuación, ¿cuál elegiría y por qué? [A) Athletic en 2ª con la filosofía actual; B) Athletic campeón de la Champions sin la filosofía actual]

9. De las dos opciones que le indico a continuación, ¿cuál elegiría y por qué? [A) Athletic en 2ª con el 100% de canteranos, pero ninguno vasco; B) Athletic campeón de la Champions con todo vascos, pero ningún canterano]

10. ¿Qué le parecería que la plantilla del Athletic estuviese conformada solo de jugadores vascos, pero sin ningún vizcaíno?

11. ¿Tiene familia en el País Vasco?

12. ¿Qué territorios componen, para usted, el País Vasco?

13. Póngase en la siguiente situación: última jornada de Liga y se juegan el descenso un equipo vasco (no el Athletic) y uno de su comunidad. ¿Quién prefiere que se salve? ¿Por qué?
14. Póngase en la siguiente situación: última jornada de liga, el Athletic no se juega ya nada, pero su rival sí. ¿Con cuáles de las siguientes situaciones estaría de acuerdo?
- El Athletic gana y desciende un equipo vasco
 - El Athletic pierde y se salva un equipo vasco
 - El Athletic gana y un equipo vasco no gana la Liga,
 - El Athletic pierde y un equipo vasco gana Liga,
 - El Athletic gana y desciende un equipo de su (ciudad/provincia de nacimiento o residencia)
 - El Athletic pierde y se salva un equipo de su (ciudad/provincia de nacimiento o residencia)
 - El Athletic gana y un equipo de su (ciudad/provincia de nacimiento o residencia) no gana Liga,
 - El Athletic pierde y un equipo de su (ciudad/provincia de nacimiento o residencia) gana Liga.
15. En el hipotético caso de que el Bilbao Athletic o cualquier equipo de la cantera del Athletic jugase contra un equipo de su territorio: ¿A quién apoyaría y por qué?
16. ¿Sería capaz de dar a luz a su descendencia en el País Vasco para que pueda jugar en el Athletic Club?
17. Usted antes me ha dicho que el País Vasco lo forman ... ¿Cómo ha influido su afición al Athletic Club con esta visión?
18. De las dos opciones que le indico a continuación, ¿cuál elegiría y por qué? [A) Athletic en 2ª con entrenador vasco; B) Athletic campeón de la Champions con entrenador extranjero]
19. En el hipotético caso de que el Athletic decidiera comunicarse solo en euskera, ¿qué opinaría?
20. ¿Se sabe usted el himno del Athletic?
21. ¿Qué piensa acerca de que el himno del Athletic esté solo en euskera?
22. ¿Estaría a favor de que los hijos de vascos nacidos fuera del País Vasco pueden jugar en el Athletic? ¿Por qué?
23. ¿Qué opina del fichaje de Cristian Ganea, rumano formado en clubes vizcaínos?
24. Recientemente el Athletic fichó a un joven de Malí, de 17 años, para su filial de Tercera división. ¿Considera usted que entra en la filosofía? ¿Por qué?
25. ¿Considera que Aymeric Laporte entraba en la filosofía del Athletic?

26. Para usted, ¿entran en la filosofía aquellos jugadores nacidos en Treviño y Valle de Villaverde, enclaves pertenecientes a Burgos y Cantabria pero ubicados dentro de los límites territoriales de la C.A.V.?
27. ¿Qué opina acerca de que los niños riojanos de la escuela de Oion no puedan jugar en el Athletic?
28. ¿Cree que Marco Asensio, nacido en Mallorca e hijo de vasco, puede jugar en el Athletic?
29. Como sabe, haberse formado futbolísticamente en PV, Navarra o PV francés sería suficiente para jugar en el Athletic. Según usted, ¿qué edades comprendería el período formativo?
30. Según usted, ¿es canterano una persona que solo ha estado en el Bilbao Athletic/Athletic Fémimas “B”?
31. De las dos opciones que le indico a continuación ¿cuál expresa mejor, para usted, el propósito de Lezama: [A) Formar jugadores para venderlos y poder traer a los mejores jugadores vascos; B) Formar jugadores para que sean quienes representen al equipo?
32. De las dos opciones que le indico a continuación, ¿cuál elegiría y por qué? [A) La selección vasca se oficializa y, por tanto, puede competir en previas de Europeos y Mundiales e incluso enfrentarse a la Roja; B) España gana un Mundial]
33. De las dos opciones que le indico a continuación, ¿cuál elegiría y por qué? [A) España gana un Mundial; B) el Athletic la Liga/Copa/Europa League]
34. Póngase en la siguiente situación: una semana antes del partido más trascendental de la temporada para el Athletic, la selección vasca convoca a varios jugadores rojiblancos. ¿Qué opinión le merecería?
35. Póngase en la siguiente situación: una semana antes del partido más trascendental de la temporada para el Athletic, la selección española convoca a varios jugadores rojiblancos. ¿Qué opinión le merecería?
36. Hoy se habla tanto de identidades y nacionalidades, ¿usted qué se siente?
37. Ahora que es noticia el asunto de la independencia de Cataluña, ¿cuál sería su relación con el club si en un hipotético referéndum por la autodeterminación del País Vasco el Athletic se pronunciara a favor?
38. A la hora de renovar/fichar a un jugador, ¿qué factores se deberían primar?
39. En los últimos años se han producido salidas o procesos de renovación bastante complicados. ¿Qué grado de molestia le ha supuesto cada uno de los siguientes casos y por qué?
- A) Fernando Llorente
B) Javi Martínez
C) Ander Herrera
D) Fernando Amorebieta
E) Aymeric Laporte

F) Kepa Arrizabalaga

40. ¿Está a favor de la publicidad en la camiseta?
41. ¿Qué opina ante un hipotético cambio de nombre del estadio por el de una marca comercial?
42. ¿Qué opina ante una hipotética conversión en S.A.D.?
43. ¿Podría decirme el nombre de tres jugadoras del Athletic Femenino?
44. Póngase en la siguiente situación: juegan a la vez el Athletic masculino (partido sin relevancia) y el Athletic femenino (partido con relevancia). ¿Cuál vería y por qué?
45. ¿Qué opinaría si el Athletic terminase con su filosofía únicamente en el equipo femenino?
46. ¿Qué le parece que un hombre entrene al primer equipo femenino?
47. ¿Qué le parecería que una mujer entrenase al primer equipo masculino?
48. ¿Qué opina acerca de que no se sacase la gabarra para celebrar el título de Liga conseguido por el Athletic femenino en la temporada 2015/2016?
49. Siendo 0 (muy irrelevante) y 10 (muy relevante). ¿Qué suponen en su vida?
 - A) Athletic
 - B) El equipo de su ciudad
 - C) Selección nacional
50. Para ir finalizando, y teniendo en cuenta todo lo hablado hasta ahora, ¿qué denominación territorial sería para usted indudablemente sinónimo del Athletic?
51. Si le dieran la oportunidad, ¿qué cambiaría de la filosofía del Athletic Club?
52. ¿Alguna vez ha pensado de forma seria en cambiarse de equipo?

Anexo 3 - Término de Consentimiento Libre, Previo e Informado (TCPLI)

Yo, Fernando Gutiérrez Chico, responsable de la investigación titulada “*Vencer menos para ganar más*”. *Singularidad deportiva, vínculo territorial y transversalidad de la identidad a través de hinchas del Athletic Bilbao*, le hago la siguiente invitación para participar como voluntario en este estudio.

Esta investigación pretende analizar el uso del deporte como herramienta en la construcción de identidades vinculadas a determinados territorios. Para ello se divide el estudio en dos partes: 1) continuidades y transformaciones de la filosofía del Athletic Bilbao a lo largo del tiempo y 2) motivaciones de los aficionados del Athletic Bilbao para identificarse con la institución rojiblanca.

Consideramos, por tanto, que esta investigación contribuye al desarrollo del conocimiento sobre los efectos sociales del deporte.

Para su realización se llevarán a cabo, entre otras técnicas, entrevistas en profundidad y cuestionarios con el fin de tomar datos para su posterior análisis. Constarán de preguntas objetivas, aunque informales, a los seguidores del conjunto vizcaíno.

Los beneficios que esperamos con el estudio son profundizar en la comprensión de las razones que llevan a personas de diferentes orígenes, edad y sexo a identificarse con un determinado equipo de fútbol y, por lo tanto, el empleo del deporte como mecanismo de generación de identidades asociadas a territorios.

Es importante aclarar que durante todo el período de la investigación usted tiene derecho a consultar cualquier duda o pedir cualquier aclaración. Para ello, basta con contactar con el investigador.

Usted tiene garantizado el derecho a no participar o a retirar su permiso, si así lo considera oportuno, sin ningún tipo de perjuicio o reticencia por su decisión (voluntariedad).

La información de esta investigación será confidencial y será divulgada solo en eventos o publicaciones científicas, sin identificar a los voluntarios (usted), asegurando el sigilo de su participación (confidencialidad). También se utilizarán imágenes como parte del estudio en las mesas de presentación del proyecto.

Los gastos necesarios para su participación en la investigación serán asumidos por los investigadores. Queda también garantizada la indemnización en caso de daños justificados por la participación en la investigación, conforme a decisión judicial o extrajudicial.

DATOS DEL INVESTIGADOR:

Nombre: **Fernando Gutiérrez Chico**

Teléfono: XXX.XX.XX.XX

E-mail: xxxx@xxx.xxx

Firma del responsable de la obtención del TCLPI

Anexo 4 - Término de Consentimiento Libre, Previo e Informado (TCPLI)

Autorización:

Yo, _____, después de la lectura (o la escucha de la lectura) de este documento y haber tenido la oportunidad de conversar con el investigador responsable, para aclarar todas mis dudas, creo estar suficientemente informado, quedando claro que mi participación es voluntaria y que puedo retirar este consentimiento en cualquier momento sin perjuicio o pérdida de cualquier beneficio. Estoy informado también de los objetivos de la investigación, de los procedimientos a los que seré sometido, de los posibles daños o riesgos provenientes y de la garantía de confidencialidad y esclarecimiento. Mediante lo expuesto, expreso mi voluntad de participar en este estudio.

Firma del voluntario o de su representante legal

Declaro que he obtenido de forma apropiada y voluntaria el Consentimiento Libre, Previo e Informado de este voluntario (o de su representante legal) para la participación en este estudio.

Firma del responsable por la obtención del CLPI

Datos del investigador:

Nombre: **Fernando Gutiérrez Chico**

Teléfono: XXX.XX.XX.XX

Correo electrónico: xxxx@xxx.xxx

Anexo 5 – Listado de peñas del Athletic Bilbao por provincia

PEÑAS DEL ATHLETIC BILBAO POR PROVINCIAS	
COMUNIDAD AUTÓNOMA y PROVINCIA	Nº PEÑAS
País Vasco	
Bizkaia	152
Gipuzkoa	16
Araba	9
Castilla y León	
Burgos	15
León	11
Palencia	5
Segovia	5
Ávila	3
Valladolid	2
Salamanca	1
Soria	1
Zamora	1
Comunidad Valenciana	
Alicante	23
Castellón	8
Valencia	6
Andalucía	
Jaén	10
Córdoba	7
Cádiz	5
Almería	4
Huelva	4
Málaga	2
Sevilla	2
Granada	1
Castilla-La Mancha	
Ciudad Real	12
Albacete	7
Cuenca	7
Toledo	7
Extremadura	
Badajoz	16
Cáceres	9
La Rioja	
La Rioja	18
Comunidad Foral de Navarra	
Navarra	17
Comunidad de Madrid	
Madrid	15

Región de Murcia	
Murcia	10
Cantabria	
Cantabria	8
Cataluña	
Barcelona	4
Girona	2
Tarragona	1
Galicia	
Lugo	5
Pontevedra	1
Ourense	1
Aragón	
Huesca	2
Teruel	2
Zaragoza	2
Islas Baleares	
Islas Baleares	4
Islas Canarias	
Santa Cruz de Tenerife	2
Las Palmas de Gran Canaria	1
Principado de Asturias	
Asturias	2
Ciudad Autónoma de Ceuta	
Ceuta	1
Extranjero	
Argentina	1
Estados Unidos	3
Reino Unido	1
Italia	1
México	1
Japón	1
Cuba	1
Colombia	1
Francia	3
Bélgica	1
Venezuela	1
TOTAL	465

Cuadro 10 | Listado de peñas del Athletic Bilbao por provincias | Fuente: Elaboración propia a partir de Athletic Club (2019a)

Anexo 6 – Listado completo de entrenadores de la primera plantilla masculina del Athletic Bilbao (1898-2020)

LISTADO DE ENTRENADORES DE LA PRIMERA PLANTILLA MASCULINA DEL ATHLETIC BILBAO (1898-2020)		
ENTRENADOR	TEMPORADA(S)	LUGAR DE NACIMIENTO
Mr. Shepherd	1910-1911	Reino Unido
William Barnes	1914-1916 / 1920-1921	Reino Unido
Mr. Burton	1921-1922	Reino Unido
Juan Arzuaga	1921-1922	País Vasco
Frederick Pentland	1922-1925 / 1929-1933	Reino Unido
Ralph Kirby	1925-1926	Reino Unido
Lippo Hertzka	1926-1928	Hungría
Máximo Royo	1925-1926 / 1928-1929	País Vasco
Patricio Caicedo	1933-1936	País Vasco
José María Olabarria	1935-1936	Madrid (criado en el País Vasco)
William Garbutt	1935-1936	Reino Unido
Perico Birichinaga	1938-1939	País Vasco
Roberto Etxebarria	1939-1940	País Vasco
Juan Urkizu	1940-1948	País Vasco
Henry John Bagge	1947-1949	Reino Unido
José Iraragorri	1949-1952	País Vasco
Antonio Barrios	1952-1954 / 1964-1965	País Vasco
Ferdinand Daucik	1954-1957	Austria-Hungría (hoy Eslovaquia)
Baltasar Albéniz	1957-1958	País Vasco
Martim Francisco	1958-1961	Brasil
Juan Antonio Ipiña	1960-1962	País Vasco
Ángel Zubieta	1962-1963	País Vasco
Juan Otxoantezana	1963-1964	País Vasco
Agustín “Piru” Gainza	1965-1969	País Vasco
Ronnie Allen	1969-1972	Reino Unido
Salvador Artigas	1971-1972	Cataluña
Milorad Pavic	1972-1974	Yugoslavia (hoy Serbia)
Rafael Iriondo	1968-1969 / 1974-1976	País Vasco
Koldo Aguirre	1976-1979	País Vasco
Helmut Senekowitsch	1979-1981	Austria
Iñaki Sáez	1980-1981 / 1985-1986 / 1990-1992	País Vasco
Javier Clemente	1981-1986 / 1990-1991 / 2005-2006	País Vasco
José Ángel “Txopo” Iribar	1986-1987	País Vasco
Howard Kendall	1987-1990	Reino Unido
Txetxu Rojo	1989-1990 / 2000-2001	País Vasco

Jesús Aranguren	1991-1992	País Vasco
Jupp Heynckes	1992-1994 / 2001-2003	Alemania
Javier Irureta	1994-1995	País Vasco
José María Amorrortu	1994-1995 / 1995-1996	País Vasco
Dragoslav Stepanovic	1995-1996	Yugoslavia (hoy Serbia)
Luis Fernández	1996-2000	Andalucía (nacionalidad francesa)
Ernesto “Txingurri” Valverde	2003-2005 / 2013-2017	Extremadura (criado en el País Vasco)
José Luis Mendilibar	2005-2006	País Vasco
Félix Sarriguarte	2006-2007	País Vasco
José Manuel Esnal “Mané”	2006-2007	País Vasco
Joaquín Caparrós	2007-2011	Andalucía
Marcelo Bielsa	2011-2013	Argentina
José Ángel “Kuko” Ziganda	2017-2018	Navarra
Eduardo “Toto” Berizzo	2018-2019	Argentina
Gaizka Garitano	2018-2020	País Vasco

Cuadro 11 | Listado completo de entrenadores de la primera plantilla masculina del Athletic Bilbao (1898-2020) Fuente: Elaboración propia a partir de Athletic Club (2020c)

Anexo 7 – Listado completo de entrenadores de la primera plantilla femenina del Athletic Bilbao (2002-2020)

LISTADO DE ENTRENADORES DE LA PRIMERA PLANTILLA FEMENINA DEL ATHLETIC BILBAO (2002-2020)	
ENTRENADOR	TEMPORADA(S)
Iñigo Juaristi	2002-2005 / 2006-2010
Txabo Aragues	2005-2006
Juan Carlos Iza	2005-2006
Alberto Berasaluze	2009-2011
Juan Luis Fuentes	2011-2015
Joseba Aguirre	2015-2019
Ángel Villacampa	2019-2020

Cuadro 12 | Listado completo de entrenadores de la primera plantilla femenina del Athletic Bilbao (2002-2020) | Fuente: Elaboración propia a partir de Athletic Club (2020c)

Anexo 8 – Carnet de abonada del Athletic Bilbao (1924)



Foto 7 | Carnet de abonada del Athletic Bilbao (1924) | Fuente: Athletic Club (2020d)

Anexo 9 – Bibiane Schulze, nacida en Alemania y descendiente de vascos, se incorporó al club en el verano de 2019 con veintiún años.



Foto 8 | Bibiane Schulze | Fuente: Athletic Club (2020a)

Anexo 10 – Cristian Ganea, jugador del Athletic Bilbao desde 2018. Nacido en Rumanía y formado, futbolísticamente, en clubes vizcaínos.



Foto 9 | Cristian Ganea | Fuente: Athletic Club (2020b)

Anexo 11 – Iñaki Williams, delantero del Athletic Bilbao



Foto 10 | Iñaki Williams | Fuente: Athletic Club (2020e)

Anexo 12 – Jonás Ramalho fue el primer jugador negro en debutar con la primera plantilla del Athletic Bilbao (temporada 2011/2012)



Foto 11 | Jonás Ramalho | Fuente: Athletic Club (2013)

Anexo 13 – Muestra de afición rojiblanca. Coche customizado con los colores y la simbología del Athletic Bilbao (Bilbao, 2017).



Foto 12 | Coche decorado con los colores y símbolos del Athletic Bilbao | Foto tomada por el autor (26/05/2017)

Anexo 14 – Sala de prensa “José Irigorri” en San Mamés. Como se puede apreciar, este espacio está lleno de patrocinadores, una muestra de la incursión comercial en el fútbol.



Foto 13 | Sala de prensa “José Irigorri” en San Mamés | Foto tomada por el autor (26/04/2018)