

Estados Unidos y el fútbol: un romance reciente

por **Andrés Martínez**

El país que, hace medio siglo, fracasó en tener una liga profesional de fútbol alberga su segunda Copa del Mundo. Tres factores propiciaron ese cambio: la influencia de los migrantes y el impulso de las multinacionales, pero sobre todo el éxito meteórico y sin precedentes del balompié femenino.

De niño vivía en Chihuahua, en un hogar binacional, con la buena fortuna de ser bilingüe debido a la insistencia de mi madre de que habláramos inglés en casa. Después de graduarse de la universidad, ella se había ido de Dallas a México para dar clases en el

Colegio Americano. Su plan era estar ahí uno o dos años, pero terminó quedándose décadas cuando se enamoró del país y de uno de sus ciudadanos. Con el tiempo, tuvo un especial interés en que mi hermano y yo conociéramos bien a nuestro otro país, Estados Unidos.

Por ese motivo, cuando cumplí doce años me mandaron a un campamento de verano en el norte de Wisconsin —uno de esos campamentos de película con lago, canoas y cabañas de madera—. No había otros chicos que llegaran de otros lugares al sur de Chicago y mucho menos de México. Llegué, me acuerdo perfectamente, dos días después de haberse terminado el Mundial de Argentina 78, con esa increíble final en que la selección argentina le anotó dos goles a los Países Bajos en tiempo extra y se desató esa tormenta de confeti albiceleste. Qué escenas.



Yo llegué a Camp Algonquin sin otra cosa que platicar que las hazañas de Mario Kempes, Rensenbrink, Zico y demás héroes del torneo que había fascinado a todo el planeta (según tenía yo entendido). Aunque, seamos sinceros, entre menos se hablara de la actuación del Tri en esa Copa, mejor. Pero al llegar a mi cabaña y conocer a mis nuevos amigos, me topé con que únicamente querían hablar de cómo se bailaba en Grecia. En serio. ¿A qué tipo de campeonato de nerds obsesionados con civilizaciones clásicas de la antigüedad me había mandado mi querida madre? Me tomó un par de horas entender que más bien se estaban refiriendo a los bailes de Olivia Newton-John y John Travolta en *Grease*, no a cómo bailaban filósofos en sus togas en la antigua *Grecce*. Ni yo sabía de la existencia de la película, ni ellos de la del Mundial, de ahí la confusión.

Tres años después me mudé a los Estados Unidos y fue como haber sido exiliado de la comunidad deportiva mundial. En esos tiempos, al comienzo de los ochenta, Estados Unidos estaba obsesionado exclusivamente con sus propios deportes, al grado de proclamar a los campeones de sus ligas domésticas como *world champions*. Eso también significaba que el país estaba desconectado del deporte más popular del mundo: la liga que había traído a Pelé en los años setenta había fracasado y, a lo largo de una década, careceríamos de una liga profesional. Tampoco era fácil sintonizar un partido de *soccer* —el que fuera— en televisión. La selección estadounidense no había calificado para un Mundial en más de treinta años.

Este sentimiento de exilio de mi pasión futbolera me llevó a apreciar lo importante que podía ser el deporte a la hora de conectar unas personas con otras y con sus lugares geográficos. También me hizo ver la gran paradoja de que la mayor superpotencia de cultura popular no estuviera al centro, sino al margen, cuando se trataba del deporte. Como bien ha dicho el historiador Eric Hobsbawm, en la segunda mitad del siglo xx hubo dos grandes agentes universalizantes: la cultura estadounidense y el fútbol. Hasta la fecha, si reuniéramos a un grupo de jóvenes de varios países escogidos al azar, los referentes compartidos entre ellos serían probablemente producciones de Hollywood y música estadounidense (o por lo menos angloamericana). Solo en el ámbito deportivo es muy probable que los referentes en común no giraran en torno a Estados Unidos.

Un *blockbuster* de Hollywood obtiene más del 70% de sus entradas fuera de la Unión Americana. Por cada concierto que Taylor Swift dio en su país, ofreció dos en el extranjero. Estas son producciones culturales con proyección global. El Super Bowl, por su parte, sigue siendo visto por más gente adentro de Estados Unidos que afuera. Y, como a menudo les recuerdo a mis estudiantes en la Arizona State University, Estados Unidos es un caso único, porque gran parte de sus estrellas deportivas no pueden competir internacionalmente, debido a que no hay contra quién jugar.

Tom Brady nunca se pudo poner un uniforme de Team USA, por más que le llamáramos *world champion*.

Nada de esto ocurrió por accidente. La creación de un espacio deportivo nacional —distinto al ecosistema internacional dominado por los ingleses— fue un proyecto deliberado de las élites estadounidenses a fines del siglo xix. En un país de inmigrantes, el deporte se convertiría en una de las formas más tangibles de integración, un vehículo que les permitiera a los recién llegados expresar y evidenciar su identidad americana.

El desarrollo del fútbol americano, en particular, y su distanciamiento del *rugby* y el *association football* (término que produce la palabra *soccer*), se llevó a cabo en Princeton, Harvard, Yale y otras universidades prestigiosas del país. Ellas son las responsables del gran cisma futbolístico, los Martín Luteros del drama. El beisbol, por su parte, fue el deporte popular del proletariado, cuya proyección cultural —se pudiera decir, incluso, ideológica— se benefició de una comisión oficial a principios del siglo xx, denominada la Spalding Commission, que produciría el mito de origen del deporte a manos de Abner Doubleday en 1839, antes de que él se convirtiera en el primer héroe de la Unión Americana en la guerra civil. El propósito de esta leyenda fue desmentir cualquier insinuación de un parentesco entre el beisbol y los juegos ingleses de *rounders* y el críquet. El tercero de los grandes deportes estadounidenses, el basquetbol, siempre ha sido el más cosmopolita: después de ser inventado en el gimnasio de una YMCA en 1891, se exportó pronto a China y otros lugares gracias a los misioneros cristianos.

A lo largo del siglo xx, los Juegos Olímpicos tendrían que haber sido el lugar donde los aficionados estadounidenses podían medirse contra otras potencias, pero los deportes profesionales con mayor público en la Unión Americana no ofrecían esa mezcla tóxica de deporte y nacionalismo que otros países padecemos durante los Mundiales. Por eso resultó tan impactante el fenómeno del *dream team* en los Juegos de Barcelona 92, cuando los seguidores de la NBA pudieron presenciar algo sin precedentes desde el punto de vista estadounidense: rivales feroces en una liga doméstica que juegan juntos en representación de un país. Nadie podía creer, hasta no presenciarlo, que Michael Jordan de los Bulls, Magic Johnson de los Lakers y Larry Bird de los Celtics podrían unir esfuerzos en un mismo equipo. El basquetbol varonil llevaba décadas en el programa, pero esa fue la primera vez en unos Juegos Olímpicos que se les permitió jugar a profesionales y no solo a estrellas colegiales.

Hoy, como nunca antes, el deporte conecta a los Estados Unidos con el resto del mundo. Esta novedosa vinculación es una calle de doble sentido. Aquellos deportes inventados originalmente en territorio estadounidense para distanciarnos del resto del mundo han podido extender su popularidad a otros mercados. El deporte tradicionalmente americano ya puede sostener un Clásico Mundial de Beisbol

(sin que, por fuerza, lo gane Estados Unidos). La NBA pudo escoger un *world team* para su serie de All-Stars, y lleva siete temporadas consecutivas eligiendo a extranjeros como su jugador más valioso. Los Tom Bradys de la actualidad aún no pueden competir a nivel internacional contra otros países, pero la NFL sigue expandiéndose en los mercados de otros países a los que lleva partidos. Un juego de la NFL en el Santiago Bernabéu de Madrid es como si algún día la iglesia luterana celebrara una misa en el Vaticano, pero es a lo que hemos llegado. Y para la Olimpiada de Los Ángeles en 2028 se introducirá al fútbol bandera como nuevo deporte oficial.

Sin embargo, el factor más importante en la creciente convergencia de la cultura americana y el deporte mundial es sin duda el acercamiento entre aquellos dos agentes globalizantes que mencionara Hobsbawm: el fútbol y los Estados Unidos. Aquel joven de quince años que llegó de Chihuahua en los ochenta jamás se hubiera podido imaginar el grado al que llegaría esta adopción del deporte global por parte de la sociedad estadounidense.

Con frecuencia me asombra cuánto han cambiado las cosas, comenzando con el hecho de que, en Estados Unidos, ahora es muy fácil ver cualquier partido de cualquier liga del fútbol —la Major League Soccer (MLS), la Liga MX, la Premier, la Serie A, la Bundesliga— con solo saber en qué plataforma se encuentra. Unos 26 millones de televidentes sintonizaron la final del pasado Mundial en Catar. La audiencia es considerablemente menor a la que atrajo el Super Bowl, pero superó a la de la Serie Mundial y el NBA Championship de ese año —incluso si no había un solo estadounidense en la cancha ese día—. Aún más insólito fue ver al presidente del “America First” decir, en el sorteo mundialista del pasado diciembre, que la NFL tendría que buscar otro nombre, porque este —el *soccer*— era el “fútbol de verdad”.

Tres factores explican el nuevo romance entre Estados Unidos y el balompié: el protagonismo de inmigrantes que ayudaron a introducir y expandir el deporte a ciudades en todo el país; el éxito sin precedente del fútbol femenino desde la década de los noventa hasta la fecha; y lo que pudiéramos describir como el imperativo de la globalización corporativa, que obligó a las grandes multinacionales estadounidenses a entusiasmarse por el deporte mundial antes de que la pasión se desarrollara dentro del país.

El papel del inmigrante en esta revolución es bien conocido. En muchas comunidades —entre ellas la sorprendente sede mundialista de Kansas City—, han sido los inmigrantes mexicanos las figuras más sobresalientes de este legado futbolístico, pero este también es un fenómeno que sirve como testimonio del mosaico construido por tantas diásporas en el país. En Filadelfia, otra sede mundialista, clubes de inmigrantes ucranianos tuvieron un papel preponderante en el crecimiento del deporte en la comunidad. Los Philadelphia Ukrainians llegaron a ganar varias veces el torneo del US Open que lleva más de un siglo. Otros nombres

de los clubes que se ganaron esa copa antes de que la empezaran a ganar los equipos de la MLS dan testimonio de la influencia que tuvieron clubes de inmigrantes en el crecimiento del deporte en este país: Brooklyn Hispano, Chicago Viking, Los Angeles Maccabee, NY German-Hungarian y NY Greek-American.

Menos apreciado es el papel que jugó el fútbol femenino en la gran reconciliación de la sociedad estadounidense con el deporte más seguido del planeta. Se habla mucho de cómo la popularidad de la selección de Mia Hamm, Julie Foudy, Brandi Chastain y tantas otras que ganaron el primer Mundial oficial femenino en 1991, los Olímpicos de Atlanta en 1996 y el tercer Mundial femenino celebrado en Estados Unidos en 1999 fue un parteaguas para el fútbol femenino a escala global. Sin duda lo fue, pero también fue un hito en la relación de la sociedad estadounidense con el deporte, tanto para hombres como para mujeres. El crecimiento explosivo del fútbol entre niñas y mujeres en los Estados Unidos en las últimas tres décadas del siglo XX le quitó el tinte extranjero al deporte; las mujeres le otorgaron al *soccer* su pasaporte yanqui.

Quizás en ningún otro lugar en ninguna otra época de la historia ha crecido tan rápidamente un deporte como lo hizo el fútbol entre la población femenil estadounidense entre 1972 y el fin del siglo. Aun cuando en México se jugó la Copa 71, un Mundial femenino sin el reconocimiento de la FIFA, no hubo participación del equipo estadounidense porque en ese año ni las mujeres ni los hombres norteamericanos practicaban ese deporte. Pero en el verano de 1972, el presidente Richard Nixon, en los mismos días en los que se empezaba a enredar con el caso Watergate, firmó la legislación conocida como “Title IX” aprobada por el Congreso. El propósito de Title IX tenía poco que ver con el deporte —exigía igualdad de oportunidades para ambos géneros en los programas educativos—, pero tuvo enormes consecuencias en dicho ámbito.

Ahora, a diferencia de muchos países en los que el deporte de alto rendimiento se lleva a cabo en clubes deportivos, las escuelas estadounidenses —desde los jardines de niños en cada vecindario hasta las universidades más prestigiosas— invierten mucho dinero en deportes, como parte de sus “programas educativos”. Después de Title IX, hubo de la noche a la mañana una necesidad legal de crear nuevas oportunidades deportivas para las niñas en el sistema educativo, sobre todo como un contrapeso a las inversiones extraordinarias que por décadas se habían destinado al fútbol americano, deporte exclusivamente masculino.

El “otro fútbol” les cayó como anillo al dedo a los administradores de las instituciones educativas, que lograron incrementar la oferta deportiva destinada a las niñas. En poco tiempo, Estados Unidos se convirtió en el país con mayor inversión destinada al fútbol femenino. Para fines de la década de los ochenta y principios de los noventa, las ligas universitarias estadounidenses ofrecían el fútbol

femenil más sofisticado del mundo, en un momento en el que casi no había ligas profesionales en el resto de los países. La Universidad de Carolina del Norte, donde jugaba Mia Hamm, se convirtió en el semillero de la selección estadounidense.

La otra razón por la que creció tanto el fútbol femenino en Estados Unidos fue la ausencia de la resistencia cultural a la que se enfrentarían las primeras mujeres en México o en Europa que quisieran jugar el deporte. En Chihuahua, por ejemplo, las niñas no jugaban el fútbol en mi secundaria; jugaban basquetbol o voleibol. No había visto un partido de fútbol femenino hasta que me fui a vivir a los Estados Unidos. Obviamente las cosas han cambiado, por fortuna, pero el punto es que en Estados Unidos no hubo esa resistencia a que las mujeres jugaran un deporte que aún no le pertenecía a nadie. El fútbol masculino ya establecido, que resistiría y sigue resistiendo la inclusión de la mujer, es el otro, el americano inventado a fines del siglo XIX para acentuar el excepcionalismo yanqui. Si las mujeres querían jugar un deporte extranjero, *go for it*.

Y no solo lo jugaron, sino que lo incorporaron a la cultura estadounidense. Cuando llegué al país a principios de los ochenta, aún había una hostilidad abierta hacia el fútbol, visto como una amenaza extranjera. Sin embargo, apenas quince años después, los asesores políticos del presidente Clinton y otros encuestadores y politólogos ya habían designado el término *soccer mom* para describir al bloque de votantes más representativos de la clase media alta de los suburbios predominantemente blancos. Es un buen indicio de qué tan rápido cambiaron las cosas.

El tercer protagonista en la relación Estados Unidos-fútbol es la globalización corporativa. Las grandes multinacionales como Coca-Cola, primer patrocinador de FIFA, requerían asociarse con un deporte de alcance global, no solo con los deportes caseros de Norteamérica. Otro gran ejemplo es Electronic Arts, quienes desarrollaron el videojuego de la NFL llamado *Madden* a fines de los ochenta. Un *hit* sensacional, pero con alcance limitado. Obviamente el siguiente juego de video basado en el fútbol *soccer*, FIFA (ahora llamado *EA Sports FC*), supera por mucho las ventas de *Madden*, además de que ha educado a millones de jóvenes estadounidenses sobre la cultura y la geografía del deporte mundial.

Ahora estamos en una nueva etapa en la globalización del deporte. Ya no solo se trata de las multinacionales que requieren del fútbol para hacer *marketing*. El balompié se ha convertido en el contenido indispensable del ecosistema mediático global, pues ya no hay otra programación que reúna simultáneamente audiencias de los millones. Apple TV+ tuvo que obtener los derechos globales de la MLS y los servicios de Leo Messi para su programación, a fin de vender suscripciones de su plataforma. De igual manera, Netflix y YouTube empiezan a adquirir partidos de la

NFL para su distribución global. A la vez, los operadores de los equipos deportivos en las grandes ligas se empiezan a consolidar en grandes conglomerados, como en el caso de Red Bull, City Football Group (con sede en Abu Dabi y Manchester), y el Fenway Sports Group que controla tanto a los Boston Red Sox como al Liverpool en Inglaterra.

Es en este entorno de la globalización deportiva, cuando los Estados Unidos ya es el socio comercial más importante de la FIFA y la selección estadounidense se ha consolidado como una potencia mediana (el mismo lugar en el que se encuentra México, por ejemplo), que el Mundial varonil llega por segunda vez al país, coincidiendo con la celebración de sus doscientos cincuenta años. Quizás el fútbol global aún no ocupa en la sociedad estadounidense el lugar que ocupa en México o en tantos otros países. Hay demasiados otros romances deportivos. Pero el torneo este verano nos revelará que el balompié es ya plenamente parte integral de la cultura estadounidense y un puente que nos conecta al resto del mundo cuando tantas otras tendencias buscan dividirnos. ~

ANDRÉS MARTÍNEZ es periodista y codirector del Great Game Lab en la Arizona State University. Su libro más reciente es *The great game. A tale of two footballs and America's quest to conquer global sport* (Bloomsbury Academic, 2026).

