



Análisis de una ceremonia mediática en Uruguay: fútbol, mitos e imaginario social

Gastón Yací Amen Rodríguez

Question/Cuestión, Nro.68, Vol.3, abril 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom - FPyCS - UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e521>

**Análisis de una *ceremonia mediática* en Uruguay: fútbol, mitos e imaginario social**

**Analysis of a *media event* in Uruguay: football, myths and social imaginary**

**Gastón Yací Amen Rodríguez**

Departamento de Teoría de la Comunicación

Instituto de Comunicación

Facultad de Información y Comunicación

Universidad de la República / Consejo de Formación en Educación.

Uruguay.

[gaston.amen@fic.edu.uy](mailto:gaston.amen@fic.edu.uy)

<https://orcid.org/0000-0001-5411-3965>

## Resumen

En este trabajo analizo la retransmisión televisiva del homenaje realizado al seleccionado uruguayo de fútbol por ubicarse entre los cuatro mejores en el mundial de Sudáfrica 2010, evento que fue el punto de partida simbólico de la reconciliación de la sociedad uruguaya con su seleccionado futbolístico, cuyos efectos perduran hasta la actualidad. El análisis parte de la conceptualización de Dayan y Katz (1995/1992) acerca de las “ceremonias mediáticas”, y se vincula a la reflexión en torno al imaginario social uruguayo a través de la identificación de algunos mitos relevantes presentes en este. Luego de constatar que esta retransmisión televisiva bien puede ser entendida como una ceremonia mediática, se examinan los mitos que pueden reconocerse en ella. Se concluye que allí se aunaron los mitos “del consenso” y “de un país de ciudadanos cultos” con los “del Maracaná” y la “garra charrúa”, conjuntándose así, nuevamente, la política y el fútbol como expresiones religiosas fundamentales de la uruguayez moderna.

## Abstract

In this paper I analyze the television broadcasting of the tribute made to the Uruguayan football team for being among the top four in the 2010 World Cup in South Africa, an event that was the symbolic starting point for the reconciliation of Uruguayan society with its football team, whose effects last until the present time. This analysis is based on the theoretical perspective of Dayan and Katz (1995/1992) around the "media events". I also inquire about the myths of the Uruguayan social imaginary staged in this media event. In this way, from the analysis of this secondary audiovisual document, I conclude that it effectively has all the characteristics of “media events”, as well as the myths “of consensus” and “from a country of educated citizens” can be identified in it, as well as the myths “from the Maracaná” and the “garra charrúa”, thus combining politics and football as fundamental religious expressions of contemporary Uruguayan.

**Palabras clave:** Caso mediático, Ceremonia mediática, Imaginario social, Mitos uruguayos, Fútbol y Política.

**Keywords:** Media event, Media ceremony, Social imaginary, Uruguayan myths, Football and Politics.

## **Introducción**

El 13 de julio del 2010 la Asociación Uruguaya de Fútbol (AUF), en acuerdo con los poderes ejecutivo y legislativo del Uruguay, así como con la empresa Tenfield (1), realizó un homenaje al seleccionado uruguayo de fútbol por ubicarse entre los cuatro mejores en el mundial de Sudáfrica 2010. Este evento fue retransmitido televisivamente por VTV, canal de cable de Tenfield, así como por todos los canales de la televisión abierta de Montevideo (2). Esta retransmisión televisiva es lo que analizo en este trabajo, tomando como punto de partida la conceptualización de Dayan y Katz (1995/1992) acerca de las “ceremonias mediáticas”, con la finalidad de indagar en torno al “imaginario social” (Castoriadis, 2013/1975) uruguayo, abordado a través del reconocimiento de algunos de sus mitos en este evento mediático. Evento que marcó una nueva era en el vínculo de la selección nacional de fútbol y la sociedad uruguaya, con consecuencias a nivel cultural, político, económico y social que aún hoy perduran.

El desempeño de la selección uruguaya de fútbol en el mundial de Sudáfrica conllevó, en palabras del propio entrenador Óscar Washington Tabárez, la recuperación de una “continuidad que en algún momento se rompió” (Caetano & Piñeyrúa, 2018, p. 13). Concretamente, según Tabárez, dicha continuidad “se rompió sobre todo después del 54, a fines de la década del 50” (Caetano & Piñeyrúa, 2018, p. 36), cuando Uruguay se distanció de los éxitos futbolísticos de la primera mitad del siglo XX, que alcanzaron su cumbre con el título de campeón mundial obtenido en Maracaná en 1950 (3).

Esta continuidad restablecida generó, como decía antes, ciertos impactos que duran hasta la actualidad. En este sentido, en una investigación reciente se señala que “esta selección nacional hace soñar a los niños con héroes que los inspiran; además acercó a las mujeres al universo futbolístico y termina representando la ilusión de una sociedad de trascender internacionalmente” (Arocena, Cristiano, Domínguez, Paternain & Traverso, 2019, p. 36). De esta manera, y de acuerdo a la encuesta nacional realizada en diciembre del 2017 en el marco de esa misma investigación:

Las tres cuartas partes de la población, el 74 %, siente que esta selección lo representa, lo ilusiona y le despierta orgullo. Habría que ir mucho para atrás en la historia para encontrar una selección nacional que despierte tantos sentimientos de simpatía e interés entre la gente, ya sean hombres o mujeres, adultos o niños, ricos o pobres (Arocena, et al., 2019, p. 36).

Teniendo en cuenta este reencuentro que la sociedad uruguaya ha tenido con su seleccionado de fútbol a partir del mundial de Sudáfrica 2010, se torna relevante analizar el caso mediático que celebró esta reconciliación, evento en el que pueden identificarse elementos centrales del imaginario social uruguayo.

### **Un recibimiento con honores**

El homenaje del 13 de julio del 2010 a los integrantes de la delegación oficial del seleccionado uruguayo de fútbol en su vuelta de Sudáfrica, contó con un nivel de adhesión y entusiasmo inusitado en las décadas inmediatamente anteriores en el país. Ya el 12 de julio, cuando llegaron al Aeropuerto de Carrasco, los recibió mucha gente, incluidos los entonces presidente de la República José Mujica y

senadora Lucía Topolansky. Al tiempo que el homenaje en sí, al otro día, comenzó con una caravana profusa en participantes desde el Complejo Celeste (4) hasta el Palacio Legislativo, donde una Avenida del Libertador abarrotada de gente los esperaba. Agitando banderas de Uruguay, los celebrantes corearon los nombres de los jugadores, los vivaron, los aplaudieron, los saludaron, animados todos de un gran fervor. Si bien esto puede sorprender dado que no se trataba de un seleccionado campeón, esto se comprende mejor si se tienen en cuenta dos cosas. Primero la centralidad que el fútbol tiene en este país. De hecho, como señala Caetano (2014):

Solo hay dos momentos en los que la sociedad uruguaya se detiene y se concentra de manera casi “religiosa”: cuando su selección juega por un Campeonato del Mundo o el día de las elecciones nacionales. Incluso el fútbol parece comenzar a aventajar con claridad a la política como vector de una de las últimas pasiones “hiperintegradoras” que le van quedando al Uruguay. La dimensión de las expectativas, de las euforias y de las tristezas, la compenetración colectiva de los uruguayos con la celeste cuando disputa un Mundial, constituye el “rito” de mayor proyección en un país que persiste en reivindicarse laico frente a casi todas las creencias (p. 3).

Y en segundo lugar que la selección uruguaya no llegaba a estar dentro de las cuatro mejores del mundo desde el mundial de México 1970, quedando incluso en cinco ocasiones posteriores no clasificada al mundial correspondiente. Esas décadas inmediatamente anteriores, de pobres resultados futbolísticos, engrandeció la campaña realizada en Sudáfrica 2010, siendo muy valorada por la sociedad uruguaya. Lo cual se tradujo, entre otras cosas, en que se planificara un homenaje para recibirlos en su retorno al país.

Dicho homenaje se llevó adelante en la explanada del Palacio Legislativo; aunque la celebración comenzó antes, con la caravana desde el Complejo

Celeste que siguió al ómnibus que transportó a la delegación oficial hasta el lugar del evento. En el homenaje se realizaron varios espectáculos artísticos y el maestro de ceremonias fue el periodista Sergio Gorzi de la empresa Tenfield, productora de la trasmisión televisiva, secundado por Humberto de Vargas, Luis Alberto Carballo y Maxi de la Cruz, abarcando, con estas figuras televisivas, el completo abanico de los tres canales privados de la televisión abierta local.

En la celebración participaron las principales autoridades del Estado, como ser el entonces presidente de la República, José Mujica, la senadora y esposa del presidente, Lucía Topolansky, el presidente de la Asamblea General, Danilo Astori, y la presidente de la Cámara de Representantes, Ivonne Passada, quienes entregaron medallas a todos los integrantes de la delegación oficial. Así como también se pronunciaron discursos, dentro de los cuales se destacaron los del presidente José Mujica, quien felicitó y agradeció al plantel en nombre de toda la sociedad uruguaya, y el del técnico del seleccionado Óscar Washington Tabárez; a los cuales se agregaron también los de varios jugadores.

Todo el evento, es decir, tanto la caravana como el homenaje propiamente dicho en la explanada del Palacio Legislativo, fue producido televisivamente por Tenfield y retransmitido en vivo y en directo por VTV y los cuatro canales de la televisión abierta de Montevideo de ese momento.

### **Explicitaciones metodológicas**

En términos de estrategia metodológica este trabajo se basa en una *investigación documental* (Valles, 1997), que pone el foco en dos documentos claves. Primero y fundamental, un documento audiovisual de tipo secundario, como lo es el registro de la retransmisión televisiva del homenaje a la selección uruguaya de fútbol del 2010 luego de su retorno del Campeonato Mundial, el cual tiene una duración de tres horas y media aproximadamente (5). Al cual complementa otro documento, escrito en este caso, también de tipo secundario, como lo es el *Protocolo presidencial en la bienvenida de la Selección* (2010).

Para llevar adelante el análisis, por su parte, se han utilizado dos senderos analíticos que se han complementado. El primero consistió en abordar esta retransmisión televisiva a partir de la conceptualización de Dayan y Katz (1995/1992) en torno a las “ceremonias mediáticas”, atendiendo a las particularidades de este evento. En tanto el segundo, implicó identificar cuál o cuáles de los principales mitos del “imaginario social” (Castoriadis, 2013/1975) uruguayo, tal cual han sido planteados en la literatura especializada al respecto, pueden reconocerse en este caso mediático en particular.

### **El homenaje a la selección uruguaya: una *ceremonia mediática* de reconciliación**

Al abordar el estudio de la retransmisión televisiva del homenaje a la selección uruguaya de fútbol del 2010, una de las primeras cosas que se pueden reconocer es que estamos frente a la retransmisión en *vivo y en directo* de una celebración que rompió las rutinas establecidas, tanto de emisión de los medios como de experiencia cotidiana del público, todo lo cual son características de las “ceremonias mediáticas” conceptualizadas por Dayan y Katz (1995/1992).

De esta manera, con respecto a lo primero, todos los canales de la televisión abierta en Montevideo, y VTV de la televisión por cable, suspendieron sus emisiones habituales y pasaron a retransmitir en directo este evento. Interrupción, por tanto, de carácter *monopolista*: “todos los canales cambian su programación regular por el gran acontecimiento, quedando quizá fuera del consenso unas pocas emisoras independientes” (Dayan & Katz, 1995/1992, p. 14). Lo que conllevó, consiguientemente, la conquista de una audiencia muy numerosa en términos relativos al público uruguayo.

Al tiempo que con respecto a lo segundo, no sólo mucha gente participó activamente del evento acudiendo al homenaje presencialmente o antes a la caravana, sino que también mucha más siguió su retransmisión televisiva, bajo una modalidad de ver festiva. Todo lo cual implicó, pragmáticamente, que el acontecimiento generara experiencias compartidas que unificaron a los espectadores y celebrantes entre sí y con los valores centrales de la sociedad uruguaya.

Justamente de acuerdo al planteo de Dayan y Katz (1995/1992), estos acontecimientos son proclamados como *históricos y conquistan a audiencias muy numerosas*, al tiempo que celebran el orden y su restauración: “La unanimidad de las cadenas en la presentación del mismo acontecimiento subraya la importancia, incluso la obligación de mirar” (Dayan & Katz, 1995/1992, p. 17). Lo que conlleva que estas retransmisiones “*integran* las sociedades en un latir colectivo y conjuran una *renovación de la lealtad* a la sociedad y a su autoridad legítima” (Dayan & Katz, 1995/1992, p. 17).

Otra característica que este evento tuvo típica de las “ceremonias mediáticas” (Dayan & Katz, 1995/1992), es que fue organizado fuera de los medios, tanto en el sentido de que fue realizado fuera de estudios televisivos, como el de que su organización partió de un organismo ajeno a la televisión, la AUF en este caso, la cual coordinó el evento con la empresa Tenfield y con los poderes ejecutivo y legislativo del Estado uruguayo. Organizadores todos, por tanto, que están dentro del orden establecido. Forman parte de lo que Dayan y



Katz (1995/1992), siguiendo a Shils, denominan «el centro»: se atienen a valores consensuados y tienen autoridad para imponernos la atención.

Por otra parte, este acontecimiento como toda “ceremonia mediática” (Dayan & Katz, 1995/1992), fue planeado con antelación y se anunció por anticipado. Así, ya el 8 de julio se informaba sobre el protocolo que se iba a seguir en la bienvenida de la selección. Se anunciaba, concretamente, que “la Asociación Uruguaya de Fútbol y el Poder Ejecutivo, con la supervisión directa del presidente de la República, José Mujica, acordaron cómo será el protocolo de bienvenida de la Selección nacional” (*Protocolo presidencial en la bienvenida de la Selección*, 2010). Agregándose más adelante los detalles al respecto, tanto en lo que refiere al momento de la llegada del charter al aeropuerto, como a la caravana y al homenaje en la explanada del Palacio Legislativo. Así, con respecto a esto último se decía:

En la explanada del Palacio Legislativo se erigirá el estrado por donde desfilarán las autoridades, encabezadas por el presidente de la República Mujica y dirigentes de la AUF que agradecerán a los futbolistas y cuerpo técnico, la excelente actuación que tuvieron en la Copa del Mundo (*Protocolo presidencial en la bienvenida de la Selección*, 2010).

De esta manera, se puede constatar que este evento tuvo todas las características que sintácticamente se consideran parte de la ‘gramática’ de las ceremonias mediáticas: “conjunción de lo *directo* y lo *remoto*, por un lado, y de lo *interrumpido* pero *preplanificado* por el otro” (Dayan & Katz, 1995/1992, p. 15).

En tanto, aludiendo a la dimensión semántica del evento, cabe señalar que el mismo fue proclamado como *histórico*, marcó un punto de inflexión, una vuelta a

la tradición heroica del fútbol uruguayo que hacía años se había abandonado, así como una identificación restaurada de la sociedad con esta. El mensaje en este acontecimiento fue, entonces, de *reconciliación*, de unión superadora de conflictos previos o latentes, o al menos de su posposición o enfriamiento (Dayan & Katz, 1995/1992, p. 19).

En este sentido, en el discurso del presidente Mujica en el homenaje se señala que: “Nunca hemos estado tan unidos, por encima de las clases sociales, por encima de los colores políticos”. Reivindicando de esta manera una unión interclasista de la sociedad uruguaya, más allá de ideologías políticas asimismo; es decir que se trata de una apelación al nacionalismo basado en el fútbol como mecanismo de unificación social. Discurso que iba en el mismo sentido semántico que todo el evento, en el que se cantó el himno nacional y estuvo colmado de banderas uruguayas así como también de referencias a “la Celeste”. Por todo esto, puede considerarse a este acontecimiento como funcional a la integración social.

Vinculado al aspecto anterior, hay que destacar que el carácter ceremonial y unificador del evento también implicó la suspensión de cualquier tipo de actitud crítica de parte de los periodistas involucrados. Lo cual se vio acentuado por la elección del propio maestro de ceremonias, Sergio Gorzy, quien en su programa de VTV *Cámara Celeste* ha señalado en más de una ocasión sentirse más como “un hincha” de la selección que como un periodista objetivo. Asimismo la empresa mediática a cargo de la producción y retransmisión, Tenfield, aprovechó la ocasión e intentó mostrarse comprometida con la selección. Como dicen Dayan y Katz (1995/1992), en los acontecimientos mediáticos “las cadenas comparten con los organizadores la ocasión de consenso y satisfacen al público (ésta es nuestra hipótesis) en cuanto a que a fin de cuentas son patrióticos” (p. 25).

Finalmente considerando el aspecto pragmático del evento, hay que destacar que el mismo no sólo reunió a mucha gente presencialmente, sino que también

congregó audiencias muy numerosas, siendo los telespectadores celebrantes activos.

En definitiva, esta celebración-homenaje contó con la presencia simultánea de todos los elementos sintácticos, semánticos y pragmáticos señalados por Dayan y Katz (1995/1992) como propios de las ceremonias mediáticas, teniendo, por otra parte, una función restauradora de ciertos mitos que más adelante analizaré.

En tanto, al considerar los distintos subtipos de ceremonias mediáticas conceptualizados por Dayan y Katz (1995/1992), este evento se trata de una Coronación. Aunque obviamente está vinculada a una Competencia y a una Conquista, pues se trata de una celebración del consenso a través de la Coronación de esta selección como modo de ensalzar su desempeño en el mundial de fútbol, celebrando así su Conquista en esta Competición.

Esta festividad, por otra parte, resaltó algunos elementos y valores centrales del imaginario social uruguayo. Lo cual abordaré luego de hacer algunas necesarias precisiones conceptuales previas.

### **Imaginario social y nación**

El concepto de *imaginario social* fue planteado por Castoriadis en su obra *La institución imaginaria de la sociedad*, publicada originariamente en 1975 pero cuya primera parte, el texto *Marxismo y teoría revolucionaria*, fue divulgada anteriormente en la revista *Socialisme ou Barbarie* en el período comprendido entre abril de 1964 y junio de 1965.

Según su perspectiva es imposible comprender la historia humana sin considerar la categoría de “lo imaginario”, la cual implica la creación incesante y esencialmente *indeterminada*, tanto en el dominio psíquico (“imaginación radical”) como histórico-social (“imaginario social”), de figuras, formas e imágenes

(Castoriadis, 2013/1975). Así, dirá: “Lo que llamamos «realidad» y «racionalidad» son obras de ello” (Castoriadis, 2013/1975, p. 12).

Específicamente en lo que refiere al dominio histórico-social, al interior del concepto de imaginario social Castoriadis (2013/1975) distingue entre “imaginario radical” e “imaginario efectivo”. Así, mientras el primero alude a la capacidad instituyente, a “la capacidad de hacer surgir como imagen algo que no es, ni fue” (Castoriadis, 2013/1975, p. 204); el segundo refiere a lo efectivamente creado, a los productos del imaginario radical, a su materialización por ejemplo en instituciones y significaciones sociales. Instituciones en su sentido más profundo y más vasto, es decir, el conjunto de las herramientas, del lenguaje, de las maneras de hacer y pensar, de las normas y de los valores (Castoriadis, 2006/2005, p. 77). A la vez que en lo que refiere a las significaciones sociales, Castoriadis dirá que son las que le dan cohesión a las instituciones de una sociedad: “son ellas las que están encarnadas en las instituciones particulares y las animan” (Castoriadis, 2006/2005, p. 78).

Castoriadis le llama “imaginarias” a estas significaciones:

Porque no son ni racionales (no podemos “construirlas lógicamente”) ni reales (no podemos derivarlas de las cosas); no corresponden a “ideas racionales”, y tampoco a objetos naturales. Y porque proceden de aquello que todos consideramos como habiéndoselas con la creación, a saber, la imaginación, que no es aquí la imaginación individual (...) sino (...) el imaginario social (Castoriadis, 2006/2005, p. 79).

Todas las sociedades para existir, según Castoriadis, necesitan crear un mundo de significaciones, el cual en su especificidad constituye la *ecceidad* de cada

una de ellas; asimismo nada puede existir para estas en tanto no se refiera a dicho mundo (Castoriadis, 2013/1975, p. 557). Del mismo modo “lo que mantiene unida a una sociedad es el mantenimiento conjunto de su mundo de significaciones” (Castoriadis, 2013/1975, p. 557).

De esta manera, cada sociedad establece su propio mundo, en el cual, por otra parte, también se incluye una representación de sí misma (Castoriadis, 2006/2005, p. 81). Pues toda sociedad construye un «nosotros», el cual es ante todo un símbolo, que se traduce en un nombre (Castoriadis, 2013/1975, p. 238). En la actualidad, dirá Castoriadis, la nación tiene esa función de identificación mediante una referencia triplemente imaginaria a una «historia común»:

Triplemente, ya que esta historia no es más que pasado, que no es tan común y que, finalmente, lo que de ella se sabe y lo que sirve de soporte a esta identificación colectivizante en la conciencia de las gentes es en gran parte mítico. Este imaginario de la nación se muestra, sin embargo, más sólido que todas las realidades (Castoriadis, 2013/1975, p. 239).

Es una referencia imaginaria entonces la que forja las identidades nacionales. Aspecto imaginario que también Anderson (1993/1983) ha remarcado a través de su concepto de “comunidad imaginada”. Así, él dirá que es imaginada “porque aun los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión” (Anderson, 1993/1983, p. 23).

### **Cultura de masas y conciencia nacional: el caso del fútbol en Uruguay**

En la explicación de los orígenes de la conciencia nacional en la era moderna, Anderson (1993/1983) le ha dado mucha importancia al desarrollo de la imprenta en el contexto capitalista. Así señala: “la convergencia del capitalismo y la tecnología impresa en la fatal diversidad del lenguaje humano hizo posible una nueva forma de comunidad imaginada, que en su morfología básica preparó el escenario para la nación moderna” (Anderson, 1993/1983, p. 75).

La imprenta, asimismo, al posibilitar el desarrollo de la prensa moderna impulsó la temprana construcción de la cultura de masas, la cual ha sido, justamente, un acicate fundamental en el desarrollo de la conciencia nacional. Cultura de masas que Hobsbawm (2010/2009) vincula particularmente al deporte en el siglo XX, y concretamente al fútbol y sus campeonatos mundiales, resaltando de esta manera su promoción del nacionalismo. Lo cual ilustra, sin dejar de incluir a otros dos medios masivos de comunicación también centrales en la cultura de masas, cuando señala que:

Desde el inicio de la Copa del Mundo, es absolutamente cierto que cada habitante de un país que tiene acceso a un aparato de radio o a un televisor –¿y quién no lo tiene desde la década de 1960?– ha desarrollado alguna forma de patriotismo, por lo menos si su país tiene un equipo de fútbol serio (Hobsbawm, 2010/2009, p. 321).

Vinculación entre el fútbol y las formas que adopta el nacionalismo contemporáneo que, por otra parte, ya había destacado anteriormente en su libro *Naciones y nacionalismos desde 1870*, publicado originalmente en 1990, en el que afirmó que:

Lo que ha hecho del deporte un medio tan singularmente eficaz para inculcar sentimientos nacionales (...) es la facilidad con que hasta los individuos menos políticos y públicos pueden identificarse con la nación tal como la simbolizan unas personas jóvenes que hacen de modo estupendo lo que prácticamente todo hombre quiere o ha querido hacer bien alguna vez en la vida. La comunidad imaginada de millones de seres parece más real bajo la forma de un equipo de once personas cuyos nombres conocemos. El individuo, incluso el que se limita a animar a su equipo, pasa a ser un símbolo de la nación (citado por Caetano & Piñeyrúa, 2018, pp. 16-17).

En esta misma línea de análisis, y específicamente al considerar la importancia del fútbol en su articulación con los medios masivos de comunicación en el contexto uruguayo, observado desde la óptica de su fomento del nacionalismo deportivo, tanto la prensa como la radio tuvieron un rol destacado, a lo cual se vino a sumar más tarde la televisión.

La prensa fue la que comenzó a fomentar el nacionalismo deportivo uruguayo en el contexto de las primeras victorias de relevancia, tanto a nivel continental como mundial, de la selección uruguaya en las décadas del veinte y del treinta del siglo XX; destacándose al respecto el papel jugado por el diario *El Día*, fundado por José Batlle y Ordóñez y principal voz del batllismo. Como ha señalado Morales (2006) refiriéndose a la página deportiva de este diario: “La misma fue creada en 1908, y comenzó a moldear el imaginario colectivo nacional en materia deportiva” (p. 48). Proceso que se vio alentado por las victorias olímpicas de Colombes (1924) y Ámsterdam (1928), conjuntamente con la conquista del primer Mundial de fútbol en 1930 de locatario. Pues como ha señalado Alabarces (2007) al referirse a la construcción de un *primer nacionalismo deportivo* en Argentina, pero también aplicable al caso uruguayo, este “necesita del éxito deportivo que vuelva eficaz la

representación de lo nacional, porque sin éxito deportivo no hay nacionalismo que valga” (p. 45).

En lo que concierne, por su parte, a la radio, Rosenberg (1999) destaca su importante desarrollo en Uruguay en su articulación con el fútbol en la década del cuarenta del siglo XX. Momento en el que se habrían asentado las transmisiones comerciales de este deporte, azuzadas por la competencia entre las emisoras. Lo cual alcanza su cenit con el Mundial de 1950, al que acudirán tres emisoras para cubrir el torneo con sus equipos completos (Rosenberg, 1999, p. 91). Al respecto dirá:

La radio vive en julio de 1950, durante el Campeonato Mundial de fútbol en Brasil, su romance más apasionado con los uruguayos. Los jugadores del seleccionado nacional ganaron la Copa del Mundo, sí, pero los relatores también fueron héroes, y así se lo hizo saber la gente (...) A pesar de la competencia entre las emisoras, el triunfo en el Mundial del 50 fue de la radio como medio de comunicación. La gente quedó atrapada por el magnetismo y la inmediatez. La popularidad de la radio alcanzó, quizás, el punto más alto del siglo (Rosenberg, 1999, p. 87).

Cabe aclarar que esto no implicó que la prensa dejara de tener relevancia, pues ambos medios se complementaban. Como señala Morales (2006) al respecto:

En los cuarenta y los cincuenta encontramos un maridaje entre el periódico y la radio para la cobertura del espectáculo deportivo; la



radio hacía imaginar el partido a través del discurso épico de los relatores, pero el diario ofrecía el discurso escrito y las fotografías. Las fotografías eran, antes del nacimiento del matrimonio fútbol-tv, la única forma de ver las imágenes de los goles. Un medio se completaba con el otro (p. 49).

En lo que respecta por su parte a la televisión, que surgió en Uruguay hacia fines de los cincuenta y principios de los sesenta del siglo XX, aportó al impulso del nacionalismo deportivo uruguayo desde el seductor atractivo de lo audiovisual, pero nunca logró contar con un triunfo de aquella magnitud, pues aquel fue el último mundial de fútbol ganado por Uruguay. En todo caso, lo que sí pudo retransmitir fueron algunas Copas de América ganadas por Uruguay así como el *Mundialito* de 1980 (7). De ahí también la importancia concedida al desempeño de la selección uruguaya en el mundial de Sudáfrica 2010: la televisión local por fin lograba retransmitir una “Competencia” (Dayan & Katz, 1995/1992) mundial en la que la sociedad uruguaya sintonizaba en forma entusiasta, latiendo en un mismo sentir. Competencia que si bien no llevó a la victoria celeste, sí generó las condiciones para que se revivieran importantes mitos del Uruguay moderno. Pues como señala Castoriadis (2006/2005) no hay sociedad sin mitos, y el caso uruguayo no es la excepción. Justamente a continuación me referiré a los mitos que se pueden reconocer en la ceremonia mediática que celebró el desempeño celeste en esta “Competencia” (Dayan & Katz, 1995/1992).

### **Mitos del imaginario social uruguayo identificados en la *ceremonia mediática de homenaje a la selección uruguaya de fútbol***

Para comenzar este apartado quiero destacar que tratándose de una ceremonia mediática vinculada al fútbol en Uruguay, es casi inevitable que se aluda

al mito de Maracaná, el cual tiene su origen en la legendaria victoria obtenida el 16 de julio de 1950 por el seleccionado uruguayo de fútbol ante el locatario Brasil, que lo consagrara como campeón del mundo. Un mito que remite a la gesta del pequeño que vence al gigante y que, como señaló Morales (2006), es el eje conductor de todo el discurso futbolístico en Uruguay desde ese momento:

Maracaná quedó flotando en el imaginario de los uruguayos y, al estar vivo el recuerdo, parece como si una vez más David le ganara a Goliat. Muchas personas han declarado que este recuerdo mantiene vivos a los uruguayos, y les da esperanzas. Es ahí donde el estilo del fútbol uruguayo, la 'garra charrúa', quedó afirmado para siempre (Morales, 2006, p. 48).

Es más, se podría agregar que este mito ha permeado a la sociedad uruguaya más allá incluso del ámbito futbolístico, pues tiene una fuerte presencia en ella, reviviéndose a través de rituales de tanto en tanto. En efecto, propongo que esta ceremonia mediática bien puede ser entendida como una especie de nueva "remaracanización" (Andacht, 1992) del imaginario social uruguayo. Remaracanización en el sentido de que se da una reivindicación de una hazaña grupal que revitaliza "el sueño de David", ese "ensueño de un país de dimensiones muy reducidas que se empeña en volver a vencer al desmesurado gigante del bando enemigo" (Andacht, 1992, p. 130). Dado que en este caso el seleccionado uruguayo no logró salir campeón del mundo sino estar entre los cuatro mejores, se puede considerar a esta festividad ceremonial como una remaracanización 'pauperizada', la cual implica una nueva materialización en imaginario social efectivo de este mito tan relevante en esta sociedad, aunque en una versión empobrecida. Lo que va en el mismo sentido

señalado por Piñeyrúa, quien ha afirmado que si bien Uruguay tuvo grandes conquistas en el pasado:

Quizá hemos aprendido a tener aspiraciones adecuadas a nuestras posibilidades, a mirar aquellas conquistas con admiración, pero a pararnos en el nuevo mundo globalizado con otras expectativas, aprendiendo a disfrutar de la incredulidad de nuestros grandes vecinos y del mundo, sorprendidos de lo que somos capaces (...)  
Comprendí que su proyecto (8) colocaba a Uruguay en su justo lugar, ni tanto ni tan poco; que éramos un hueso duro de roer para las potencias continentales y mundiales, pero estábamos debajo de ellas (Caetano & Piñeyrúa, 2018, pp. 25-26).

Otro mito que se puede reconocer en este acontecimiento mediático es el mencionado por Rial (1986) como mito del consenso, del respeto a la ley, a las reglas del juego, el cual cimentó el régimen democrático uruguayo (p. 24). Bayce (1989) refiriéndose a este mito -o "neomito" como él le llama- dirá que es "característico del imaginario político uruguayo hasta 1970-1974 y que sobrevive a la ruptura de las culturas políticas formal e informal de la década del 70" (p. 14), señalando también que "nace formalmente (...) en los primeros años del siglo, en el discurso de Batlle y Ordóñez y en los pasos que terminaron en la constitución de 1917, que consagra todos esos principios" (p. 14). Este mito puede reconocerse en esta ceremonia mediática sobre todo por el "medio" en que se llevó a cabo, entendiendo por medio "el decorado, los equipos y otros elementos propios del trasfondo escénico, que proporcionan el escenario y utilería para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro o sobre él" (Goffman, 1997/1959, p. 34). El medio en este caso fue el Palacio Legislativo, que ofició como trasfondo escénico de la celebración. Pero además, no sólo esta festividad se llevó adelante en el

denominado “Palacio de las leyes”, sino que asimismo contó entre sus actantes principales a las máximas autoridades legislativas y ejecutivas, las cuales celebraron el consenso y reafirmaron su autoridad. Se aunó de esta manera la fiesta futbolística con la afirmación del régimen democrático y el estado de derecho. Fueron justamente los presidentes de la Cámara de Representantes y de la Asamblea General, así como el presidente Mujica, quienes premiaron a los integrantes del seleccionado. El don que le dieron a los jugadores en forma de medallas reafirmó ritualmente sus posiciones de autoridad.

Asimismo podemos reconocer otro mito uruguayo en esta ceremonia mediática. Me refiero al “mito de un país de ciudadanos cultos” (Rial, 1986, p. 24). Mito que se basa en la importancia otorgada a la educación escolar en el Uruguay moderno, la cual puede remontarse a la reforma llevada adelante por José Pedro Varela entre 1876 y 1879 como director de la Instrucción Pública en el contexto de la dictadura de Latorre, por la que se estableciera el carácter laico, gratuito y obligatorio de la educación primaria, y que se profundizara, por otra parte, con la relevancia otorgada a la educación pública en el batllismo, el cual la entendió como “una forma ‘económica’ de hacer aumentar el auto-respeto de esas clases medias, de afirmar sus valores, y tratar que éstos permearan al conjunto de la sociedad” (Rial, 1986, p. 24). En el caso de esta ceremonia mediática, este mito se hace presente en la continua referencia a la condición de maestro del director técnico del seleccionado uruguayo Óscar Washington Tabárez, más allá de que no ejerza como tal desde 1987. Se considera su condición de maestro titulado como algo digno a resaltar, como un elemento que le da una cuota extra de prestigio al entrenador. De esta manera, entonces, se destaca en esta festividad laica, gratuita y casi obligatoria la importancia que se le da en el imaginario social uruguayo a la educación escolar.

También aludiendo a Tabárez, en su discurso en la ceremonia mediática aquí analizada se puede reconocer la escenificación del mito de la “garra charrúa”, el cual tendría sus raíces en las décadas del veinte y del treinta del siglo XX, cuando

se comenzó a usar esta expresión para aludir a ese ir a la ofensiva con total entrega en los momentos adversos, al tiempo que se consolida con la victoria del cincuenta. Rial (1986) lo rotula como “mito naif” con “referencias a míticos e inexistentes antecedentes indígenas que alimentarían el ser del uruguayo” (p. 27). En este caso Tabárez, luego de agradecer al público, dice lo que considera es “el mensaje que habría que dejar”, señalando: “el éxito no son solo los resultados, sino las dificultades que se pasan para obtenerlos y la lucha permanente y el espíritu de plantearse desafíos y también la valentía para superarlos. El camino es la recompensa”. La lección del maestro Tabárez revive de esta manera el mito de la “garra charrúa”, el cual ha sido caracterizado por Bayce (2005/2003) como “plus de concentración, sobreesfuerzo y competitividad épica en los momentos más difíciles o disputados” (p. 187). Incluso puede afirmarse que la alusión a este mito es más importante en este caso que la referencia al “del Maracaná”, pues en el de “la garra charrúa” no importan tanto los resultados sino la entrega, la épica en los momentos difíciles. Como ha señalado Caetano: “más allá de triunfos y derrotas, circunstancias vitales ambas y sujetas a tantos imponderables, lo relevante radica en la rebeldía de contribuir a continuidades cuya ruptura distorsiona tanto los desempeños como los valores y anhelos que los inspiran” (Caetano & Piñeyría, 2018, p. 19).

### **Palabras finales**

Para terminar e intentando sintetizar los resultados de lo analizado en el artículo, se puede aseverar, entonces, tanto que la retransmisión televisiva del homenaje a la selección uruguaya de fútbol en el 2010 puede ser entendida como una ceremonia mediática, como que en la misma se dieron la mano los mitos “del consenso” y “de un país de ciudadanos cultos” con los mitos “del Maracaná” y la “garra charrúa”, conjuntándose así, nuevamente, la política y el fútbol como expresiones religiosas fundamentales de la uruguayez moderna.

## Notas

1- La empresa Tenfield “es una productora audiovisual y sociedad anónima uruguaya dedicada a la emisión en vivo de eventos deportivos a través de diversos canales de televisión, como VTV. Posee los derechos exclusivos de transmisión del fútbol uruguayo y clubes de fútbol nacionales, así como el Carnaval, el básquet y el ciclismo uruguayo” (Tenfield, s/f). Su fundador y propietario es el polémico empresario Francisco “Paco” Casal.

2- Me refiero a los Canales privados, 4 Monte Carlo TV, 10 Saeta TV y 12 Teledoce; y al estatal Canal 5 Televisión Nacional de Uruguay.

3- El 16 de julio de 1950 el seleccionado uruguayo de fútbol se consagró campeón del mundo en el Estadio de Maracanã, ubicado en Río de Janeiro, al vencer a Brasil por 2 a 1, frente a la sorpresa de un estadio colmado por el público local -200.000 personas dicen las crónicas-.

4- El Complejo Celeste es un complejo deportivo patrimonio de la AUF ubicado en el kilómetro 27.800 de la Ruta Nacional N° 101 en el Departamento de Canelones.

5- No contabilizo aquí los espacios publicitarios.

6- Se trató de CX 8 Radio Sarandi (en la que el relator era Carlos Solé y el Comentarista Heber Lorenzo), CX 18 Radio Sport (el relator era Chetto Pelliciarri y el Comentarista Luis Víctor Semino) y CX 24 La Voz del Aire (el relator era Duilio De Feo y el Comentarista César L. Gallardo) (Rosenberg, 1999, p. 91).

7- El conocido popularmente como *Mundialito* se trató de un torneo internacional de fútbol jugado en 1980-81 y co-organizado entre la FIFA y el gobierno dictatorial uruguayo del momento, tomando como motivo la celebración del cincuentenario de la primera Copa Mundial (jugada en Uruguay y de la que la selección local resultara

campeona). En el Mundialito o Copa de Oro de Campeones Mundiales participaron, como su nombre oficial indica, todas las selecciones nacionales ganadoras de la Copa Mundial, salvo Inglaterra que se negó a participar y en cuyo lugar participó la selección de los Países Bajos. La selección uruguaya resultó campeona del Mundialito venciendo a Brasil, el 10 de enero de 1981, por 2 a 1.

8- Se refiere al proyecto de Óscar Washington Tabárez.

### Referencias Bibliográficas

Alabarces, P. (2007). *Fútbol y patria*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Andacht, F. (1992). *Signos reales del Uruguay imaginario*. Montevideo: Ediciones Trilce.

Anderson, B. (1993/1983). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Arocena, F., Cristiano, J., Domínguez, P., Paternain, R. y Traverso, D. (2019). *¿Qué significa el fútbol en la sociedad uruguaya?*. Montevideo: Estuario editora.

Bayce, R. (2005/2003). Cultura, identidades, subjetividades y estereotipos: Preguntas generales y apuntes específicos en el caso del fútbol uruguayo. En Pablo Alabarces (Comp.), *Futbologías. Fútbol, Identidad y Violencia en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO - Libronauta Argentina.

Bayce, R. (1989). *Cultura Política Uruguaya. Desde Batlle hasta 1988*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.

Caetano, G. y Piñeyrúa, R. (2018). *Uruguay en los mundiales. La búsqueda de la continuidad*. Montevideo: Editorial Planeta.

- Caetano, G. (2014). Artigas y Suárez. El “lugar” del fútbol en la sociedad uruguaya. *Cuadernos del Mundial* (CLACSO), (5), 3-4.
- Castoriadis, C. (2006/2005). *Una sociedad a la deriva. Entrevistas y debates (1974-1997)*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Castoriadis, C. (2013/1975). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires: Tusquets Editores.
- Dayan, D. y Katz, E. (1992/1995). *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Ediciones G. Gili.
- Goffman, E. (1997/1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hobsbawm, E. (2010/2009). Nacionalismo y nacionalidad en América Latina. En Pablo Sandoval Comp.), *Repensando la subalternidad. Miradas críticas desde/sobre América Latina*. Popayán: Envió Editores.
- Morales, A. (2006). Maracaná. El Mito: Hibridación y generalización en el discurso del fútbol uruguayo. *Ciencia, Deporte y Cultura Física*, 2 (2), 46-55, Colima, Colombia.
- Protocolo presidencial en la bienvenida de la Selección (2010). Montevideo: *LaRed21*. Recuperado el 19/07/18 de: <http://www.lr21.com.uy/deportes/416462-protocolo-presidencial-en-la-bienvenida-de-la-seleccion>
- Rial, J. (1986). El “imaginario social” uruguayo y la dictadura. Los mitos políticos (de-re)construcción. En Carina Perelli y Juan Rial, *De mitos y memorias políticas. La represión, el miedo y después...* Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.
- Rosenberg, J. (1999). *Un grito de gol*. Montevideo: Santillana.



Tenfield. (Sin fecha). En Wikipedia. Recuperado el 12 de diciembre del 2018 de  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Tenfield>