

## **MARACANÁ Y LA MARACANIZACIÓN** ***El Mundial de 1950 en el imaginario colectivo de los uruguayos***

Andrés Morales<sup>1</sup>

**Resumen:** Este trabajo pretende abordar desde el punto de vista académico lo que significa para la identidad nacional de los uruguayos el mito de Maracaná. Para ello se analizarán distintos discursos surgidos en la prensa periódica de la época, su isotopía con los libros de texto escolares contemporáneos al acontecimiento, así como también las vinculaciones entre la política, la sociedad y la cultura de la llamada “Suiza de América” con la obtención del IV campeonato mundial de fútbol de 1950. La conclusión principal resalta el intenso proceso de hibridación entre los valores criollos nacionales, representados por el mate, el gaucho, el charrúa, el caudillo, etc con los valores discursivos que venían de la fundación británica, que llevan a maracanizar todo el discurso hacia el futuro y conformar una de las claves del imaginario colectivo del país.

**Palabras clave:** Hibridación, Suiza de América, Maracaná, prensa escrita.

**Abstract:** This article approaches the meaning of the Maracana myth for Uruguay national identity from an academic perspective. For this purpose, different discourses that arose in the press of that era will be analyzed, its contextualization with scholastic text books contemporary to the event. In addition, the connections between the politics, society and culture the “Switzerland of America”, named when Uruguay won the IV world soccer cup in 1950. The principal conclusion emphasizes the intense process of hybridization between the values of the countries criollos represented by mates, gauchos, charrúas, caudillos, etc, and the with discourses that have a British basis. This will lead “maracanizar” all discourses into the future and to comprise one of the Key aspects of Uruguay’s collective imagination.

**Key words:** Hybridization, Uruguay, Maracaná, press.

---

<sup>1</sup> Universidad de la República Oriental del Uruguay (Montevideo, Uruguay). Doctorando en Historia por la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la UDELAR. Coordinador del GRFU, Grupo De estudios sobre el fútbol del Uruguay, FHUCE-UDELAR. Docente de la Universidad del Trabajo del Uruguay. Email: [amorales1968@gmail.com](mailto:amorales1968@gmail.com)

Maracanã, fue prácticamente el símbolo, en el medio siglo, de un país que pensaba que con poco se podía, y creía en sí mismo, crecía a ritmos superiores al ocho por ciento anual, permitía una cierta movilidad social y transitaba tranquilamente en un mundo que todavía no había aprendido a conjugar el verbo globalizar (Gatti, 1992, pp.2)

## **Introducción**

Este trabajo se propone reflexionar conceptos críticos de la sociología de la cultura como hibridación, dependencia y colonización cultural pensándolos a partir de la invención y apropiación del fútbol como tradición en Uruguay y a la identificación con un estilo de jugar que con el tiempo pasó a llamarse la “garra charrúa”. Este término, con el proceso que denominaremos “maracanización” del fútbol y de la sociedad uruguaya toda, con el tiempo se generalizó y formó una autoimagen hacia el adentro y hacia el afuera de fantasía.

Hacia el adentro esta tradición inventada llevó a identificarse a los uruguayos, un país conformado básicamente por el aluvión inmigratorio europeo, con los caudillos rurales, el gaucho, el negro y los indios charrúas exterminados por los propios blancos colonizadores. Y hacia el afuera, “la garra charrúa” ayudó a generar la idea de asociar a Uruguay con un país formado por selvas, animales exóticos e indios guaraníes. Para ESPN, todavía cuando se habla de algún equipo uruguayo o el destaque de un jugador de este país en el exterior se refiere a la actuación de “los charrúas”. En todo caso, todo esto nos tiene que llevar a repensar la idea de cómo nos representan como latinoamericanos desde los centros hegemónicos. No olvidemos que las culturas portuguesa y española siempre fueron culturas periféricas de la Europa Occidental industrializada, la noción de América Latina es una copia de segunda mano de estos países. El estigma del latinoamericano como un mono; los latinos de América son los que están abajo y tienen caras de indios y son brutos. La imagen del puertorriqueño que nos brindan las seriales enlatadas de Hollywood, no son tan distintas a las fotografías del *The Sunday Times* inglés sobre “uruguayos” caminando por Londres tomando mate e identificados como “representantes del equipo charrúa”

Pasemos al tema de la hibridación y el desarrollo del concepto realizado por el antropólogo Néstor García Canclini precisamente en el prólogo a su libro *Culturas híbridas*.

Las mezclas interculturales son tan antiguas como las diferencias y los contactos entre las sociedades. Se acentuaron en la medida que la creciente complejidad social generó formaciones culturales distintas y las hizo interactuar dentro de cada país. (...) Estos procesos han recibido diversos nombres: mestizaje, sincretismo, creolización e hibridación. (...) El término hibridación ha ganado espacio en las dos últimas décadas, especialmente en español, inglés y portugués, para abarcar el conjunto de procesos en que estructuras o prácticas sociales distintas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas en los que se mezclan los antecedentes. (García Canclini, 2002, pp.123)

El mestizaje se refiere a las mezclas interétnicas, nombra las combinaciones de razas así como el ensamble de formas de vida y de pensamiento. El sincretismo estaría dado por las mezclas entre religiones diferentes; el ejemplo más claro sería santos católicos cristianos con adornos provenientes de rituales africanos. La creolización está enfocado a las mezclas lingüísticas. Con la hibridación tenemos una práctica cultural nueva, producto de la mezcla de dos culturas, que no es ni una ni la otra. El fenómeno híbrido tiene muchas similitudes con el mestizaje interétnico, en la medida en que lo que ha nacido tiene de una y otra raza, pero es distinto. También con el sincretismo; un ritual basado en deidades africanas y santos católicos es algo totalmente nuevo en lo que tiene que ver con la diversidad religiosa. Lo interesante es que estas culturas híbridas cuando son tomadas como invención de tradición están en la base de las identidades nacionales latinoamericanas. Y que desde el punto de vista simbólico construyeron la brasilidad, la chilenidad, o la uruguayez en base a la alteridad que permitía la invención de un “otro” cercano o lejano que llevara a ser “nosotros mismos”.

De acuerdo a lo expresado anteriormente llevaremos el concepto de hibridación desde el punto de vista antropológico al análisis del fútbol uruguayo y su desempeño en el Mundial de 1950. Para ello nos centraremos en la interpretación de prensa periódica de la época y su posible correspondencia con el discurso del fútbol de hoy. La idea es mostrar como hubo una “maracanización” hacia el pasado, el presente y el futuro.

### **1- La Suiza de América, el batllismo y el Mundial de fútbol de 1950**

Un 16 de julio de 1950, Uruguay le ganaba a Brasil por 2 a 1 y se consagraba campeón del mundo, ante el asombro y las lágrimas de doscientos mil brasileños que llenaban a reborar el estadio más

gigantesco del mundo. Dentro de los mitos y leyendas futbolísticas del país, no hay mayor que el triunfo de Maracaná.

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 celeste”, fue afirmado y apropiado como invención de tradición. Al cumplirse los 50 años del acontecimiento, toda la prensa entera le brindó una devoción similar al aniversario del natalicio o funeral de un prócer. Por lo que significó este triunfo para el Uruguay se ha escrito mucho, lo cierto que un mito desplaza a los otros anteriores, a partir del 16 de julio de 1950 y en adelante es Maracaná el eje conductor de todo el discurso futbolístico. Estamos ante un desplazamiento simbólico y una resignificación de lo que es ser los mejores. Nos interesa aquí, buscar los significados profundos y las articulaciones que este partido generó en la sociedad que llevó al fútbol a completar su proceso de hibridación, así como también los vínculos con la política. Y el papel fundamental que los medios de comunicación tienen en todo este proceso.

Tradicionalmente se asocia en el imaginario colectivo uruguayo a Maracaná con la Suiza de América. Y la Suiza de América es el Neobatllismo (fracción mayoritaria del Partido Colorado, que estaba en el poder en 1950) de Luis Batlle Berres, presidente que llega al poder en 1947. Pero Maracaná es mucho más que ello; veremos que cómo era un año electoral los principales subtemas de los diferentes partidos se disputaran a Maracaná como una bella princesa.

En muchos aspectos esta coyuntura señala el apogeo del Uruguay clásico, aquel que se había consolidado unas décadas antes, con la generación del Centenario. Democracia, justicia social basada en los brazos tentaculares del estado benefactor, un mercado interno protegido, fabulosos precios para los tradicionales rubros exportables (carne, lana, cueros) llevaban a que este país, bastante encerrado en sí mismo, mirara al exterior con optimismo.

Pero también estaba el otro partido tradicional, el Partido Nacional o Blanco (el liderazgo indiscutido de Herrera había llevado a la existencia del escindido partido blanco independiente). Los blancos eran una amenaza permanente para el partido colorado dado el enorme caudal de votos que acumulaba (sobre todo en el interior). Entre ambos partidos, El Colorado (batllista y no batllista), y el Blanco, en 1950 eran más del 90 por ciento de los votos. El porcentaje restante era tomado por los considerados Partidos de Izquierda, el Socialista y el Comunista y por un partido de ideas cristiano denominado la Unión Cívica. (Esto iba a cambiar en 1971 con el nacimiento de un Frente de Izquierda denominado el Frente Amplio, actualmente en el poder en Uruguay).

## **2-El Mundial de fútbol de 1950**

### **2.1-El rol de la radio y su relación con la prensa escrita**

El IV Campeonato Mundial de Fútbol nacía en condiciones todavía muy desfavorables para el internacionalismo del fútbol llevado adelante por la FIFA. Europa acaba de vivir cinco años atrás la segunda guerra mundial (el conflicto bélico más grande de toda la historia). Las consecuencias sobre este Mundial fueron directas. Alemania, por ejemplo, no le fue permitido concurrir. La URSS todavía no estaba incluida en el mundo de la FIFA. Argentina, una vez más, le decía no a la participación en el mundial brasileño. Y de esta manera continuaba con un proceso aislacionista iniciado en el Mundial de 1938 y que duraría veinte años (ya que volvería a concurrir nuevamente a partir del Mundial de Suecia en 1958). Lo único favorable era, además del regreso de Uruguay a la justa mundial (la AUF había realizado el boicot al Mundial de 1934 y 1938), la integración de las Islas británicas. Inglaterra, Escocia, País de Gales e Irlanda del Norte pasaron a integrar también el conjunto de naciones que conformaban la FIFA (en un hecho trascendental en la historia del fútbol).

Para el Mundial de 1950, el cambio decisivo era que la radio (a diferencia de la década del veinte y del treinta) había tomado un rol protagónico. Para seguir en directo los resultados de los partidos ya no era necesario ir a ver el resultado parcial que publicaban los pizarrones de los diarios, que lo hacían inmediatamente que llegaba el mensaje del telégrafo. La radio, que se había masificado ya en la década de los cuarenta, anunciaba otros tiempos. Se podía seguir el partido desde el living comedor a medida que llegaban las palabras emocionadas del relator deportivo preferido. 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; de esta manera los diarios de mayor tiraje y ventas se buscaban acercar a las radios de mayor audiencia. Pero en esta época, no sólo era el interés empresarial el que predominaba sino que era la política la que dominaba los medios. Cada sublema de los dos partidos tradicionales tenía un diario en la calle, que muchas veces era matutino y vespertino, pero además, cada diario tenía una relación con alguna radio, ya que se captaba la importancia de llegar por medio del mensaje radial a las masas. Para la cobertura de Maracanã tres radios principales cubren el acontecimiento:

-CX 8 Radio Sarandi-relator : Carlos Solé

- CX 18 Radio Sport-relator: Chetto Pellicari
- CX 24 La voz del aire- relator: Dulio De Feo.

Lo interesante es que el enviado especial del diario *El Día*, Ulises Badano, era a su vez el comentarista de los partidos junto con el comentarista principal de la radio, don Luis Víctor Semino, de los relatos de Pellicari en CX 18 radio Sport. A su vez esta radio era propiedad de CX 14 Radio El Espectador, que el batllismo tenía una audición denominada precisamente “Viva el batllismo” todos los días y en donde se hacía publicidad a esta audición en Radio Sport. Por otro lado *El Día* publicaba en sus ya tradicionales páginas, fotografías de su enviado especial y redactor jefe de la página deportiva con Pellicari y Semino. De alguna forma, unos se hacían publicidad a los otros, y el gran destinatario de la misma era en este caso los batllistas de la lista 14 (que le disputaban el poder dentro de la fracción batllista del Partido Colorado a Luis Batlle Berres). Cuanto mayor audiencia tuviera la radio, más lectores potenciales tendría el diario, y más oyentes y lectores las secciones especiales de la lista rumbo al año electoral. Los políticos eran conscientes que un buen discurso, en lenguaje llano y popular, le podía llegar en forma simultánea a un público masivo y policlasista. Y que mejor que un buen relator deportivo para a la vez atraer a las masas que lo seguían a las audiciones proselitistas. Ya no sólo bastaba con el diario si no que ahora la radio imponía a todos los candidatos buscar adonde estaba la audiencia. La radio abre oportunidad para alianzas de corte diferente al triángulo tradicional. La hegemonía de *El Día* se había quebrado.<sup>2</sup>

Por otro lado, Dulio de Feo y la *Voz del Aire*, terminan acercándose al círculo del diario *Acción* y de la radio *Ariel*, que eran los medios de comunicación dominados por el presidente Luis Batlle Berres, disputaba la hegemonía del batllismo.

El partido nacional ve en la radio la gran oportunidad de llegarle a la gran audiencia rural y del interior del país. *El Debate*, el principal diario herrerista del momento, encuentra en el matrimonio con el relator deportivo mayoritario la oportunidad de cautivar a la audiencia masiva, en anonimato, que empezaría a identificarse con el medio de

---

<sup>2</sup> En Uruguay el triángulo tradicional se conformaba entre *El Día*, el batllismo y el fútbol. *El Día* genera la consolidación de un primer campo periodístico deportivo. El poder seguir en un tiempo bastante cercano las peripecias de Uruguay en los juegos olímpicos de 1924 y 1928 fue obre de los dios. En 1924 la novedad absoluta la da *El Día* al mandar a París un enviado especial. El ilustre Lorenzo Batlle Berres sigue en vivo y en directo los triunfos futbolísticos de Uruguay en los Juegos. La crónica de su experiencia, junto con las fotos, eran mandadas por correo vía paquebote marítimo y podían demorar un mes. La gran novedad tecnológica de la época era la combinación de un diario de masa a vintén y el telégrafo eléctrico. El telégrafo mandaba los cables con las noticias en el correr de horas, y de minutos en el caso de los partidos.

comunicación nombrado. Su acercamiento a la Radio Sarandí y a Carlos Solé, el relator con mayor audiencia del país, y las fotografías sacadas por Alfredo Testoni, que se transformaron hasta el día de hoy en el símbolo de Maracaná para todos los uruguayos, llevaron a que estos dos medios se transformaran en los principales. El enviado especial del diario, Trifón Ilich, es, al igual que pasaba con Badano en *El Día*, el comentarista de la radio junto al principal de la misma, Heber Lorenzo. El fotógrafo Testoni no pierde oportunidad de sacar fotografías de Ilich, junto a Solé y Lorenzo; el mensaje era que se estaba ante el principal grupo que cubriría el gran acontecimiento. En CX 8 Radio Sarandí aparece todos los días, aparte de la cobertura del mundial, “el diario del campo”, en donde se busca llegarle a los habitantes de las estancias, las granjas y las chacras, dando novedades necesarias en todo lo que tiene que ver con la producción agropecuaria. A su vez, se hacía publicidad a la audición herrerista en CX 46 Radio América, en donde al igual que en el espacio en el diario, se le recordaba a los uruguayos cuanto tiempo iban a seguir permitiendo estar en manos de la dinastía de los Batlle.

## **2.2- El discurso y la mezcla intercultural**

Pasemos al análisis del discurso periodístico y su mensaje híbrido, en donde los elementos criollos aparecen mezclados con el viejo estilo fundacional británico. Antes del partido con Bolivia, que es esperado con gran ansiedad por el país futbolero, las fotografías de Testoni van a la concentración que está en Belo Horizonte pronta para debutar. En la tapa del diario: “la muchachada celeste está tomando mate en la concentración”. Recordamos que en las ediciones de revistas geográficas y costumbristas dedicadas al río de la Plata siempre aparece, cómo imagen, unos mal llamados “gauchos” (ya que son peones de estancia), tomando mate, mientras se hacen un muy sabroso asado con cuero criollo. Son célebres las reacciones de los ingleses ante el mate que llevaban los jugadores de la delegación uruguaya. Esperaban enfrentar a la celeste y su célebre “garra charrúa” en un partido que estuvo dentro de una gira que Uruguay realizó por Europa en 1990 antes del mundial de Italia. Aparecen las primeras confiscaciones por tratarse de droga que podía ser tan prohibida cómo desconocida, así como la fotografía del portero de un hotel en pleno centro de Londres preguntándole al arquero de “la celeste” que era eso. El chupar la infusión mientras se habla en ojotas y musculosa, se juega a las barajas y se espera el debut en el campeonato pasó a formar parte de la tradición. Tradición que hacía las delicias de las fotografías de Testoni, en su serie “Escenas criollas” dentro de la cobertura del campeonato del mundo.

Sostenemos que los encuentros Uruguay-Inglaterra forman parte de una serie simbólica autónoma en la historia del fútbol celeste. Se juega nada menos contra el imperio y lo que esto representa, y recordamos que en la afirmación de la identidad futbolística nacional; Inglaterra es el “otro” lejano, es la alteridad que fue generando significados nacionalistas. Por eso el debut de Inglaterra por primera vez en una Copa del Mundo había generado tanta expectativa en Uruguay. Dentro de las delegaciones europeas que se habían dignado venir a las lejanas tierras tropicales brasileñas ninguna generaba tanto interés como la de la “Rubia Albión”. Sobre ellos se habían dicho cosas maravillosas; el equipo que en el escudo y como símbolo tiene el león británico jugaba un fútbol similar a una máquina, eran los auténticos maestros. Su técnico, místico Winterbotton, había llegado con un libro mostrando como se debía jugar al fútbol. La flema británica, su visión imperialista del juego, la había llevado a permanecer aislada de las principales competiciones internacionales.

Luego de su debut y victoria frente a Chile es derrotada 1 a 0 por EEUU. El enviado especial de *El Debate* nos deja este comentario:

Los británicos son players de pizarrón. A los lectores de nuestro diario debe haberles provocado sorpresa pero no extrañeza el contraste sufrido por el representativo inglés frente a EEUU, (...). Siempre hemos luchado contra ese clima de superioridad a todo lo que lleva el rótulo de extranjero, más aún cuando conjuntamente con ello se crea un complejo de inferioridad en nuestro pueblo deportivo, (...). La fama del fútbol inglés tuvo más suerte que la nuestra, ya que sin las credenciales mundiales y olímpicas del fútbol celeste, goza de una popularidad que le debe sustentar el tan respetado rótulo de “Made in England”. Según la historia parece que fueron los inventores del fútbol, pero otros lo adoptaron y perfeccionaron (...). Suman los celestes mayor número de virtudes, jugando bien son más geniales, con variantes individuales y colectivas que los ingleses no saben practicar. Tienen estos un padrón de juego rígido y se aferran a él hasta lo absurdo, (...). El león inglés se retiró con la cola entre las piernas del Estadio Independencia de Belo Horizonte (IILICH, 1950, pp.12)

Encontramos, en este comentario, el complejo de inferioridad que siempre mantienen los países de América Latina frente al mundo anglosajón. El “football” de las islas ya era prestigioso sólo por decir “made in England”; esto no hace más que reflejar la dependencia cultural que existía hacia los centros. En el fondo, el león inglés era el inventor del juego, el había impuesto las reglas y la forma de jugar, y por eso su derrota era mucho más que un simple partido de fútbol. Era el demostrar que se puede, que estos países, si bien han copiado todo lo que venía de Inglaterra, también pueden superarla. Y lo pueden hacer realizando un acto antropofágico; sí el camino era tomar lo que Inglaterra aportaba, era en el sentido de devorar su juego, asimilarlo,

hacer la digestión, y luego tomar sus virtudes. Inglaterra hacia del juego un apéndice más de la revolución industrial, jugaba como una máquina fría y sistemática en donde no había lugar para el talento y en donde los jugadores se movían como engranajes mecanizados. Ante esto, el criollo, una vez adoptado el juego tenía que agregarle la picardía y la viveza propia de las tierras donde habitaron el gaucho y el indio. La improvisación derivada de la gambeta, tiraba abajo los aburridos y rígidos esquemas. La gambeta, ese quiebre de cintura que hacia ir para un lado y para otro a los rivales, es un término que viene del movimiento que hacia el ñandú al ser corrida para atraparla. Por otro lado, para los inventores, este movimiento era el dribling; el exceso de dribling llevaría a dejar de lado el ideal pedagógico que tenía la enseñanza de este deporte británico en las escuelas. (Soares, Antonio y Salles, José, 2002).

En este complejo proceso de hibridación, el discurso periodístico de la época mezcla las virtudes de la “nuestra” con palabras que todavía se arrastran de la fundación británica. Encontramos, por ejemplo en el partido que Uruguay, ya en la segunda fase juega y empata con España un poco de todo esto. El partido es presentado cómo el choque entre la garra de los uruguayos<sup>3</sup> y la furia de los españoles.

Uruguay shoteo más que España, (...) el winger Ghiggia fue imparable. Los dos insiders malograron situaciones de ataque. Se

---

<sup>3</sup> Con respecto al tema de la garra celeste es preciso hacer algunas puntualizaciones. Con las representaciones que sobre el fútbol uruguayo realiza la prensa brasilera (que se está trabajando para la tesis y que este trabajo no pretende ser más que ser un informe de avance) no aparece nunca el estilo celeste enmarcado por las palabras “la garra charrúa”. Esta palabra no aparece nunca. En el caso uruguayo, los diarios analizados en esta entrega hablan de la garra, pero esta idea no es el eje central de su discurso. En todo caso, al igual que pasa con la brasilera, lo que está en la base de las narrativas es el fútbol ciencia que había dejado la “celestes olímpica”. Esta es la verdadera tradición que luce en los discursos. El periodista Aldo Mazuquelli plantea que el relato que atribuye a la “garra” las victorias antiguas del fútbol uruguayo no coincide temporalmente con sus grandes hazañas. El relato fue construido a posteriori, por gente que en lo esencial no había vivido los hechos creándose un revisionismo histórico. Mazuquelli plantea que el punto más alto de este revisionismo fue la colección *100 años de Fútbol*, dirigidas por el periodista Franklin Morales. Hay una reorganización entre las relaciones entre el pasado, el presente y el futuro del fútbol uruguayo tomando el Mundial de 1950 y la hazaña de Maracaná una centralidad absoluta y quedando por encima de otros triunfos. Y surgiendo capítulos dedicados a la “garra”, a los “caudillos”, al cuadro ideal de todos los tiempos, a las grandes conquistas a nivel de selección y de clubes. Todos “maracanizando” el estilo del fútbol uruguayo desde ahí y hacia el futuro. Esta historia deja de lado, para el investigador, cualidades centrales del fútbol rioplatense, tanto uruguayo como el argentino. Y esta cualidad central era la gambeta y el toque corto fruto del choque del estilo criollo enfrentado al estilo tipo máquina anglosajón. Era aquel fútbol y aquel estilo que había deslumbrado a Europa con la generación de la celeste olímpica y que luego de la epopeya del 50 ya casi nadie recordaba. (Mazzucchelli, 2018)

malograron goals cantados (...), el score pudo ser justo aunque hizo más meritos Uruguay. (...) Los forwards celestes debieron haber tomado con decisión la iniciativa (...) Miguez pudo haber sido ese elemento (CEA, 1950, pp.11-12).

Por un lado a los “celestes” (la importancia de la invención simbólica del color celeste para representar a Uruguay) les aflora “la sangre charrúa” cuando juegan al fútbol (y no football) dirigida por su máximo “caudillo” Odulio Varela y se agrandan ante la adversidad. Pero las palabras son británicas: los punteros son los “wings”, los mediocampistas, los insiders y los forwards, los defensores los half y los backs, el arquero es el goalkeeper, la pelota es la “ball”, la cancha es el “field”, los equipos son los “teams”, el tiro es el “shot”, el gol es el “goal”. Encontramos que el gaucho, el caudillo de las montoneras, el charrúa, la viveza criolla, la gambeta y la garra celeste van mezclándose afirmando un estilo que ha dado lugar a muchas interpretaciones y que el relato de los partidos con Suecia y la final con Brasil va a hibridizar más. Las palabras en ingles son todo un significado del difícil camino al fútbol criollo.

La idea de Pulgarcito, de David contra Goliat, está en la base de la garra celeste; en el partido contra Suecia, que Uruguay remontó ganándole 3 a 2 y no demostrando un buen fútbol, el enviado del diario deja traslucir claramente que nos salió “el indio”. Algunos de sus titulares del viernes 14 de julio de 1950, luego de la victoria:

Resurgió la garra oriental. Cuando la sangre charrúa llegó al corazón de los celestes, trajo consigo la victoria. Cuando aparece la vieja garra celeste se esfuman los rivales (a lo que continua una fuerte crítica a la forma que se había jugado, en donde se había perdido el espíritu de la generación olímpica, que hubiese sentido vergüenza de haberlos visto jugar tan mal).<sup>4</sup>

Parecía que en las difíciles salía “el indio”, que ayudaba a que “los celestes” se transformaran en charrúas, que pasaban a agrandar la montonera dirigida por un caudillo que daba muestras de coraje sin igual, y que liderara a la tropa realizara “gambetas” como los ñandúes. Recordemos los relatos épicos de la historia patria, en donde los charrúas primero, y luego el “ejército nuevo” de Artigas primero en la batalla de las Piedras, y luego Lavalleja en la de Sarandi, vencen respectivamente a los imperios español y brasileño, con armas de menor calibre. Al grito de “Carabina a la espalda y sable en mano”, frase que los niños escolares graban en su memoria, el caudillo Lavalleja da muestras de coraje y bravura sin igual y con eso desbanda al poderoso ejército enemigo. El caudillo y el habilidoso se transforman en verdaderos símbolos del fútbol uruguayo. En la final de Maracanã,

---

<sup>4</sup> *El Debate*, 14 de junio de 1950, pp.6.

Obdulio Varela, el principal caudillo de la “celeste” de todos los tiempos, había liderado una jaula defensiva en donde se habían parado los embates de una selección brasileña rutilante de estrellas blancas y negras y con hambre de golear. Este caudillo hizo gala en el partido de la picardía.

La picardía era una cualidad rastreable en los gauchos matreros y libérrimos, en los diversos modos de resistir diplomáticamente el centralismo virreinal bonaerense y los sucesivos intentos de dominación española afrancesada, inglesa, bonaerense, portuguesa y brasileña. Asimismo, la “garra” parecía prefigurada en el rechazo a los invasores ingleses, en la epopeya artiguista (“si no tengo soldados pelearé con perros *cimarrones*”) y en la epopeya de la independencia simbolizada en el General Lavalleja y sus treinta y tres orientales que iniciaron la liberación del territorio (BAYCE, 2003, pp.169)

El símbolo que también encierra enormes paradojas y que entra en el discurso futbolístico de Maracaná es el del negro en el fútbol uruguayo. Obdulio Varela es “el negro jefe”. A diferencia de Brasil o Cuba por ejemplo, donde la incorporación del negro al deporte ocupa un lugar central, en Uruguay, el negro y su cultura siempre ocuparon un lugar secundario, y si bien fue integrado nunca lo fue en un plano de igualdad. El negro “uruguayo” es un negro triste; dentro de una sociedad masivamente descendiente de inmigrantes, el negro no se integra nunca plenamente a la sociedad y vive en barrios de “gheto”, su reducido número llevaban a que sus tradiciones y rituales fueran algo excéntrico en la sociedad montevideana, y eran metódicamente discriminados a nivel de empleos y trabajos de prestigio, por lo tanto, en su integración al estilo “criollo” no tienen un rol central sus virtudes y características tropicales marcadas por la alegría y el fútbol-arte. Entra en la “nuestra”; la “nuestra” era una tradición inventada donde se ve el estilo dominado por el caudillo, la viveza criolla, el charrúa y su garra, el mate, lo gauchesco y lo latino (representado por los apellidos españoles e italianos) opuesto a la anglosajón. Por lo tanto, su habilidad o su fortaleza física se hibridizan con los otros dos valores dominantes que son mayoría; los valores criollos y los valores de los gringos inmigrantes. El mulato, que nos es “negro azul como el brasilero”, si no que es “marrón” a la uruguayana, por ser “medio y medio” será el que mejor represente todo esto. Obdulio Varela, que era mulato es el “negro jefe”; pero en el discurso periodístico no tiene rol de negro, el es el “caudillo de las montoneras”. Con el candombe pasa el fenómeno inverso; es el negro el que permita al blanco entrar en su universo cultural.

Veremos la isotopía que se da entre este discurso y el de los libros de texto escolares. El libro Primero del curso de Historia Patria

de HD (y que estaba vigente en 1950 para uso escolar y liceal) comienza de la siguiente manera:

Somos Orientales. Nuestra patria es la República Oriental del Uruguay. El país que más amamos. Hace cinco siglos este país era completamente desconocido. Lo habitaban indios salvajes.”(HERMANO DAMACENO, 1955, pp.6)

Durante décadas generaciones enteras de uruguayos entendían que la raíz de la nacionalidad existía ya desde hace cinco siglos, porque los indios salvajes vivían en el país. Eran “uruguayos” y tenían su territorio en lo que en la contemporaneidad la cartografía moderna dibujo como Uruguay. Hay un destino que ya viene de los tiempos legendarios. En el prólogo del libro se introduce a los niños, con toda su carga de inocencia y de ternura, en el estudio de la historia nacional.

Conforme vayáis subiendo las diferentes edades de la patria, encontraréis al pie de esa escala a los indomables charrúas, que lucharon con denuedo contra la conquista española (...), aparece Artigas (...), el fundador de la nacionalidad oriental, nuestro orgullo, nuestra gloria! (...) a quiénes vereis vengado por los bravos treinta y tres, quienes bajo el amparo del Cielo, declararon libre e independiente a la joven república Oriental del Uruguay, ante la faz del mundo estupefacto (Ibid, pág.7)

Ubiquémonos por un instante en el niño inocente, escolarizado, que deja la moña azul sudorosa de la escuela dispuesto hacer los deberes bajo la cálida mirada de su madre y que en las hojas *Tabaré* (las hojas escolares obligatorias para hacer los deberes) tienen que hacer una redacción sobre la patria tomando al texto. Su imaginación, desbordada, inocente y abierta, ve acompañado al texto de lectura obligatoria, un dibujo en donde el celeberrimo piloto y explorador Juan Díaz de Solís es muerto de un flechazo en la garganta por los indómitos charrúas que a fuerza de las pedradas que salían de las boleadoras ahuyentan a los descubridores y futuros conquistadores del país. El primer mensaje de la lección aprendida es que en este país, a los extranjeros se los combatía con coraje y valor indómito. En la comunidad imaginada nacional Uruguay es siempre Pulgarcito, el célebre personaje que a fuerza de coraje, inteligencia y astucia logra vencer a los gigantes y que está en la base del imaginario. Curiosamente el relato de los charrúas no se cierra en esa lectura que se le brinda al niño; no se le termina de contar que el hermano del primer presidente de la república y fundador del partido colorado, don Fructuoso Rivera, los mandó a exterminar en una emboscada en la célebre batalla de Salsipuedes. Los charrúas, la tribu llevada a la altura de un mito nacional por los libros de texto y por los monumentos

montevideanos en su honor, era tomada cómo símbolo de la barbarie, y la mayor tragedia que sufría el propietario de la estancia cimarrona de la época era el “malón”, inmortalizado en cuadros de Juan Manuel Blanes, en donde los salvajes se llevan a una bella criatura para la cueva. Por eso los restos de la tribu fueron barridos hacia el norte del territorio y luego exterminados llevándose a los supervivientes del genocidio llevado adelante por los colorados a una exposición en París como especies humanas raras en vías de extinción proveniente de un país semisalvaje de la América del Sur. Dentro de la lucha de la civilización contra la barbarie que dominó el siglo XIX rioplatense. Más adelante, el llamado “poeta de la patria”, Zorrilla de San Martín, crea la imagen romántica del indio que ha sido exterminado por los hermanos de su raza. El poema nos lleva al mito de *Tabaré*, el indio charrúa de los ojos azules. Lo más curioso de todo esto es que los charrúas no eran ni por cerca la tribu más numerosa en el territorio que hoy abarca Uruguay son los guaraníes, los nombres de los ríos, la fauna y la flora, la costumbre de tomar mate así lo atestiguan y es por eso comprensiva la confusión que todavía tienen los europeos ante este país. Pero también aparecen los caudillos-próceres Artigas y Lavalleja. Recordemos que los caudillos y la montonera gaucha eran los enemigos de los proyectos centralistas de la capital. Ahora, los caudillos pasan a servir a la mitología nacional inventada, contribuyendo a unir a Montevideo y el interior en la bandera nacional sagrada que tanto emociona al niño. La idea del niño en este texto, es que los caudillos nos llevaron a ganar batallas imposibles contra las tropas del imperio español y portugués respectivamente. Los gauchos de sus ejércitos vestido con ponchos, chambergo y armados con cañas tacuara y boleadoras, descalzos y con armas primitivas, a caballo criollo, resaltan en su contraste con los lustrosos uniformes de los oficiales y los soldados de la tropa imperial. Al igual que pasaba cuando afloraba la garra charrúa ante un rival superior. Y hasta podemos encontrar un paralelismo del célebre cuadro de Artigas frente a la ciudadela realizado por el pintor de la patria Juan Manuel Blanes, en donde este aparece con la mirada seria y cruzado de brazos, con las fotografías de los caudillos del fútbol oriental aparecidas en fascículos de colección en la década de los sesenta, en donde el caudillo del equipo aparece en la misma posición que Artigas, pero en vez de liderar a toda una nación lidera a un equipo de fútbol.

El imaginario del fútbol uruguayo se comienza a configurar, a partir de la supuesta hazaña de Maracaná, en base a que “los celestes” ganen partidos imposibles. Los niños en las batallas imaginan a sus héroes luchando contra los imperios, ven cómo los pigmeos derrotan a los gigantes, que, debido a la astucia y a la viveza, se podía vencer con piedras, palos y cañas tacuara, a ejércitos profesionales pertrechados con armas de fuego y artillería. Esta también es la garra charrúa; sí el

enemigo es superior hay que sacar el indio adentro y el caudillo tiene que aventurar a todo el equipo a lo imposible. Entramos al mito bíblico de David contra Goliath, en que el más débil vence al más fuerte y se produce el milagro.

### **3-La maracanización: pasado, presente y futuro**

La maracanización es un término utilizado por primera vez por el semiótico uruguayo Fernando Andacht, para afirmar que Maracaná terminó modelando a toda la sociedad uruguaya.

Seguir soñando con Maracaná es, de alguna forma, seguir creyendo que, junto con la identidad uruguaya, así como tenemos que tener una escuela pública, una jubilación justa- que se va degradando a ojos vista- nos corresponde salir campeones mundiales de fútbol... Maracaná es creer que no puede haber un mundo mejor; “maracanizarnos” es quedar fijos en el par de escenas de una victoria. Una victoria que segregariza (...) Maracaná es el triunfo de la medianía. Cuando el intendente va a llevarle una condecoración por su aniversario, Obdulio Varela lo recibe en alpargatas, en la cocina tomando mate. Si Obdulio fuera el dueño de una cadena de supermercados y tuviera un mercedes en la puerta, dejaría de ser un mito. Lo que tiene de ideal esa imagen de Maracaná y de Obdulio es que se trataba de gente común. Uruguay se piensa como David enfrentando a Goliath. Se ama a sí mismo viéndose como David, chiquito, que nadie de un cobre por él, y de ese lugar, de golpe, surge el milagro (ANDACHT, 1992, pp.10)

Para entender los efectos de la maracanización en la sociedad uruguaya desde 1950 hasta el presente es fundamental abordar la crisis del Uruguay batllista o Uruguay clásico y las correspondencias que tuvo con la crisis en el fútbol pos-maracaná. Es un proceso que llega hasta nuestros días, esto es, la relación entre la conquista del 50 y el magro desempeño (salvo excepciones como trabajaremos) del fútbol uruguayo desde esa gesta en adelante. El periodismo deportivo fue el encargado de generar, con respecto a Maracaná, un imaginario similar a un resorte en donde lo que se quería siempre era volver a la hazaña de 1950. Aquel impulso inicial se transformaba en un freno. Las sucesivas catástrofes con los pares sudamericanos y con las potencias europeas llevaron a la pérdida del autoestima nacional vinculado al fútbol. Más bien se transformó en un espacio para generar el quejismo y la crítica a todo lo que tenía que ver con lo uruguayo. En el fondo era una manifestación más de una crisis que no paraba de crecer.

En el gran espectáculo del fútbol global (tanto a nivel de clubes como de selecciones y que comienza a configurarse en la década del

setenta y ochenta) al fútbol uruguayo le cuesta mucho a hacerse un lugar. En vez de Maracaná, de una gran conquista, se comienza a soñar con un maracanazito. Hasta la propia clasificación a un Mundial comienza a verse como un logro.

Sorpresivamente, en el Mundial de Sudáfrica 2010 Uruguay obtiene un cuarto puesto. En todos los discursos periodísticos, tanto los de la derrota como los del “milagro” de Sudáfrica, el Mundial de 1950 y su sombra estuvieron presente. En el Mundial de Sudáfrica 2010 la relación entre el pasado, el presente y el futuro del fútbol uruguayo y su relación con la sociedad adquieren una resignificación sólo comparable a Maracaná.<sup>5</sup> Uruguay obtiene el cuarto puesto en la Copa luego de una excelente actuación y de protagonizar un partido épico contra Ghana en los cuartos de final. El sociólogo Leonardo Menciondo plantea que la alegría de este evento no tenía la sombra del 50.

*“Maracaná nos hizo muy mal . Nos pensamos invencibles y durante sesenta años vivimos de esto. Que pasa para las nuevas generaciones para quiénes los jugadores del 50 no significan nada?. O significan lo mismo que puede significar Artigas. Los jóvenes necesitan representaciones colectivas adecuadas a su época. Uruguay debe reinventarse en clave distinta a la que siempre nos pensamos.”(MENDIONDO, 2010, pp.4)*

Gustavo Leal, incluso va más allá.

*“El relato del país de la medianía se resquebraja y agoniza. Uruguay le está diciendo definitivamente adiós a Maracaná desde hace algún tiempo .(...)También nos muestra que los uruguayos se alejan cada vez más del país que ofrece la medianía como proyecto”(LEAL,2010,pp.4)*

Reinventarse, refundarse, cambiar la relación con un pasado que paraliza. El decirle adiós a Maracaná, era decirle adiós definitivamente al Uruguay batllista. Aquel país de la mesocracia y la medianía en donde el sueño de todos era conseguir un empleo público seguro y entrar en la red del estado social de bienestar.

Algo similar pasó en los dos últimos Mundiales disputados por Uruguay (Brasil 2014 y Rusia 2018). La sombra del Mundial de 1950 estuvo ahí, impactando en la relación entre un pasado de oro y un presente en continua transformación.

## **Fuentes**

---

<sup>5</sup> Curiosamente, este cuarto puesto coincidió con un nuevo esplendor económico (superior incluso al de 1950), un retorno al imaginario de la Suiza de América, y la llegada al poder, por primera vez en la historia, de un partido de izquierda (el Frente Amplio que desplaza a los tradicionales colorados y blancos del poder).

El Día, junio-julio de 1950.

El Debate, junio-julio de 1950

El País, 4 de julio de 2010

Brecha, 9 de julio de 210.

### **Referencias bibliográficas**

ANDACHT F. (1992, 4 de agosto). Al término de un banquete interminable. Brecha, pp.2

BAYCE, R. (2003). Cultura, identidades, subjetividades y estereotipos. En P. ALBARCES (compilador), Futbologías, fútbol, identidad y violencia en América Latina (pp.163-177). Buenos Aires: Clacso.

CABO, Álvaro(2014) Vitória épica e tragedia nacional em 1950: um contraponto entre o Diário Carioca e veículos da imprensa uruguaia en CABO Álvaro, HELAL, Ronaldo Copas Do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol, Río de Janeiro, EDUERJ.

CEA, P. (1950, julio 10). Uruguay shoteó más que España. El Debate, pp.6-7.

LUCA, Tania Regina de(2005). *A história dos, nos e por meio dos periódicos*. En PINSKY, Carla Bassanezi (orgs.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto,

GATTI, D. (2000, julio 14). La identidad a patadas. Brecha, pp.10

García Canclini, N.(2002). Hibridación. En C. ALTAMIRANO(compilador), Términos críticos de sociología de la cultura (pp.123). Buenos Aires: Paidós.

HERMANO DAMACENO (1955). Ensayo de historia patria. Montevideo: Barreiro, pp.5-6.

ILICH, T. (1950, 14 de julio). Los británicos son players de pizarrón. El Debate, pp.12.

LEAL, Gustavo(2010, 9 de julio). El relato del país de la medianía se resquebraja y agoniza. Surge una nueva épica. Brecha, pp.7

MAZZUCHELLI, Aldo(2018, 20 de julio). El continuado suicidio simbólico del fútbol uruguayo. Brecha

MELO, Víctor Andrade(2007) *Historia comparada do Esporte*, Shape, Río de Janeiro.

MENDIONDO, Leonardo (2010, 4 de julio). Alegría sin la sombra del 50. El País Domingo, pp.3.

MORALES A. (2013). *Fútbol, identidad y poder*, Montevideo, Fin de Siglo.

SOARES, A., SALLES, J. (2002). O drible e a construação do estilo nacional. Trabajo presentado en el encuentro “Fútbol, globalización y medios de comunicación” del grupo “Deporte y sociedad” de CLACSO, Montevideo, mayo, UCUDAL.

Recebido em 31 de janeiro de 2019  
Aprovado em 30 de abril de 2019