

**Eduardo Bayón**

## **La patria de las once camisetas**

*Infopolítica*, 16 de julio de 2026.

Antes de ser un espectáculo de himnos y banderas, el fútbol fue un asunto de fábrica. **Nació en la Inglaterra industrial de finales del XIX, en los patios de las escuelas primero y enseguida en las cuencas obreras del norte, donde los equipos crecían pegados a una mina, una acería o un astillero.** El domingo era el día libre, y el campo, el lugar donde el obrero que durante la semana no era nadie se convertía en parte de un *nosotros* que ganaba o perdía con nombre propio. El fútbol no es una distracción que aleja de lo importante: **es una de las primeras formas modernas en que las clases populares aprendieron a pertenecer a algo colectivo**, a sentirse comunidad sin necesidad de que nadie se lo explicara. Conviene recordarlo antes de mirarlo por encima del hombro.

De aquella raíz viene lo que un siglo después hace el Mundial, a otra escala y más allá de una FIFA siempre turbia. Hay un instante que se repite con precisión de rito: la cámara barre las gradas, encuentra una cara pintada con la bandera, sube al palco donde algún político finge que entiende de fútbol, y baja al campo justo cuando suena el himno. Millones de personas que no se conocen ni se conocerán —que discreparían de todo si se sentaran a hablar— sienten durante noventa minutos que son un solo cuerpo. **El Mundial es la maquinaria de producción de identidad nacional más eficaz que ha inventado la modernidad.** Es, exactamente por lo mismo, el lugar donde con más claridad se ve que esa identidad no existe del modo en que dice existir.

Esa es la tensión interesante. **El fútbol fabrica una nación unívoca al mismo tiempo que expone que las naciones reales están hechas de lealtades que no encajan en el molde.** No son dos fenómenos que se contradigan. Son la misma cosa mirada desde sus dos caras.

### **La selección no refleja la nación: la produce**

Conviene deshacer un equívoco cómodo. Solemos hablar de la selección como si expresara algo que ya está ahí —un “carácter español”, una manera de ser que once futbolistas se limitan a poner en escena—. Es al revés. **La nación es una comunidad imaginada, un “nosotros” sostenido por gente que nunca coincidirá en la misma habitación pero que se piensa como unidad. La selección es el dispositivo que hace sentir esa abstracción.** No la refleja: la produce.

El aparato es sofisticado y está a la vista. El himno funciona como liturgia. La alineación opera como censo simbólico: once nombres que “somos nosotros” frente a los otros once que “son ellos”. Alrededor, una prensa deportiva que no narra partidos sino que escribe, capítulo a capítulo, el relato nacional de la temporada. El caso de “La Roja” es de manual: **tras los éxitos de 2008 a 2012 se construyó deliberadamente una marca despolitizada, un españolismo amable y consumible que podía celebrarse sin que nadie tuviera que declararse nada. Una identidad de bajo compromiso ideológico y alta intensidad emocional.** Ingeniería fina.

Luego está la camiseta, que en este Mundial merece capítulo aparte. Porque si algo ha desbordado toda previsión en 2026 ha sido su venta. Todo el mundo tiene una: la blanca de España, la verde de México, la amarilla de Colombia, las dos de Argentina que se cruzan por las calles. Las cifras son de vértigo —la camiseta de México superó los cinco millones de unidades y se convirtió en la más vendida de todo el catálogo de Adidas, por delante de Argentina, España o Alemania—, pero lo revelador es lo que hay debajo del dato oficial. Siete de cada diez camisetas de México que circulan por la calle son piratas. El dato asciende al ochenta por ciento en el caso de la camiseta blanca de España. El top manta, las réplicas chinas y tailandesas, el mercado informal que las marcas fingen no ver y los policías municipales hacen el paripé de perseguir para solo incomodar al eslabón más débil —el mantero—, han hecho algo que la industria oficial jamás habría permitido: **democratizar la pertenencia**. Por veinte euros, cualquiera se pone la nación encima. Ese detalle importa más de lo que parece. **La camiseta es el gran igualador emocional del torneo: la lleva quien puede pagar la oficial de cien euros y quien la compró en una manta a la salida del metro, y sobre el cuerpo las dos dicen exactamente lo mismo**. El símbolo de pertenencia más potente del planeta se ha vuelto, por la vía informal, casi universal.

### **Las identidades que no caben en la camiseta**

Es entonces cuando lo real interrumpe. **Esa nación unívoca que el ritual produce choca cada pocos minutos con identidades que la desbordan**. La lealtad al club que compite con la de la selección. La pertenencia regional que no se disuelve al ponerse la roja. El jugador de doble nacionalidad que “elige” —esa palabra, elegir la patria, que debería hacernos pensar más de lo que nos hace—. **Los hijos de la migración que encarnan una nación que no siempre los reconoce del todo como suyos** —Mariano Rajoy sabe algo de esto—.

**Lamine Yamal** es aquí el significante perfecto, porque lo condensa entero: producto de un barrio migrante de la periferia —cuyo código postal luce en la cinta del pelo— y a la vez emblema del proyecto nacional, disputado por todos los relatos a la vez —el de la España que se reconoce plural y el de la que preferiría que la grandeza deportiva no viniera de donde viene—. **En una sola figura conviven la nación como orgullo y la nación como campo de batalla**. La identidad deja de ser un bloque compacto y se revela por lo que de verdad es: un repertorio del que se echa mano según el momento, la grada, el resultado.

### **La fractura es el combustible, no la avería**

El error sería leer esto como una contradicción que descalifica al fútbol —como si el segundo movimiento desmintiera al primero—. No lo desmiente. Lo alimenta. **El fútbol vende unidad porque hay fractura. El ritual de pertenencia es tan intenso precisamente porque la pertenencia no está garantizada**: si de verdad fuéramos ya, sin fisuras, un solo cuerpo, no necesitaríamos noventa minutos cada dos años para sentirlo. La catarsis del Mundial es proporcional a la grieta que tapa.

Aquí es donde el asunto deja de ser deportivo y pasa a ser político. **Si el fútbol es el gran productor de emoción colectiva y pertenencia popular, la pregunta es quién sabe habitar ese territorio y quién lo ha cedido**. El

periodista **Ignacio Pato** lo formuló con una honestidad que conviene recoger entera: “Tengo la sensación de que para cierto progresismo el fútbol es un territorio que es una cosa de ‘hombres de derechas’, por decirlo rápido y mal. Y en los últimos años la izquierda no ha encontrado la forma de encarar la emoción y lo popular, y el fútbol es eso”.

Ahí está el nudo. **El fútbol es emoción y es lo popular** —las dos materias primas de las que está hecha cualquier identidad colectiva movilizable—. Es, además, lo que fue desde su origen en las fábricas: un asunto de clase trabajadora antes que de nadie. **Renunciar a él por incomodidad cultural, tratarlo como un terreno ajeno o sospechoso, no es una posición estética: es una renuncia política, y con un punto de amnesia sobre de dónde viene el propio juego.** Se abandona el lugar donde millones de personas practican el pertenecer, y ese lugar no se queda vacío. Lo ocupa quien no tiene reparos en hacerlo.

### **Lo que el fútbol sabe de nosotros**

Al final, **el Mundial es el mejor laboratorio disponible para observar en qué se han convertido las identidades colectivas.** No han desaparecido, como se anunció durante décadas. **Se han vuelto performativas, situacionales, negociables: se activan ante la pantalla y se matizan al día siguiente; se sienten como esencia y funcionan como elección.** La camiseta parece decir que somos uno —y ahora, además, que cualquiera puede serlo por veinte euros—. Los once cuerpos que la visten —de dónde vienen, qué lenguas hablaron primero, qué banderas se cuelan en la grada que los anima— cuentan la verdad más interesante: que **la patria, vista de cerca, siempre está hecha de piezas que no terminan de encajar.** Quizá sea eso, y no su contrario, lo que la mantiene viva.