

VICENTE VERDÚ Alemania 2006

La marca España

VICENTE VERDÚ 01/07/2006

0 votos : Vota 



La vieja historia del fracaso de nuestra selección es un cuento demasiado viejo. Todos los equipos de fútbol, nacionales o no, son productos elaborados no frutos naturales de la región, el país o la patria. Seguir atribuyendo la imposibilidad de traspasar octavos o cuartos de final a la idiosincrasia de nuestros jugadores es equivalente a negar la posibilidad de mejorar el vino, la productividad o la calidad del profesorado.

La noticia en otros webs

- [webs en español](#)
- [en otros idiomas](#)

Francia no era nada hace diez años y ahora nos atemoriza porque además de mostrarse superior posee el aura formidable de haber ganado un Campeonato del Mundo. Francia no se encontró con el regalo de una cosecha natural, fabricó su equipo. Hasta el maíz, la soja o el arroz se fabrican detenidamente, recurriendo a la bioquímica o al injerto.

Ahora, prácticamente en la selección de cualquier país se alinean jugadores nacionalizados, injertados de otras plantaciones. Nosotros tenemos ya dos y Francia reúne a más de la mitad procedentes de fuera o nacidos de ciudadanos sin raíz autóctona. Lo que cuenta es la marca Francia. Ocurre lo mismo que con Tommy Hillfiger: ni una sola prenda nació de sus diseños ni de sus fábricas: todos son productos de *osutsurcing* expuestos bajo una marca.

¿Formar, por tanto, toda una selección con jugadores extranjeros? No es necesario tanto. Bastan unos cuantos de altísima calidad, al modo del argelino Zidane para aspirar al campeonato. Injertar, planificar y promover las propias canteras, desplegar una racionalización inteligente del trabajo, con fórmulas extranjeras o no, conduciría a mejores cosechas. Y así se actúa generalmente en todo el mundo globalizado donde los artículos se controlan desde el principio al fin con la máxima racionalidad y estrategias de mercado.

Seguimos aquí, sin embargo, demasiado abrazados al tótem de la fatalidad. Porque todavía parece creerse en los imponderables designios del destino, en nuestra pobreza histórica, en nuestra inferioridad secular respecto a la Europa rica. No obstante, ¿quién no ve hoy en esta creencia lo más reaccionario y negativo de nuestra tradición trágica?

La consecuencia de llevar la selección hasta la final de un Mundial de fútbol puede ser más importante económica y políticamente que la apropiada negociación con ETA, que la firma del Estatut y los Estatutos, que el equilibrio presupuestario, que el crecimiento del empleo y del PIB porque la totalidad de estos factores se aprovecharían de su benéfica influencia. ¿Cómo comprender, por tanto, que no se convierta en una primera cuestión de Estado?

Los días pasados, previos a la humillación de Hannover, la posible victoria de la selección en un Mundial de fútbol fomentaba el buen humor, la salud y la trabazón colectiva. Con el éxito en el Mundial la marca España se habría alzado con tal resonancia internacional que todavía es más desconcertante cómo las autoridades políticas y deportivas siguen los hechos, desde hace años, con tanta ignorancia, pasividad e ineptia.