

EL FÚTBOL, UN EMBAJADOR DE ESPAÑA EN COSTA DE MARFIL

DIOMANDE Zinié Ella

Assistante

Enseignante-Chercheure

Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody, (Côte d'Ivoire)

Département d'Etudes Ibériques et Latino-Américaines

zinusdio@yahoo.fr

Abstract

Football occupies a prime place in Ivory Coast, a country that has given so much talent to the world. The diffusion on the Ivorian territory and by private channels of championships in which brilliantly evolve spanish footballers constitutes the opening of a new branch of the relations between the two countries. The aim of this work is to reveal, beyond the passion generated, the role played by Spanish football in the implantation of Spanish in Ivorian society.

Key words: Football, Ivory Coast, Spain, Passion, Culture

Resumen

El fútbol detiene un lugar destacado en Costa de Marfil, un país que ha dado tantos talentos al mundo. La difusión en el territorio marfileño y por canales privados de campeonatos en los cuales compiten brillantemente futbolistas españoles constituye la apertura de una nueva vertiente de las relaciones entre ambos países. El objetivo de este trabajo es revelar, detrás de la pasión suscitada, el papel que juega el fútbol español en implantación del español en la sociedad marfileña.

Palabras claves: Fútbol, Costa de Marfil, España, Pasión, Cultura

Résumé

Le football occupe une place de choix en Côte d'Ivoire, pays qui a donné tant de talents au monde. La diffusion sur le territoire ivoirien et par des canaux privés de championnats dans lesquels évoluent brillamment des footballeurs espagnols, constitue l'ouverture d'une nouvelle branche des relations entre les deux pays. L'objectif de ce travail est de révéler, au-delà de la passion suscitée, le rôle que joue le football espagnol dans l'implantation de l'espagnol dans la société ivoirienne.

Mots-clés: Football, Côte d'Ivoire, Espagne, Passion, Culture

Introducción

En Yopougon, uno de los barrios populares de Abidjan, nos hemos encontrado una vez con un grupo de niños procediendo a la distribución de las posiciones para un partido de fútbol en un campo improvisado. Se repartían no sin dificultad las posiciones según los nombres de famosos jugadores y es lo que más nos llamó la atención. Escuchamos un tal Messi, Cristiano Ronaldo, Griezman, Suárez, Benzema o Iniesta. Antes de que terminen su reparto, habíamos notado ya que la mayoría de los nombres citados era los de jugadores del marco español.

De este pequeño juego de niños, hemos percibido ya el interés que la población marfileña tiene por el fútbol español. En efecto, aparte de la juventud ya marcada, los niños también se invierten en esta pasión del fútbol español. Para Costa de Marfil, un país tradicionalmente de cultura futbolística, el amor por el fútbol extranjero se entiende. Pero, para que un país hispanófono se imponga en un país francófono, tendrá que existir unos factores considerables.

Decidimos entonces abordar la problemática de la naturaleza de la pasión por el fútbol español en Costa de Marfil en el objetivo claro de revelar su verdadero alcance más allá de la emoción futbolística. Dicho de otra forma, ¿Cuáles son los factores del gran interés marfileño por el fútbol español? ¿Cómo se traduce esta pasión? Y, ¿cómo puede influir el fútbol en las relaciones entre España y Costa de Marfil? Así, a partir de la lectura o del estudio de las informaciones aportadas por autores y periodistas deportivos, llevaremos un estudio descriptivo de la presencia del fútbol español en Costa de Marfil. Se tratará de realizar una exposición narrativa, numérica, lo más detallada y exhaustiva posible de esta realidad. Esto significa que en la primera parte del trabajo, abordaremos el historial de la presencia del fútbol español en Costa de Marfil. Luego, en la segunda parte, veremos las manifestaciones del fenómeno que, en la tercera parte, interpretaremos.

1. Historial de la internacionalización del fútbol español

La presencia notable del fútbol desarrollado en el ámbito español se debe al concurso de factores existiendo tanto en España como en Costa de Marfil. Se podría hablar de la coincidencia de una política de fomento y profesionalización de la actividad futbolística en España con la liberalización audiovisual observada en Costa de Marfil, aunque las podríamos relacionar con la tendencia globalizadora del desarrollo y de la propaganda en el mundo audiovisual.

1.1. La revolución audiovisual

El movimiento general de digitalización que se observa, en la última década del siglo XX, ocasiona naturalmente la llegada de la televisión digital es decir, la televisión vista por satélite, por cables o por medios terrestres. Así, de las emisoras únicas en los años noventa, pasamos a canales generalistas que ponen películas, concursos, documentales o noticiarios. Luego, “interviene la multiplicidad de canales y aparece la televisión “temática”: cada canal emite un tipo de programa o se dirige a un sector de público específico. Por ejemplo, hay canales que sólo emiten cine, otros música, o deportes, o programas infantiles o dibujos animados, o documentales.” (Bartolomé, 2010, p.7) Para nosotros, la revolución verdadera del audiovisual ocurre a partir del momento en que canales se dedican a la difusión de programas específicos especialmente en el caso del fútbol. En efecto, el hecho de que cadenas de televisión se especialicen en la difusión de actividades deportivas y que las promuevan, participe en su internacionalización.

En otros términos, la tematización en la televisión se considera como esta innovación, mejor, esta exclusividad que atrae y seduce. Para un público francófono como el de Costa de Marfil, la revolución audiovisual empieza con la posibilidad de suscripción y la de tener acceso a programas del exterior. En esta dinámica, la creación en 1998 de la cadena deportiva francesa CANAL+ Vert que luego pasa a llamarse CANAL+ SPORT en 2003, constituye un giro decisivo en la historia audiovisual marfileña. La llegada de la cadena con programas deportivos internacionales comentados en francés se puede

considerar como el verdadero punto de arranque del interés del público marfileño a los programas deportivos internacionales y por lo tanto de los programas de fútbol españoles que han podido adaptarse a las normas internacionales.

1.2. El fútbol español y su proceso de internacionalización

Si España se conoce en la actualidad como una nación del fútbol, es que procedió ya al inicio del siglo XX a una rápida instalación del deporte de masa como el fútbol en el sentido de desarrollo de un sistema productivo capitalista. Como lo nota María Ramírez Moreno (2018, p.13), “el fútbol se ha convertido durante el último siglo en el rey de todos los deportes, convirtiéndose en uno de los negocios más rentables en la actualidad y adquiriendo un gran impacto tanto económico como social”. Esto significa que España considera muy temprano este alcance del fútbol como deporte que enrole a una cantidad de jóvenes quienes, a su vez, garanticen la rentabilidad del inverso.

De forma concreta, la institucionalización y profesionalización del fútbol español no tardan en realizarse. Xavier Torredadella y Antoni Nomdedeu (2016, p.7) explican que:

Conflictos entre clubes, escándalos, profesionalismo y la politización concedieron al fútbol una genuina dinámica que ningún otro deporte poseía. En el fútbol convergieron multiplicidad de intereses y de oportunidades de negocio. Otra de las consecuencias de la popularización del fútbol se constata con la fundación en 1926 de la Real Federación Española de Fútbol, institución que reglamentó el profesionalismo, y con la creación, en la temporada 1928/29, del Campeonato Nacional de Liga.

Como en la mayoría de las naciones de fútbol, la creación de una federación para reglamentar las actividades futbolísticas participa en su dinamización aunque, a veces, las decisiones políticas emanando de sus directivos las pueden debilitar. Con el campeonato Nacional de Liga, se intensifica la competición entre los clubs de tal modo que cada uno quiera tener a jugadores talentosos en su equipo. La participación de España en el campeonato Mundial de Fútbol en 1934 en Italia es también ilustrativa de su capacidad a enfrentarse con equipos mundiales.

Es cierto que el reclutamiento de jugadores procedentes del extranjero no se hace tácitamente ya que la necesidad no se impone tanto en el marco de la liga nacional en la cual, mejor se promueve los talentos nacionales. Pero, hoy en día, “la Liga Española, acredita ser la mejor liga del mundo por la gran cantidad de títulos que sus equipos han conseguido en competiciones europeas, así como contar con varios de los mejores jugadores del mundo entre sus filas” (A. Vega, 2016, p.5). Y hablando de eventos deportivos, el que más impulsa la internacionalización del fútbol de grandes naciones, particularmente de España es sin duda la puesta en marcha de la Copa de Europa conocida hoy como la Champions League.

1.3. La UEFA Champions league y la internacionalización del fútbol español

Aparte de la Copa del Mundo, la competición que reúne cada cuatro años las selecciones nacionales, la UEFA Champions League constituye el evento deportivo más atractivo y seguido. Nace en un contexto post segunda guerra mundial marcado por rivalidades entre las naciones europeas. El caso del anuncio por la prensa inglesa, en 1954, que el Wolverhampton es el mejor equipo del mundo es ilustrativo del espíritu de competición que reinaba entre las naciones europeas. Según Sandialo Gómez, Magdalena Opazo y Macarena Barrios (2011, p.7), “la UEFA nació en el año 1954, y en el año 1955, por iniciativa del periódico deportivo francés L'Équipe y de Santiago Bernabéu, el entonces presidente del Real Madrid C.F., se decidió dar inicio a una competición entre clubes al nivel europeo”.

Ya al inicio, se ve claramente el papel de la prensa en la propaganda deportiva. Y el hecho de que sea el presidente del Real Madrid, uno de los pioneros de esta mítica competición europea, nos permite comprender la presencia notable y muy esperada de los clubes españoles en la Champions league. La del Real Madrid se entiende ya que parece ser la Champions la que la dinamiza y la internacionaliza.

Y más allá del caso del Real, son todas las naciones de fútbol en Europa que se inscriben en este marco competitivo ya que se enfrentan los mejores clubes nacionales. Así, desde 1955 y además del Real, España propone a lo largo del tiempo, clubes competitivos tales como el Fútbol Club Barcelona, el Club Atlético de Madrid o el Valencia FC. Si a estos clubes se añaden un Manchester United F.C. o un Chelsea F.C. de Inglaterra, un F.C. Bayern de Alemania, un Juventus F.C. o un Milan A.C. de Italia, un F.C. Porto de Portugal y un Paris-Saint-Germain de Francia por nombrar solo estos, nos encontramos en “el torneo de fútbol más importante del mundo, por delante del Mundial, Ligas o Eurocopas” (EcoDiario.es, 2014).

El éxito de la Champions League no solo reside en el alto nivel de juego de los clubes participantes sino también en el poderoso aparato de su promoción por el mundo. Y por promoción, se entiende los asombrosos inversos financieros, la propaganda por la prensa, y sobre todo la extensa mediatización. A este propósito, CANAL + Sport es el grupo mediático que, con la exclusividad de difusión que tiene, hace conocer a países africanos como Costa de Marfil, el fútbol internacional en general y el español en particular.

2. El fútbol español en Costa de Marfil

Por medio de la promoción y de las transmisiones por satélite de los partidos de fútbol internacional, el público marfileño se entera poquito a poco de la existencia de una copa mundial, de la liga española y de la UEFA Champions League. La audiencia deportiva marfileña no tarda en aumentar.

2.1. El contexto deportivo de Costa de Marfil

Costa de Marfil es una nación de fútbol por el número considerable de sus jugadores por el mundo. Antes de la llegada de la Champions, el público deportivo marfileño se conformaba con la transmisión de los partidos de fútbol nacional y de los de la Copa mundial que solo se podía ver entre cuatro años y también con la Copa de África y la Copa Europea,. La televisión nacional, la que poseía el derecho exclusivo, de difusión proponía partidos entre clubes nacionales entre los cuales los dos más potentes eran *Africa Sport National* y *Asec Mimosas*. El público se conformaba con disfrutar de lo que le proponía la cadena nacional.

En el caso de la difusión del Mundial, nos acordamos que nos despertábamos a veces a las cinco de la madrugada para no perdernos la única transmisión de un partido tan esperado. Pero, con motivo de la liberalización audiovisual que interviene en los años noventa, el acceso a nuevos programas atractivos se posibilita. La llegada del grupo Canal Horizons en 1994 en el país se puede considerar como el punto de arranque de la dinamización audiovisual en Costa de Marfil. Los marfileños que se pueden pagar la suscripción disfrutaban de una gama media de programas. Los aficionados del fútbol se maravillan con la difusión de partidos inhabituales. Además de los clubes y jugadores nacionales, se descubren nuevos nombres, nuevos partidos más dinámicos que los del Mundial.

Aunque la televisión nacional, consciente del peso que representa el fútbol nacional, se invierte en el pago del derecho de difusión y la transmisión de partidos importantes, las cadenas especializadas en la transmisión del fútbol se llevan la mejor tajada. Se retiene ya los campeonatos más atractivos, es decir, las competiciones tales como la Champions League o la Copa de Europa en las cuales se ven jugadores de renombre tales como Ronaldo, David Beckham o Zidane.

2.2. El interés por los internacionales marfileños

La dinamización del campeonato marfileño y la aparición de jugadores de alto nivel, capaces de evolucionar al extranjero, dan otra perspectiva a la situación futbolística. En este mismo contexto de dinamización de los campeonatos europeos, directivos de grandes clubes empiezan a interesarse por el fútbol africano muy proveedor en general y los futbolistas marfileños sobresalientes en particular.

Así, cuando, en los años noventa jugadores marfileños como Zoro Marc André o Lassissi Saliou se internacionalizan respectivamente en Salernitana en Italia (Abidjanshow.com, 2017) y en el Stade

Reinnais en Francia de donde está prestado al club italiano Parme (Stade-rennais-online.com), el público futbolístico marfileño se interesa más por los campeonatos internacionales. “En noviembre de 2005, Marc-André Zoro solo tiene 21 años cuando es víctima del odio y de la tontería de seguidores del Inter Milan. Cuando está enfrentando a los Nerrazzuri con su club de Messine, sufre los insultos racistas de una parte de los Tifosi negro y azul durante una buena parte del partido”¹(M’Bo, 2014). El alcance de este asunto llama la atención y despierta más el interés de los marfileños.

Y cuando el Real Madrid, para rivalizar con clubes italianos, decide contar con:

futbolistas míticos como: [...], Hugo Sánchez, que compartió vestuario con la Quinta del Buitre (Emilio Butragueño, Michel, Rafael Martín Vázquez, Miguel Pardeza y Manolo Sanchís) o los que llegaron después Raúl, Guti, Roberto Carlos..., sin olvidarnos de «los galácticos» Ronaldo, Figo, Zidane y Beckham. En 2012, el club contaba con jugadores tan importantes como Cristiano Ronaldo, Kaká, Xabi Alonso, Marcelo, Sergio Ramos [...] y el capitán del equipo, Iker Casillas, estaba considerado el mejor portero del mundo (Yuste, 2013, p.7).

Con los galácticos, era casi imposible perderse un partido del Real Madrid y mejor se portaba el campeonato español a la escala mundial con la ayuda de la mediatización en exceso.

2.3. La Liga española en Costa de Marfil

Si con la Copa mundial de Fútbol se memorizan sin cuidado nombres tales como Ronaldo, Roberto Carlos o Zidane, con la llegada de nuevos campeonatos dinámicos, el público marfileño se familiariza con un Cristiano Ronaldo opuesto a un Messi en la Liga. El 19 de marzo de 2019, "la Liga Espagnole et MTN Côte d'Ivoire ont paraphé un contrat de partenariat qui permettra à l'entreprise de téléphonie mobile d'avoir un accès exclusif aux informations du championnat espagnol."(sport-ivoire.ci, 2019). En efecto, la Liga otorga a MTN el derecho de comercializar contenidos exclusivos de los veinte clubes participantes al campeonato español. Esto es una ilustración del arraigo del fútbol español en Costa de Marfil.

CANAL+ Sport la emisora exclusiva al nivel internacional de los partidos de la Liga española, las hace, en general y en vivo a las 19h GMT. Lo que la afición denomina por “un clásico”, es decir un encuentro entre el Real Madrid y el FC Barcelona, dos grandes del fútbol español, se difunde a una hora pico. En Costa de Marfil, es por lo general, los jóvenes más informados sobre la Liga que se lanzan hacia los televisores al alcance. Ya que la difusión de tales partidos es reservada a una cadena privada, los que tienen la posibilidad y los medios por acceder a los servicios de dicha cadena gozan del partido y lo cuentan luego a los demás.

A menudo están más al día del campeonato los acostumbrados a la apuesta deportiva que resulta más productivo con la buena frecuencia de los partidos. La Liga se vive en Costa de Marfil con un entusiasmo algo inferior a lo de la UEFA Champions League a menos que estén opuestos en un partido dos famosos clubes españoles. Y en tal caso, dicho partido valdría bien uno de la Champions porque a esta escala también, el encuentro entre el Real Madrid y el Barcelona es esperado por el mundo entero.

2.4. La UEFA Champions League en Costa de Marfil

Si no sabes o si te había olvidado la difusión de un gran partido de la Champions en Abidjan, te enterarás con los gritos de los seguidores por toda la ciudad. La situación se parece sensiblemente a la de un partido del equipo nacional. Mejor, parece que los marfileños siguen con la misma pasión patriótica los partidos de la Champions. Aparte de los canales privados CANAL+ y SuperSport que tienen el monopolio de difusión, la televisión nacional hace todo lo posible para poder retransmitir la UEFA Champions.

¹ La Liga española y MTN Costa de Marfil han concluido un contrato de asociación que permita a la empresa de telefonía móvil tener acceso exclusivo a las informaciones del campeonato español”. Nuestra traducción.

Desde 2003, por el hombre de negocios beninés Christian Lagnidé, directivo del grupo LC2-Afnex, que se compró los derechos TV África de la Copa Africana de Naciones y de la UEFA Champions League, las televisiones nacionales interesadas como la de Costa de Marfil, tienen la posibilidad de comprar los partidos. En un estudio de Séverine LAURENT (2019), Alain Doumouya, director de deportes de la RTI en Costa de Marfil de 2004 à 2014, nos explica que : "depuis le début des années 2000 et jusqu'à aujourd'hui, les médias d'État sont obligés de se rapprocher des palais présidentiels lors de chaque saison importante de football [...] Donc, nos présidents payent les matchs, et tout le monde le sait."²

Si sumamos a estas condiciones complejas de pago y difusión de los partidos la exclusividad que detienen cadenas privadas, el resultado es el prestigio que posee la UEFA Champions League en Costa de Marfil. Se entiende así el entusiasmo sin par del público futbolístico marfileño a las siete de la tarde en cafés populares, bares y salones para seguir cada minuto del partido y participar con argumentos convincentes durante el debate postpartido. Durante los noventa minutos o más que dura el partido, casi todo para en los barrios populares de la capital marfileña. La tensión es más viva cuando se trata de un clásico de la Champions. Y hoy en día, de los míticos que se conoce en la historia del fútbol, el que opone a Real de Madrid y el Barcelona es el más esperado.

Si antes, los marfileños se interesaban más por un Chelsea-Liverpool gracias a la brillante carrera de su compatriota Didier Drogba en el campeonato inglés, el encuentro entre los dos clubes españoles es el más prestigioso y excitante de todos por sus palmareses respectivos. Con un Real Madrid que está a la cabeza con 19 títulos, seguido por un Milán F.C y un Barcelona F.C con 14 títulos cada uno (uefa.com, 2019) se entiende mejor el efecto del choque entre los dos españoles, de donde la globalización del término *Clásico* en el mundo futbolístico para referirse a un partido entre dos grandes clubes.

3. El enfoque interpretativo.

La presencia del fútbol español en Costa de Marfil, más allá de la pasión expresiva que ocasiona en el público, incrusta en la sociedad marfileña y de modo hábil, huellas casi indelebles de lo español en tierra francófona.

3.1. La reconfiguración del paisaje audiovisual y social

En un país como Costa de Marfil que desde su independencia solo se complace con un grupo mediático de Estado y que cuenta más de dos grandes crisis socio políticas entre 1999 y 2011, la cuestión de diversificación y del entretenimiento del público permanece. Es cierto que al nivel nacional, existían ya un campeonato nacional con sus divisiones y una copa del nombre del primer presidente Félix Houphouët Boigny, pero, con la serie de crisis que conoce el país y la ralentización de la actividad deportiva que conlleva, el deporte internacional desempeña este papel aliviador y ameno.

El fútbol llega a ser el tema que nos hace olvidar y nos ayuda a superar la ansiedad relacionada con el conflicto. En un dossier sobre la política del fútbol en África, Susann Baller y Martha Saavedra (2010, p.10) indican que:

En Côte d'Ivoire, en pleine guerre civile, des personnalités et divers médias ont présenté l'équipe nationale de football comme une force unificatrice pour le pays lors de sa qualification pour la Coupe du monde 2006 et alors qu'elle atteignait la finale de la CAN [...] un match nul de la Ligue européenne des clubs champions permettant au FC Barcelone de se qualifier pour la finale est devenu un enjeu de débat [...] Au centre de ces débats, Didier Drogba, attaquant de Chelsea, l'équipe défaite, et Yaya Touré, le défenseur de Barcelone.³

² Desde inicio de los años 2000 y hasta hoy, los medios de Estado están obligados a acercarse a palacios presidenciales durante cada temporada importante de fútbol. [...] Así, nuestros presidentes pagan los partidos y lo sabemos todos. Nuestra traducción.

³ En Costa de Marfil, en plena guerra civil, personalidades y diversos medios han presentado el equipo nacional de fútbol como una fuerza unificadora para el país con motivo de su clasificación para la Copa del Mundo de 2006 y cuando alcanzaba

Así, en lugar de debates políticos, la población marfileña y la juventud masculina sobre todo se entrega de ahora en adelante a debates acalorados sobre el fútbol. En los barrios populares de Costa de Marfil, para los incondicionales del fútbol, basta con encontrarse en una cabina telefónica, un *grain*⁴, un bar o en cualquier lugar público para llevar un debate sobre el partido de la víspera, la selección del entrenador, la cualidad del arbitraje, la buena o mala actuación de un jugador esperado, la comparación entre dos jugadores de la misma posición o incluso el más rico de los dos jugadores líderes del campeonato español. Al igual que las discusiones vivas que se dan entre apasionados, el cambio del paisaje social es impresionante.

3.2. La transposición de la rivalidad futbolística española en Costa de Marfil

Thibaud Leplat, el autor de *Clásico: la guerre des mondes* presenta el partido entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona como “la más gran rivalidad deportiva de la historia. Porque nunca se interrumpe. Porque se repite al menos dos veces al año desde más de un siglo.” (prestatairedefutur.wordpress.com, 2013) De acuerdo con Leplat, reconocemos que el encuentro entre estos dos equipos tiene una envergadura inigualable. Y lo más sorprendente es que la rivalidad leyendaria entre los dos clubes se exporta por el mundo.

En Costa de Marfil, esta rivalidad se vive, mejor, está implantada en la sociedad. Si en España, esta cuestión está íntimamente relacionada con la historia política, en Costa de Marfil, dos campos se han fomentado a este propósito. No tiene forzosamente algo que ver con la política pero, existe en Costa de Marfil apasionados del Real Madrid y los del Barcelona F. C. En otras palabras, se oponen frecuentemente fanáticos de Messi con los de Cristiano Ronaldo. Y la trasfencia de Cristiano en el club italiano Juventus no cambia nada en la rivalidad entre los dos campos. Es como si siguiera jugando en España.

Diríamos que no cuenta mucho la ausencia física de Cristiano en España ya que, en Costa de Marfil, los debates entre apasionados se llevan generalmente sobre el número de goles marcados por cada uno, la cualidad de la técnica de ataque, el mérito por el Balón de oro, la actuación personal en las selecciones nacionales respectivas o incluso el más influyente. Y más allá de estos aspectos relacionados con la actividad deportiva misma, la persona del jugador adulado se destaca a menudo.

3.3. El fenómeno Cristiano Ronaldo

Durante el evento del Milano City, Antonio Cassano, un antiguo jugador, hablando de la actualidad del fútbol europeo, se ha permitido hacer la comparación entre Cristiano y Lionel Messi en estos términos: “Messi est le meilleur joueur du monde et de l’histoire. Il n’a pas d’adversaire. Cristiano est un phénomène, mais Messi, c’est autre chose.”⁵ (actualiteivoire.info, 2019).

Sin querer reavivar el debate entre los fanáticos, diríamos que este punto de vista de Cassano se puede confirmar en Costa de Marfil. En efecto, “el culto de la persona de Cristiano” es impresionante en el país. Del peinado de Cristiano hasta sus tabletas de chocolate, nada se descuida. No hablaremos del muy popular número 7 que se llevan por todas partes en los barrios populares. Sentirse identificado con Cristiano por el físico es lo común pero, lo que sorprende agradablemente es el hecho de que un aficionado quiera reproducir en su vida la determinación y la tenacidad que encarna su ídolo en el campo

la final de la Copa Africana de Naciones [...]. Un empatado de la Liga Europea de Clubes Campeones permitiendo al FC Barcelona clasificarse para la final se ha convertido en un reto de debate [...]. En el centro de estos debates, Didier Drogba, atacante de Chelsea, el equipo vencido y Yaya Touré, el defensor de Barcelona Nuestra traducción.

⁴ Lugares de encuentro de penas o grupo de amigos en los cuales se suele pasar tiempo charlando, preparando y bebiendo té natural.

⁵Messi es el mejor jugador del mundo y de la historia. No tiene adversario. Cristiano es un fenómeno, pero Messi, es otra cosa. Nuestra traducción.

de juego. La belleza física y la entrega que encarna Cristiano Ronaldo hacen de él la estrella adulada por un público más joven y femenino a veces.

El hecho por lo cual Cristiano decide hoy conquistar el África occidental con el grupo hotelero Pestana CR7 y sobre todo “empezar por Costa de Marfil y planea implantar su insignia en el mercado de la primera economía del espacio Uemoa” (C. Chanhoun, 2019), no es casual. Es cierto que el futbolista de origen portugués ambiciona el florecimiento de sus negocios en la parte occidental de África y que el rendimiento económico de Costa de Marfil últimamente le confieren el perfil casi ideal, pero, un proyecto de tal envergadura se encara y se hace posible en un país donde la popularidad del jugador es evidente. Costa de Marfil se puede considerar como tierra conveniente a la inversión de Cristiano Ronaldo, siendo tierra conquistada por su talento. Y en tal caso, la huella del jugador se incrustará más en el territorio marfileño.

3.4. El vocabulario futbolístico español y su implantación en Costa de Marfil

En un territorio francófono como Costa de Marfil, la presencia de palabras de origen español en la vida cotidiana es asombrosa y placentera a la vez. Términos futbolísticos como *Clásico*, *Pitchitchi*, *Remontada* o *Goleador* se escuchan en debates de calle. Son usados, generalmente por el público deportivo.

Aparte de *Pitchitchi* que parece no tener equivalente en francés, los tres otros términos son fácilmente traducibles y entonces reemplazables por el referente francés. Claramente hablando, el mundo futbolístico marfileño pudiera usar *Classique* en vez de *Clásico*, *Remontée* en lugar de *Remontada* y *Buteur* en sustitución de *Goleador* por ejemplo. En efecto, del mismo modo que *Clásico*, como *Classique* se refiere a la misma realidad de un partido entre dos grandes clubes, *Goleador* y *Buteur* se usan para el jugador que marca un gol.

Sin embargo, el hecho de elegir las formas españolas obedece, para nosotros, a la necesidad de inscribirse en el marco general de hispanización del lenguaje futbolístico internacional. Es decir que para estar de moda, adoptamos los términos futbolísticos que están en boga. En Costa de Marfil, nos apropiamos estos términos y las usamos en la misma lógica española. Pero, a menudo vamos más allá del sentido común atribuyendo a la palabra otro sentido de índole estético.

El *Pitchitchi*, es decir, el jugador de fútbol que mete más goles en la liga española, es usado en Costa de Marfil para cualificar a un hombre guapo y seductor como Samuel Eto'o Fils cuando jugaba en Barcelona. Gracias al desempeño del atacante de origen camerunés en el club catalán, el término *Goleador* termina designando al Donjuán aunque no sea uno forzosamente. La extrapolación del sentido que se observa no molesta tanto ya que para los hombres, la hermosura y la capacidad de seducción se consideran como un halago. Así, del marco deportivo, lo español se extiende a la vida diaria del marfileño.

3.5. El interés marfileño por lo español

A partir de la difusión de la Liga española y de los partidos de la UEFA Champions League en Costa de Marfil, lo español se instala tácitamente en la vida marfileña. Más allá de los partidos y de la sensación que crean en la hinchada, el interés por España es latente. El fútbol promueve la cultura española. En efecto, por él, el telespectador marfileño descubre los nombres de las comunidades, de los campos míticos o de personalidades relevantes de la historia de España como por el ejemplo en caso de Santiago Bernabéu que ha llegado a ser uno de los nombres más conocidos por el mundo futbolístico. Solo con la frecuente pronunciación del nombre de un jugador en su camiseta, el seguidor aprende, sin darse cuenta, de la fonética española.

Del mismo modo, poder llevar un debate con argumentos convencidos, necesita para el apasionado una cultura general y futbolística española bastante rica. Y a este propósito, la firma del convenio entre MTN Costa de Marfil y la Liga que permite a la primera difundir noticias de la segunda a sus abonados, es

ilustrativa. Con este convenio, la empresa de telefonía móvil proporciona a sus clientes informaciones sobre la Liga misma y la vida de sus jugadores, dándoles a conocer así su entorno profesional y familiar a veces.

La difusión de partidos brillantemente ejecutados y la propaganda mediática estimula en el joven interesado por una carrera futbolística una envidia descontrolada a veces. Gracias al campeonato español que la prensa promueve, España se ha convertido en uno de los países más codiciados por jóvenes soñadores de Costa de Marfil.

Stéphane Dathe (2018), periodista en Sport-Ivoire.ci nos transmite este mensaje de la Liga española escrito en su página Facebook y dirigido a los Elefantes de Costa de Marfil. En esencia, estipula el mensaje que “la Liga felicita a Costa de Marfil que se ha clasificado por la Copa Africana de Naciones”. Para el periodista, “este apoyo de la Liga podría también ser percibido como un gesto de gratitud por el fútbol marfileño cuyos internacionales tales como Yaya Touré (Barcelona 2007-10), N’dri Romaric (Sevilla, 2008-12) o Zokora Didier (Sevilla 2009-11), han hecho su promoción”. En realidad del mismo modo como los marfileños, fascinados por el fútbol español se interesan por él, los españoles conscientes de la ventaja que representa Costa de Marfil por la extensión de su poderío futbolístico, lo expresan mediante una creciente colaboración. Al final, es un interés que va evolucionando según las prioridades de cada país.

Conclusión

Las relaciones entre España y Costa de Marfil han ido fortaleciéndose por la magia del fútbol. Con su modo blando, el fútbol español ha llegado a incrustarse en la vida cotidiana del marfileño en un contexto continuo de demanda. Si se reconoce a cadenas privadas tales como CANAL+SPORT el hecho de haber llegado en Costa de Marfil en el buen momento, al público futbolístico marfileño, se lo debe el buen acogimiento de los nuevos campeonatos propuestos. De todas formas, siendo Costa de Marfil un país del fútbol, el éxito de la propuesta española se entiende, igual que la adulación de estrellas del campeonato español.

La historia del fútbol entre los dos países sigue haciéndose por nombres mediatizados en demasía. Hoy, aparte del talento del jugador, la prensa es la que construye el mito entorno a él y le asegura seguidores de por vida. El fútbol español ha gozado de este apoyo mediático en Costa de Marfil y el camino queda abierto para intercambios beneficiosos en términos de reclutamiento de nuevos talentos desde Costa de Marfil hasta España o de ayuda al desarrollo del fútbol marfileño.

Es hora de orientar la cooperación futbolística hacia el empeño de los ídolos sobre el terreno. Igual la intensificación de los reclutamientos legales nos permitirá a todos acabar con la fuga de talentos marfileños al extranjero por vías ilegales y peligrosas. El tema de la inmigración clandestina desde Costa de Marfil hasta España, que ya forma parte de la agenda de la cooperación entre ambos países, es entonces la problemática por solucionar para evitar que la pasión de los marfileños por el fútbol español se vuelva nociva al final.

Bibliografía

ÁLVARO Vega Félix, 2016-2017, *Análisis de la Premier League vs Liga Española 2005-2015 ¿Cuál es la mejor liga del mundo?*, Universidad de Valladolid, Facultad de Filosofía y Letras.

BALLER Susann y SAAVEDRA Martha (2010), *Les terrains politiques du football. La politique du football en Afrique: mobilisations et trajectoires*, Le dossier, Politique africaine n° 118.

BARTOLOMÉ, 2010, *La revolución audiovisual*, Video digital, Capítulo I.

CERVERA Rafael Calduch, 2005, *Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales*, Madrid, universidad complutense.

GÓMEZ Sandialo, OPAZO Magdalena y BARIOS Macarena, 2011, *UEFA Champions League: el éxito de una estrategia empresarial y deportiva*, IESE Business School-Universidad de Navarra, Documento de investigación.

MORENO María Ramírez, 2018, *Impacto de los eventos deportivos. Análisis de la UEFA Champions League*, Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria.

SEGOVIA Yuste Mercedes, 2013, *El Real Madrid CF ¡Hala Madrid!*, Madrid, Sociedad General Española de Librería, colección saber.es.

TORREBADELLA Xavier i Flix1 y NOMDEDEU Antoni i Rull2, 2016, *La popularización del fútbol en España. Análisis del fenómeno a través de la literatura especializada del fútbol (1920-1936)*, Revista General de Información y Documentación, Edición Complutense.

Webografía

Actualiteivoire.info, 2019, «*Cristiano est un phénomène et Messi est le meilleur de l'histoire* », en <https://www.actualiteivoire.info/sport/cristiano-est-un-phenomene-et-messi-est-le-meilleur-de-lhistoire/> (01.10.2019).

CHANHOUN Carinos, 2019, *Cristiano Ronaldo arrive en Côte d'Ivoire*, afriquesports.net, Flash Afrique, <https://www.afriquesports.net/flash-afrique/cristiano-ronaldo-arrive-en-cote-divoire>, (01.10.2019)

DATHE Stéphane, 2018, *El.CAN 2019 : Les Eléphants félicités par la Liga*, Abidjan, sport-ivoire.ci, <http://www.sport-ivoire.ci/football-elephants-can/elcan-2019%C2%A0-les-el%C3%A9phants-f%C3%A9licit%C3%A9s-par-la-liga>, (03.10.2019).

EcoDiario.es, *¿Por qué la Champions League es el torneo de fútbol más importante del mundo?* <https://ecodiario.eleconomista.es/futbol/noticias/6083275/09/14/Por-que-la-Champions-League-es-el-torneo-de-futbol-mas-importante-del-mundo.html>, (17.09.2019).

Kokoa, S., 2018, *Football: Zoro Marc parle des Eléphants de Côte d'Ivoire*, Abidjan, Abidjanshow.com, <https://www.abidjanshow.com/societe/sport/football-zoro-marc-parle-elephants-de-cote-divoire>, (24.09.2019).

LAURENT Séverine, 2019, *Football : la bataille des droits TV en Afrique*, *La revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/football-la-bataille-des-droits-tv-en-afrique>, (03.10.2019).

M'BO Tidiany, 2014, *L'Ivoirien a été l'un des premiers à s'insurger contre les discriminations raciales dont il faisait l'objet sur les terrains*. Le point.fr, https://www.lepoint.fr/afrique/sport/football-racisme-marc-andre-zoro-son-combat-de-toujours-28-11-2013-1762780_2035.php, (25.09.2019).

Prestatairedufutur.wordpress.com, 2013, *PDF & le Football: Barça-Real, les racines de la rivalité!*
<https://prestatairedufutur.wordpress.com/2013/02/26/pdf-le-football-barca-real-les-racines-de-la-rivalite/>
(30/09/2019).

Sport-ivoire.ci, *La Liga Espagnole se met au Yellow ivoirien*, Abidjan, <http://www.sport-ivoire.ci/football-c%C3%B4te-divoire/la-liga-espagnole-se-met-au-yellow-ivoirien> (18-09-2019).

Stade Rennais Online, *Saliou Lassissi*, <http://www.stade-rennais-online.com/Saliou-Lassissi,2034.html>,
(25/09/2019).

UEFA.com, 2019, *Compétitions UEFA : les clubs les plus titrés*,
<https://fr.uefa.com/uefachampionsleague/news/newsid=2528761.html> (26/09/2019).