

Enseñanza del juego de Football Asociación: Una colección centenaria

El interés por el noble deporte del balompié lleva a sus aficionados a extremos dignos de estudio. Algunos devienen en transformaciones dignas de licántropos, en las gradas de un estadio, en lugar de en las noches de luna llena; o abandonan la corbata y el correcto traje de vendedor para sustituirlos por la elástica de su jugador favorito; incluso, en situaciones muy especiales (estoy pensando en la final de un gran torneo), son capaces de decorar su faz con colores más propios de un *spaghetti western* que de una personalidad adulta. En ese cajón de sastre de las filias y fobias asociadas al noble deporte que nos apasiona se sitúa el coleccionismo. Ya de por sí una actividad digna de estudio individualizado, el coleccionismo deportivo, y en particular el futbolístico, nos podría llevar a escribir todo un ensayo. Que no se preocupe el amable lector, pues nada más lejos de mi intención escribir un sesudo artículo sobre el coleccionismo deportivo. Mi intención es mucho más humilde. Como autor y editor del *Catálogo de cromos de fútbol en España 1910-2009*, junto a mi amigo Joseba Moro, suelo manejar mucha información sobre colecciones de cromos de fútbol y es sobre una de ellas sobre la que me gustaría llamar la atención.

ENSEÑANZA DEL JUEGO DE FOOT-BALL (ASOCIACIÓN)



N.º 7

Jugador tirando el Ahut (touch)

ENSEÑANZA DEL JUEGO DE FOOT-BALL (ASOCIACIÓN)



N.º 24

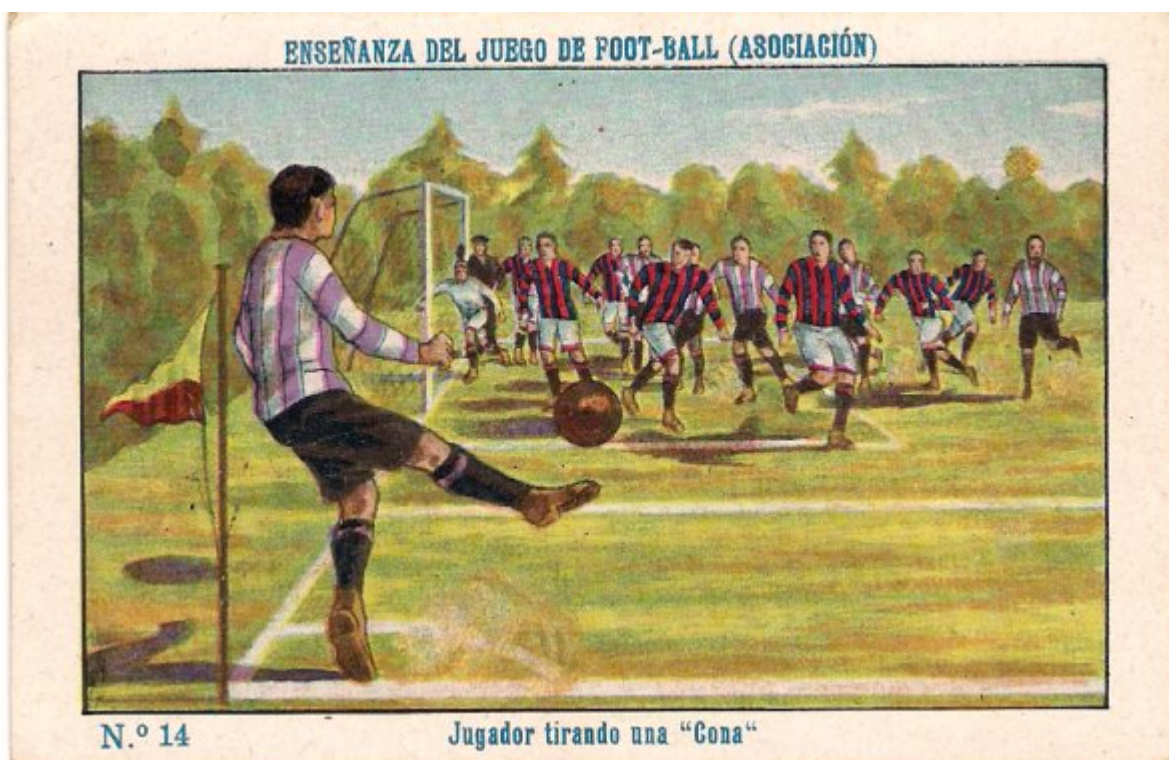
Ataque de los delanteros y Choot

En este año 2010 se podría conmemorar, en términos de anticuario y de un modo no estricto, la mayoría de edad de la afición por coleccionar cromos de fútbol. La colección más antigua que tenemos registrada, data de un modo impreciso de 1910, por lo que desde ya mismo puede ser considerada una antigüedad con todo derecho. Pero situemos en el tiempo y en sus términos

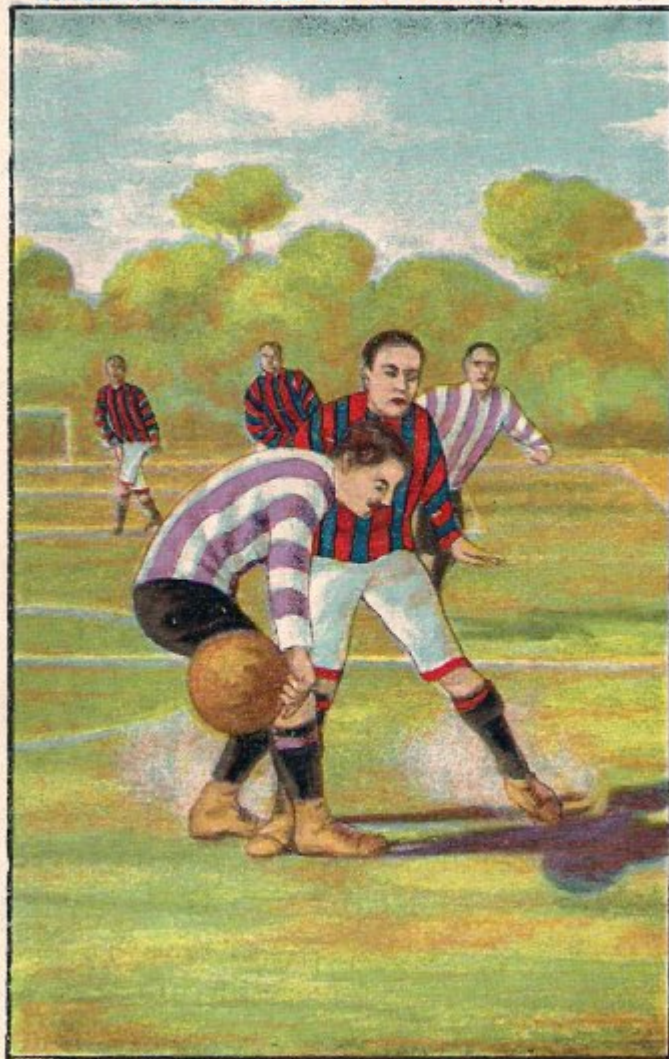
precisos de qué estamos hablando.

Durante la segunda mitad y finales del siglo XIX, los avances en las artes gráficas llevaron de forma natural a la invención de la cromo-litografía. Una técnica que permitía la impresión de cualquier imagen en bellos y resultones colores. Sin llegar a la universalidad cromática de la moderna cuatricomía, la cromo-litografía permitió que los grabados monocromos pasaran al baúl de los recuerdos y una nueva era en la representación impresa de imágenes comenzara. De esa técnica proviene la denominación «cromo» para designar a un trozo de papel o cartón ligero, generalmente de forma rectangular, en el que aparece un motivo impreso. Los temas fueron ingenuos al principio, por ejemplo aparecían imágenes de niños jugando o de paisajes decimonónicos, aunque con el transcurrir del tiempo se apreció que era una magnífica forma de promocionar el consumo de algunos productos. De esa forma empezamos a ver como aparecen cromos troquelados en cajas de galletas o de caramelos. Al mismo tiempo, algunos comerciantes valoraron la bondad de los cromos para fidelizar a su clientela. Fidelizar, un concepto que parece moderno y del siglo XXI, pero que a principios del siglo XX estaba plenamente instalado en las costumbres industriales del pequeño comercio. En las antípodas de la moderna comercialización de los cromos, donde una gran empresa multinacional (Panini) controla el mercado español, en aquellos albores del siglo XX las cosas eran muy diferentes. Generalmente una empresa de artes gráficas, muchas de ellas, si no la gran mayoría, radicadas en Barcelona y Valencia, generaba una colección. Los temas eran diversos y cubrían terrenos tan amplios como curiosidades, historia, ciencia, variedades o deportes. Y de entre todos los deportes, el foot-ball era el que acaparó la mayor atención de estas empresas de artes gráficas. No olvidemos que nos encontramos en plena era de expansión de los *sports* que, con focos principales en Madrid, y sobre todo Barcelona (donde abundaban las empresas de artes gráficas), empezaban a impregnar la vida de los españoles de aquellos años. Como corresponde a una

labor divulgativa, las colecciones mostraban coloridas imágenes por una cara y aprovechaban el dorso del cromo para incluir datos sobre los nuevos temas que apasionaban al público. Entre las colecciones de aquella época dedicadas al *foot-ball* abundan las que explican, de forma sencilla pero rigurosa a la vez, cómo se juega al nuevo deporte que causa furor entre los aficionados. Habitualmente en los dorsos siempre se dejaba un espacio para la inclusión de publicidad. Las empresas de artes gráficas ofrecían estas colecciones a diversos comerciantes, con la posibilidad de personalizarlas para sus negocios con la inclusión de publicidad al dorso y de esa forma, premiar a los clientes con cromos que al constituir una colección y ser repartidos periódicamente, hacían que el cliente volviera una y otra vez al negocio hasta conseguir todos los cromos de la colección.



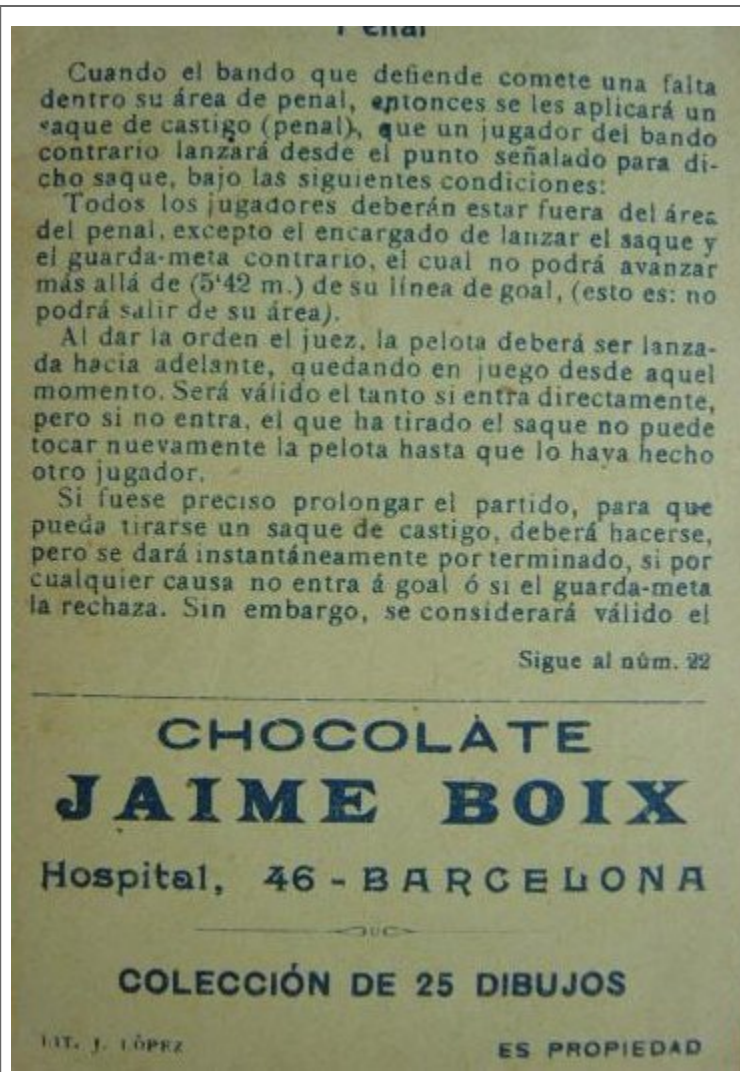
ENSEÑANZA DEL JUEGO DE FOOT-BALL (ASOCIACIÓN)



N.º 18 Goems: falta por tocar la pelota con las manos

Dentro de estas coordenadas debemos situar la colección *Enseñanza del juego de Foot-Ball Asociación*, editada por la empresa Litografías J. López de Barcelona, alrededor de 1910. La colección, a lo largo de 25 cromos de dimensiones 7'3 x 11'2 (algunos cromos tienen orientación vertical y otros apaisada), va desgranando todos los detalles del juego del *foot-ball*, desde las dimensiones del terreno de juego hasta las jugadas más exquisitas, culminando la colección, como muchas de la época, en el cromo que encarna el objetivo final del juego: el *goal*. No siendo muy diferente a otras colecciones que persiguen el mismo propósito: ilustrar a los nuevos conversos al *sport* sobre el modo correcto de jugar al *foot-ball asociación*, algunos detalles nos sitúan ante la, hasta el momento, colección más antigua conocida. El propio título nos revela

que se distingue entre el originario fútbol frente al rugby, conocido a veces simplemente como *foot-ball*. Pero es en cuatro de los cromos donde apreciamos la verdadera antigüedad de la colección. Bien sabido es que el fútbol moderno proviene de las islas británicas y que su terminología está plagada de anglicismos. Pero... ¿qué habría que hacer si ha sido *ahut*? ¿En qué parte del campo debo situarme para sacar una *cona*? ¿Debería ser felicitado por mi último *choot*? ¿Por qué el *referee* ha pitado *goems*? La colección incorpora en esos cuatro cromos términos que están a medio camino entre la transcripción fonética del inglés al castellano y la incógnita más absoluta. Si bien *ahut* nos remite de forma bastante obvia a un fuera de banda (*out* en inglés), o *choot* podemos intuir que se refiere a un fuerte lanzamiento con el pie a la portería (un chut de los de toda la vida), ¿nos parecería tan sencillo identificar *cona* con córner o *goems* (verdadero galimatías) con tocar el balón con las manos? Evidentemente, no. Recuerdo a mi padre diciendo *orsay* cuando se producía un fuera de juego o *faus* cuando el saque de banda era mal ejecutado, pero los términos que aparecen en la colección nos remiten, de forma indefectible, a los comienzos del juego en nuestro país. La colección puede encontrarse con dos anunciantes principales. Ambos son potentes productores de chocolates de la época: Chocolates Amatller (aún existe la marca) y Chocolates Jaime Boix. Los cromos aparecerían en el interior de los productos de ambas marcas y debieron venderse una buena cantidad de tabletas por la cantidad de colecciones completas que han llegado en buen estado hasta nuestros días.



Para finalizar, cabe señalar que lo que a nuestros ojos aparece como dibujos plenos de colorido, no son más que fotografías retocadas de forma artística hasta convertirlas en muy buenos dibujos, con una plasticidad y movimientos muy reales, técnica ésta (la de colorear y retocar fotografías) muy extendida en las colecciones de principios del siglo XX.