

La Hoja Obrera

Publicación periódica de la
Organización Comunista Proletaria



El negocio de la pasión. Fútbol y lucha de clases

Hace ya varias décadas que el fútbol ha pasado de deporte profesional a directamente un Negocio Deportivo, es decir un negocio que se monta sobre una actividad deportiva. Esto reúne una notable contradicción que se manifiesta de manera permanente y en todo lugar que aparezca alguna actividad futbolística, incluso cuando esa práctica específica y acotada no tenga nada de negocio sino de deporte amateur, por cuanto forma parte igual de manera indirecta del negocio por la confusión que se genera entre participe secundario y consumidor en todo negocio deportivo.

Lo importante entonces es partir por saber ¿Que implica que sea un negocio deportivo? Significa que reúne características de dos actividades que en principio aparecen como muy contradictorias. El deporte aparece muy tempranamente en la historia de la humanidad, como forma más organizada del juego, consustancial a la condición humana (y de todo el resto de los mamíferos). Es harto conocido el origen de las olimpiadas entre los griegos, pero incluso hay cientos de evidencias de que el juego de pelota era una práctica habitual entre las sociedades originarias de América Latina, mucho antes de la llegada de españoles y portugueses. Pero hoy en día es claramente un negocio por lo cual asume todas las características de una actividad capitalista. Es decir que en este presente el fútbol es absolutamente inseparable de la dimensión capitalista de la existencia que implica la existencia de clases sociales antagónicas, como burguesía y proletariado en donde la relación que media entre ambas es la explotación, que se termina valorizando a favor de la burguesía en la colocación de productos que se venden en el mercado. El fútbol hoy en día es una mercancía, pero que se asienta en la pasión auténtica y legítima de los consumidores, en su mayor parte miembros del proletariado. Esta mercancía como producto esta materializada en un espectáculo deportivo, pero que mantiene a su vez las reglas básicas del deporte original, con jugadores y espectadores/hinchas, es decir participantes principales y secundarios. Esta mercancía es consumido de manera creciente por miles de millones de pasiones y emociones convertidas por el capitalismo en consumidores a todo lo largo mundo, separando así en el mercado a los partícipes primarios y secundarios, pero que sin embargo permanecen unidos en el plano emocional y simbólico. Se genera así un producto muy complejo, en donde negocio, gerentes y empresarios burgueses, dueños o presidentes de clubes, juego/deporte, pasión, emoción, hinchadas y simbolismo se cruzan y entrecruzan todo el tiempo.



La pasión y el deporte nace de las muy diversas prácticas del fútbol en todas las edades, desde el potrero, la canchita del barrio, o incluso las ligas inferiores, las cuales no alcanzan necesariamente a moverse dentro del ámbito del negocio, por cuanto son actividades absolutamente amateurs o casi. Sin embargo esas prácticas forman parte y son por un lado semillero, pero por otro también un estímulo al consumo capitalista del fútbol del nivel masivo. Y si hablamos de consumo capitalista, hablamos de mercancía, como se dijo más arriba, es decir, hablamos de valor de cambio.

Mientras la pasión y del juego/deporte marca su particularidad, su costado mercantil, de producción de mercancía, hace que el fútbol se identifique con el resto de la producción capitalista de mercancías, respecto a su máxima que es la regla de la maximización de ganancias. Fútbol, como toda otra actividad capitalista se mueven por esta regla, que como dijimos no es la única por cuanto se superpone a la del juego y la emoción individual y colectiva. Es que al persistir, por lo menos parte, el espíritu del deporte original, hace del fútbol una actividad competitiva en donde la pasión, la emoción y la irracionalidad sana de todo competencia atraviese todo el tiempo esta actividad. Sin esto, el fútbol jamás podría tener la masividad que tiene. Así, fútbol es pasión y negocia, al mismo tiempo.

Pero, ¿qué implica esta doble característica contradictoria? Implica que todo análisis crítico no puede caer ni en la ingenuidad de aquellas interpretaciones que ven en el fútbol solo su costado en tanto deporte, olvidándose de que es al mismo tiempo un negocio, es decir una actividad capitalista con todas la letras; ni tampoco en la posición opuesta que denosta al fútbol por ver en él solo su costado de negocio, olvidándose de su fundamento en tanto deporte de masas.

Es clave saber que la clase obrera y las distintas izquierdas han tenido mucho que ver en el origen del fútbol. En el período de expansión económica que se produjo tras la consolidación del modelo agroexportador a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, que posibilitó el crecimiento de la industria local vinculada al consumo, y del incremento considerable de las líneas de ferrocarril, se produjo una importante inmigración de trabajadores europeos, de los cuales un número importante eran militantes anarquistas y socialistas. A su vez, las empresas ferroviarias y los primeros frigoríficos, mayoritariamente ingleses, traían personal británico, que, como todo inmigrante, lleva consigo sus costumbres y su cultura. Estos inmigrantes ingleses y escoceses fueron, entonces, quienes organizaron los primeros clubes y partidos de fútbol en Argentina. Esta combinación de factores fue, curiosamente, la que fue dando forma a la cultura futbolística de nuestro país. Por un lado, el personal jerárquico de ferrocarriles, frigoríficos y comercios grandes, compuesto por británicos en su mayoría, fundan los primeros clubes de fútbol, con la particularidad de que sólo permitían la participación de británicos, imponiendo incluso el uso obligatorio del idioma inglés a la hora de comunicarse en el campo de juego y de redactar actas institucionales de los clubes. Pero por otro, los trabajadores criollos, empiezan a adoptar este deporte con entusiasmo por sus características, dado que solo se necesita de un espacio libre (abundante a principios del siglo XX) y un objeto esférico. Esto lo hacía ideal para ser practicado por las clases trabajadoras debido a su sencillez y gratuidad, las cuales a su vez veían restringido el ingreso a los selectos clubes ingleses. Así, fundan ellos mismos sus propios clubes.

De este proceso surgen, entre otros, Rosario Central (por el entonces Ferrocarril Central que partía de Rosario), Ferrocarril Oeste en el barrio popular de Caballito, en CABA; los trabajadores de los talleres ferroviarios fundan Talleres de Remedios de Escalada, en el sur del Conurbano Bonaerense y Talleres de Córdoba en esa populosa ciudad. Pero además, un importante número de aquellos trabajadores inmigrantes europeos eran exiliados políticos perseguidos en sus países de origen por sus ideas anarquistas y socialistas. Éstos, en un principio, no veían con buenos ojos la creciente práctica del fútbol en las masas, argumentando que distraían al Proletariado de pensar en la imperiosa necesidad de la Revolución Social; pero pronto advirtieron que era mejor adaptarse a las preferencias subjetivas de la clase trabajadora argentina para no aislarse de ella, y en ese sentido, los mismos anarquistas y socialistas fundan, además de bibliotecas, muchos de los clubes de fútbol de barriadas obreras, que hasta hoy existen y algunos han alcanzado gran popularidad. Algunos casos son los de Argentinos Juniors, de la barriada obrera de La Paternal, en la ciudad de Buenos Aires, cuyos fundadores socialistas (de ahí el color rojo de su camiseta) lo bautizan al principio con el nombre de “Mártires de Chicago”, en homenaje a los obreros muertos en aquella ciudad estadounidense durante la conocida lucha reivindicativa que origina la conmemoración del 1 de mayo como el día Mundial del trabajador en prácticamente todo el mundo; Chacarita Juniors, que nace en ese barrio popular de Buenos Aires para trasladarse luego a la localidad de San Martín, al noroeste del Conurbano, y que tiene en su casaca los colores rojo del socialismo, negro del anarquismo y blanco de la Paz; Nueva Chicago, del barrio porteño de



Mataderos, fundado por obreros anarquistas de los frigoríficos que abundaban en la zona en aquella época, y que lleva en su camiseta el negro del anarquismo y el verde de la esperanza; El Porvenir, del barrio obrero de Gerli, partido de Lanús, en el sur del Conurbano, cuyos colores son el negro del anarquismo y el blanco de la Paz. Hay que agregar, además, que los espacios en los que los hijos de la clase obrera practicaba el fútbol en aquellos tiempos, mayormente los conventillos y estrechas veredas de las barriadas proletarias, más los precarios balones que se utilizaban, la mayoría de las veces medias rellenas con trapos, fueron dando forma a un estilo de juego muy propio del Río de La Plata, basado en el toque corto y la extrema pericia en el manejo del balón, que hasta hoy es la marca identitaria del fútbol argentino y el uruguayo, sumado a la garra propia de quienes crecen en ámbitos socioculturales en los que cuesta conseguir hasta los elementos más básicos para sobrevivir. De ahí que en las primeras confrontaciones entre equipos europeos y rioplatenses a principios del siglo XX, la supremacía de estos últimos fuera casi total, lo que se expresa, de manera más gráfica, en los juegos olímpicos de 1924 y 1928, y en el primer campeonato mundial de fútbol celebrado en Uruguay en 1930, en los cuales las dos selecciones del Río de La Plata tuvieron un protagonismo casi exclusivo, llegando cómodamente a las finales. De esta manera vemos como el fútbol argentino, una de las expresiones culturales que más distinguen a la identidad popular, tanto en sus orígenes como en su desarrollo ha mantenido una estrecha relación con los orígenes del Proletariado argentino y con las ideas socialistas y anarquistas que comenzaban a expandirse entre el mismo.

Esta historia de su fundación y posterior desarrollo nos muestra que en sociedades como la argentina, el fútbol se ha constituido en una práctica no solo deportiva sino también cultural profundamente arraigada, mediante la cual las personas construyen identidad, pertenencia y vínculos. Su carácter popular se explica porque atraviesa distintas clases y generaciones; se practica en clubes, escuelas, barrios, potreros y espacios públicos; produce símbolos, rituales, relatos y memorias compartidas; permite identificarse con un club, un barrio, una ciudad o una selección; funciona como espacio de encuentro y socialización; expresa conflictos, desigualdades, valores y aspiraciones presentes en la sociedad.

Desde esta perspectiva, el fútbol funciona como una representación de la vida colectiva. En él aparecen la cooperación, la competencia, la solidaridad, el liderazgo, la autoridad, las rivalidades, la frustración y la necesidad de elaborar objetivos comunes. Así se va construyendo una identidad colectiva, dónde el club funciona como una institución que ofrece pertenencia, historia y símbolos. La camiseta, los colores, el estadio, las canciones y los ídolos condensan una memoria colectiva.

La hinchada también constituye un fenómeno grupal. Allí puede fortalecerse la solidaridad y el sentimiento comunitario, pero también pueden aparecer la pérdida de responsabilidad individual; la identificación masiva; la construcción del rival como enemigo; la violencia; la obediencia a determinados liderazgos; la intolerancia frente a la diferencia, mutando así de la pasión a una hostilidad nada deseable.

Pero el fútbol, como vimos, no es solamente una actividad deportiva. El profesionalismo comenzó en la Argentina aproximadamente en los años '30 del siglo XX, pero al compás del fútbol mundial, este deporte dejó de ser profesional para convertirse en un negocio deportivo, en donde la ganancia capitalista es lo que marca el camino. Esto se evidencia fundamentalmente al nivel de las ligas y divisiones mayores y de las competencias internacionales, a medida que se desciende en la jerarquía divisional, este negocio deportivo se va haciendo cada vez más "pobre", pero igualmente la línea que marca hoy al fútbol es esta característica de negocio, lo que sucede es que están lo que llegan, y los que solo pueden contentarse con los niveles inferiores. Es entonces que ya casi desde el potrero, y sin dudarlo, desde las divisiones inferiores de los clubes, los pequeños futbolistas ya tienen representantes que les proveen los enceres básicos para que vayan gestando su camino hacia el profesionalismo. Esto muchas veces, funciona como un salvavidas económico para familias enteras con todas las presiones que eso conlleva, en criaturas a partir aproximadamente los 10 años, que empiezan a tener sobre sus espaldas la responsabilidad de sostener a su congéneres. Así, esos pibes terminan constituyendo una inversión a mediano plazo tanto para los representantes como para la familia.

Qué el fútbol es un negocio pasó a ser, como comenzamos diciendo en esta Hoja Obrera, una verdad de perogrullo. Hoy ese negocio se complejiza con la entrada en acción de las sociedades anónimas, modelo que se pretende implementar en Argentina y que tíbiamente ya ha comenzado, característica que domina en forma absoluta al fútbol de los países



industriales, especialmente Europa que mueve billones de dólares al año alrededor de este negocio. El fútbol dejó de asentarse en entidades de bien público para transformarse en empresas deportivas, con jeques árabes y empresarios de muy diverso pelaje adueñándose de las instituciones de base (los clubes) que pasan operar directamente, ya sin tapujos, como entidades estrictamente capitalistas, cuyo producto es la producción de un espectáculo y para esto tienen como mínimo asegurado un público cautivo constituido por los simpatizantes e hinchada, más barras bravas que directamente lindan con lo delictivo. Nos encontramos así con el proceso de tercerización de distintas áreas de los “clubes” (hoy empresas), campos de entrenamiento administrados por sponsors, etc. En definitiva, un resorte del capitalismo liso y llano, y por tanto de la lucha de clases, pero como venimos viendo, de una forma más compleja que la clásica contraposición burguesía y proletariado enfrentados en el ámbito de trabajo.

Como venimos diciendo, mirar solo este aspecto del fenómeno fútbol es quedarse a mitad de camino. ¿Cómo puede ser que conociéndose esta definición de negocio, y no ya sencillamente deporte, el pueblo trabajador, sobre todo en argentina, lo siga con pasión, vuelque una parte importante de sus emociones y tiempo a unos colores, a una camiseta, que se pelee los lunes con los compañeros de trabajo, por un resultado adverso, o un arbitraje dudoso? Aunque sepa en sus fibras íntimas que todo es un negocio, igualmente, por ese carácter contradictorio que mencionamos al principio, el fútbol por su costado deportivo, colectivo y de masas, ofrece pequeños espacios de motivación, solidaridad, esparcimiento en grupo, compromiso compartido y también arrestos de sinceridad y de lealtad por parte de sus jugadores, claramente proletarios en las divisiones inferiores, compartiendo así carácter con buena parte de los hinchas (no así en primera división, en donde los jugadores son claramente millonarios). El trabajador, el hincha, comparte con sus compañeros la alegría por un triunfo sobre lo cual radica muchas veces una semana de esperanza hasta el próximo encuentro, un aliciente y sentido a la vida tortuosa de la subsistencia en esta sociedad capitalista que, como sabemos, basa sus fundamentos en la explotación del trabajador.

Desde La Hoja Obrera queríamos entonces compartir con todo el pueblo trabajador estas reflexiones, afirmando que el fútbol, así como todo el resto del deporte debe ser un pilar fundamental en toda sociedad socialista, única capaz de asegurar el pleno desarrollo de la competencia sin ninguna clase de intervención económica, para que el fútbol sea el juego que se planteó desde su origen y no un negocio. Es por esto que volvemos a gritar,

“Proletarios de todos los países, Uníos!!!”

