



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**  
**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**La mercantilización de los jugadores de fútbol en el Ecuador**

**Santiago David Jijón Enríquez**

**Eric Samson, M.A., Director de Trabajo de Titulación**

Trabajo de Titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de Licenciado en Periodismo Multimediales

Quito, mayo de 2014



**Universidad San Francisco de Quito**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE APROBACION DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**La mercantilización de los jugadores de fútbol en el Ecuador**

**Santiago David Jijón Enríquez**

Eric Samson, M.A.  
Director del Trabajo de Titulación

.....

Paúl Mena, M.A.  
Miembro del Comité del Trabajo de  
Titulación

.....

Hugo Burgos, Ph.D.  
Decano del Colegio de Comunicación  
y Artes Contemporáneas

.....

Quito, mayo de 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

-----

Nombre: Santiago David Jijón Enríquez

C. I.: 1713202073

Fecha: Quito, mayo de 2014

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, el apoyo constante de ellos durante todo este tiempo ha sido siempre incondicional. La ayuda que me han brindado ha sido importante para mí. También quiero dedicar a mi hermano Ricardo y a mi novia Laura. Estas cuatro personas siempre me incentivan a cumplir mis sueños y han estado a mi lado en los buenos y malos momentos.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo. Que se mostraron siempre dispuestos a colaborar en lo que necesitaba. Además quiero agradecer a Eric Samson, coordinador de mi carrera, quien estuvo pendiente de la elaboración de este trabajo de principio a fin.

## RESUMEN

En el siguiente trabajo de titulación, podrán evidenciar la realidad del proceso de mercantilización del jugador de fútbol ecuatoriano dentro de este deporte. Es importante visibilizar la evolución del trato hacia el jugador dentro del mercado futbolístico global y cuales son las mejoras en el aspecto humano que se han realizado, además de todo lo que queda por hacer.

La evolución de este deporte a nivel mundial ha hecho que la presión física y mental aumente para el jugador, aunque el trato económico y humano ha mejorado en muchos aspectos. Aun así, existen desigualdades: algunos empresarios ayudan sus clientes deportistas durante su carrera para lograr el éxito, mientras que otros buscan solo su beneficio y ven al jugador únicamente como una mercancía.

Este trabajo de titulación también resalta la importancia de humanizar el trato hacia el jugador de fútbol, y no olvidar que ellos son seres humanos antes que deportistas de alto rendimiento.

Para la realización de este trabajo se entrevistaron a personas involucradas en el fútbol como jugadores de fútbol, ex jugadores de fútbol, directivos, periodistas, economistas entre muchos más.

## ABSTRACT

The following work shows the process of commodification of Ecuadorian soccer players in this sport. It is important to show how is the treatment that the player receive when viewed as a product in the global football market and what are the improvements made to the human aspect. The evolution of this sport worldwide has made the physical and mental pressure increase for the players, but has also made the economic and human treatment will improve in many ways. Yet there are inequalities, there are managers that help athletes during his career for success, while there are others who seek only their benefit and see the player only as a commodity.

This work also discusses the importance of human treatment of the football player, not forgetting that they are human beings and then high performance athletes. For the realization of this work were interviewed people involved in football as football players, former football players, managers, journalists, economists and many more

## Tabla de Contenidos

<b>RESUMEN .....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>8</b>
<b>TRABAJO DE TITULACIÓN PAPER ACADÉMICO .....</b>	<b>10</b>
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS PAPER ACADÉMICO .....	26
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS PAPER ACADÉMICO .....	27
<b>PRIMER FORMATO PERIODISTICO: PRENSA ESCRITA .....</b>	<b>29</b>
ARTICULO .....	30
ARTICULO .....	29
ARTICULO .....	31
ENTREVISTA.....	32
<b>SEGUNDO FORMATO PERIODISTICO: FORMATO WEB .....</b>	<b>33</b>
<b>CALENDARIO DESARROLLO TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>45</b>
CALENDARIO.....	46
CALENDARIO.....	47
CALENDARIO.....	48
CALENDARIO.....	49
<b>PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>40</b>
<b>TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS.....</b>	<b>51</b>
<b>DOCUMENTACIÓN EXTRA .....</b>	<b>70</b>

## Trabajo de titulación

### La mercantilización de los jugadores de fútbol en el Ecuador

La mercantilización del fútbol es un fenómeno que va en alza desde hace varios años. Su principal producto son los jugadores profesionales. El trato que reciben por ser usados como “moneda de cambio” o “producto” crea debate en el mundo y en Ecuador. Para los jugadores es importante tener en cuenta este proceso de formación para llegar a ser profesionales. Tienen influencia las familias, los empresarios y directivos de clubes.

¿Por qué es necesaria la humanización del trato económico y la educación para enfrentar las presiones que el fútbol tiene hacia los jugadores de fútbol desde sus comienzos en este deporte?

El fútbol en el Ecuador tiene mucha acogida dentro de la población. Los jugadores y la selección son admirados por la gran mayoría de la población pero el fútbol no solo es eso. Pienso que hay una problemática detrás de varios jugadores desde el comienzo de su carrera. Estos se encuentran con gente que muchas veces no es la correcta y trata de utilizarlos. Sacar este tema a la luz ayudará a jugadores y sus familiares pero también aclarará temas relacionados entre la economía y el fútbol ecuatoriano. Mi relación con algunos jugadores de fútbol me ha permitido conocer y vivir situaciones que no son del conocimiento público, pero que me parece importante darlas a conocer. Este tema me interesa también debido a que en un futuro quiero especializarme en el periodismo deportivo. Entonces esto me servirá para ampliar mi conocimiento en este tema puntual. Desde un principio he tenido gran afición con



el fútbol y este fue un incentivo para ser periodista. De cierta forma esta profesión me permite estar cerca del deporte que me apasiona.

Para ejemplificar me sirve el caso de Jean-Marc Bosman ex jugador de fútbol que quiso salir de su equipo para jugar en equipos de otro país y esto lo fue negado. Entonces él decidió acudir a la justicia para que su deseo sea otorgado, al final concluiría con un final entre comillas feliz porque logró que la reglamentación cambie. En 1995 la FIFA implementó en sus reglamentos que los equipos serán dueños de los pases de los jugadores por el tiempo estipulado en contrato. Con esto los jugadores son libres de negociar con otros equipos seis meses antes de culminar su contrato. Pero esto hizo que posteriormente ningún equipo le habrá las puertas y se tuvo que retirar de este deporte. Este caso es un precedente dentro del tema a tratar y me incentivo a desarrollar aspectos que envuelven esta problemática de lo económico y deportivo.

Quiero observar cuáles son las principales razones por las que un jugador debe recibir una educación desde pequeño para manejar en un futuro lo que se le vendrá en temas económicos y presiones que conllevan esta carrera. Saber si desde un comienzo les entregan las reglas claras de cómo será este camino hasta llegar a cumplir su objetivo o si con el paso del tiempo se les imponen cosas que no fueron avisadas y que repercuten en la vida del ser humano. Es de mi interés porque pienso que detrás de varios jugadores se encuentran intereses económicos y sociales que no siempre son conocidos por los aspirantes a jugadores y que con el paso del tiempo tienen que afrontarlos para llegar a cumplir su sueño principal.

Hay partir entendiendo que los jugadores de fútbol son la marca y lo que vende un equipo de fútbol. Con el paso de su carrera tiene que ir formando su marca personal para poder estar posesionados en el mercado del fútbol y que sean más cotizados por los equipos de este

deporte. No solo por sus cualidades futbolísticas, sino también por las físicas, es decir la imagen.

Para entender a la palabra **imagen** a lo largo de la investigación quiero usar el término utilizado por Ramirez,A & Vasquez,B (2011) “La imagen es una representación que podemos imitar, modificar o manipular. Contiene un conjunto de rasgos, es decir, que es integral...Por lo tanto, la imagen será un medio de comunicación”. La palabra imagen se utilizará para hablar de la representación que el mercado obliga a generar los jugadores de fútbol para ser parte de este deporte global.

En cuanto a palabra **producto** está tendrá que ser entendida a lo largo del trabajo de la siguiente manera “Somos un producto de consumo destinado a un mercado laboral y profesional cada vez más competido y exigente” (Ramirez,A & Vasquez,B, 2011). Ilustrando en mi trabajo el mercado del fútbol nacional e internacional.

Para la **humanización** tiene que ser entendida a lo largo del trabajo como la adquisición de características más humanas y amables por parte de un actor o sociedad con otro. Que en este caso son los jugadores de fútbol. En cuanto a **mercancía** el término a ser entendido en la investigación será en: todo lo que pueda ser comprando o vendido.

Cuando hablamos de fútbol como deporte quiero utilizar el término que plantea la FIFA “El **fútbol** (del inglés *football*) es un deporte en el que dos equipos compuestos por once jugadores se enfrentan entre sí. Cada equipo, que dispone de diez jugadores que se mueven por el campo y de un portero (también conocido como arquero o guardameta), tratará de lograr que la pelota (balón) ingrese en el arco (portería) del equipo rival, respetando diversas reglas.” A lo largo de la investigación vamos a entender el concepto de fútbol como un deporte practicado profesionalmente por los jugadores, es decir, al momento de tratar temas de fútbol,

no serás abordado como un deporte de recreación entre amigos o personas en general, sino como un deporte profesional rodeado de personas que ganan plata practicando el mismo

El **Fútbol en el Ecuador** está manejado por la Federación ecuatoriana de fútbol comandada por el ing. Luis Chiriboga. El campeonato ecuatoriano existe desde el año 1957 cuando se decidió convertirlo en profesional en este país. Está dividido en dos categorías. En la primera categoría se encuentran la primera división (Serie A) y la segunda división (Serie B) y la segunda categoría que contiene una sola división y que juegan más de doscientos equipos buscando un cupo a la primera categoría. En la investigación hablaré de jugadores profesionales en la ciudad de Quito y que juegan o han jugado en la primera categoría serie A.

Para esta investigación aplicaré varias metodologías que me servirán para poder tener un panorama claro.

Para analizar la situación de la humanización del trato hacia los jugadores y la mercantilización de los mismos, realice una investigación de cómo se encontraba este aspecto dentro del Ecuador. Me apoyaré en textos de Fernando Carrión, experto en este tema. Textos como: Fútbol y violencia: las razones de una sin razón, La gol-balización, el mercado de jugadores. Pero principalmente en su teoría sobre la humanización al trato de los jugadores de fútbol con su propuesta “Ley Chucho Benitez” explicada posteriormente en este trabajo. Por otro lado, usaré como apoyo Pablo Lucio Paredes, economista y experto en temas económicos dentro del deporte en el país. A parte también me apoyaré en la publicación Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno y su teoría sobre los dueños de los pases dentro del fútbol ecuatoriano. “La mayor parte de jugadores participan en el mercado competitivo donde sus ingresos son apenas normales para una actividad intensiva en mano de obra y de corta

duración, mientras que las superestrellas utilizan su poder de mercado para captar rentas extraordinaria.” (Paredes, 2007)

Realicé observación y trabajo de campo en las instalaciones de dos clubes de fútbol de Quito. El independiente del Valle y la Liga de Quito. Con la observación, quiero ver el comportamiento de los jugadores desde las juveniles hasta los profesionales dentro del club, como interactúan con el cuerpo técnico, dirigentes y empresarios. Con el trabajo de campo, busco poder participar más con estas personas y realizar preguntas necesarias para la investigación. Mi principal objetivo fue que el comportamiento de jugadores, entrenadores y directivos no cambie por mi presencia, de esta forma mi trabajo tiene datos reales.

Además examinar algunos casos de futbolistas ecuatorianos que según ellos han sido víctimas del mercado y la economía del fútbol, en específico el caso del ex jugador Patricio Urrutia, quien en un momento tuvo la oportunidad de ir a jugar en el exterior y los dirigentes de su equipo no lo permitieron. Además hablaré del caso de Daniel Viteri, quien no tiene continuidad en su actual club y que el año pasado arreglo su contrato con otro equipo del Ecuador, pero tampoco se le permitió salir de su actual club por tener un contrato firmado. En cuanto a juveniles, expondré el caso de Pablo Castro quien ahora ya no juega más al fútbol, pero que cuando formaba parte de las inferiores de un club de Quito y quiso pasar a otro en el que tendría más oportunidades se le pidió una cantidad de dinero por liberarlo.

Para crear un contexto de cómo se encuentra este tema en otros países usaré trabajos de expertos en este tema.

Juan Manuel Herbella es argentino, ex jugador de futbol, periodista y medico además de docente en la universidad de Buenos Aires. Realizó una investigación del trato que los

jugadores recibían por parte de las dirigencias de equipos, de la \*FIFA. Además habla del tráfico de personas y del abandono que en ciertos casos recibe el jugador de fútbol

Siguiendo con las fuentes, Fabián Marziani, catedrático de la Universidad de la Plata realizó un paper que habla sobre el fútbol desde divisiones infantiles y como es visto el jugador de fútbol cuando comienza a practicar este deporte.

Confirma que “La deserción masiva se debe a que el juego (o el deporte infantil), concebido inicialmente como un entretenimiento compartido con otros amigos, se va convirtiendo con el paso de los años en una experiencia amarga y poco placentera debido a las presiones de los padres, entrenadores y/o delegados”, (De Marziani, 2008)

Uno de los aspectos por los cuales he llegado a debatir e investigar este tema es por la globalización de este deporte. Este fenómeno de crecimiento y de intercambio entre jugadores y países ha creado problemas en la mercantilización del jugador y la humanización del trato. Es por eso que también uso como fuente a Matias Finucci Curi, catedrático de la Universidad Autónoma de Entre Ríos, Argentina. Él ha realizado varias investigaciones sobre el fútbol y la globalización de este deporte e incluiré en mi trabajo una de sus investigaciones que habla sobre el mercado dentro del fútbol debido a la globalización.

Por otro lado, como mencione antes en mi trabajo, en el ámbito nacional me manejaré con dos fuentes principales que serán Pablo Lucio Paredes, Economista y catedrático de la Universidad San Francisco de Quito. Con él me enfocaré dentro del tema de la mercantilización por ser un tema que aborda lo económico.

Fernando Carrión ha publicado varios libros, artículos y trabajos relacionados con el fútbol del Ecuador. Dentro de sus últimos trabajos está el Fútbol y la Economía, el libro gol-balización y la ley propuesta denominada “Chucho Benítez” de la cual posteriormente hablaré.

Además me servirán varios papers y libros que tratan temas relacionados con mi trabajo de investigación. Como lo son Personalidad, edad y rendimiento deportivo en jugadores de fútbol desde el modelo de Costa y McCrae de Roberto Ruiz-Barquín y Alejo García-Naveira, La personalidad del jugador de fútbol de élite de Erwin Apitzsch, clubes deportivos, fútbol y mercantilización: Los casos de Boca Juniors e Independiente en la Argentina de María Verónica Moreira y Nemesia Hijós.

#### DEBATE SOBRE LA MERCANTILIZACIÓN

Cada año, dependiendo del continente, se abren los mercados de pases de jugadores de fútbol. Por ejemplo en Europa el verano es vital para el traspaso de jugadores entre ligas y equipos. Además en invierno (enero) también pueden hacer transacciones. Este proceso ha sido emulado en Latinoamérica. En esta época, los jugadores son tratados como un producto entre clubes. Siempre existirán jugadores que sean más cotizados que otros en el mercado. Los jugadores siempre querrán ganar un mejor sueldo y jugar en los mejores equipos del mundo y por esta razón son negociados entre empresarios y clubes como moneda de cambio. Entonces esto significa que son “mercancía”.

Se han creado discusiones entre jugadores, empresarios y directivos de equipos. Unos reclaman poder tener más participación y más libertad sobre sus pases (jugadores de futbol), mientras que los empresarios y directivos dicen hacer lo mejor posible por la conveniencia de ambos lados.

Otro debate actual es el funcionamiento de las escuelas de fútbol. La FIFA como organismo regulador no establece normas para las escuelas formativas de los jugadores, es decir, se deja

que la elección del trato y de la educación hacia jugadores juveniles venga desde los equipos de futbol o escuelas de fútbol.

Es aquí donde entra el debate en Latinoamérica y se dice si están haciendo bien o mal en formar a sus jugadores solo en lo físico pero no en lo mental, creando solo cuerpos para jugar futbol pero no mentes que puedan afrontar las presiones de ser un jugador de fútbol en la actualidad. Se trabaja solo en la parte física para ser buenos jugadores de fútbol pero es poca la educación que reciben de un colegio, universidad, y si la reciben no es una exigencia y por esto la gran mayoría renuncia a estudiar y se dedica solo a lo deportivo.

En el Ecuador, Fernando Carrión hace hincapié en la comercialización y mercantilización del futbolista a nivel mundial. Por esto propone una ley ante la FIFA denominada “Chucho Benítez” que busca humanizar y mejorar el trato del jugador de futbol. “El jugador poco se entera de la realidad de la comercialización, tanto que se le vende un mundo paradisíaco alejado de la realidad. Los seguros son de las inversiones y, en segundo grado, de los jugadores.” (Carrión, 2013)

El nombre de esta ley viene por la reciente desaparición de uno de los mejores jugadores de fútbol que Ecuador tenía en la actualidad, Christian “Chucho” Benítez. La presión que ejerce la mercantilización del jugador en la actualidad llevó a que Benítez tenga una vida inestable en cuatro países, sea formado solo en lo físico pero no en lo mental, tenga que desarrollar su cuerpo con sustancias fuera de lo común y esto hizo que el jugador muera en un país lejano al suyo, que por negligencias médicas o por problemas del idioma no se lo pueda salvar, en fin este es un caso que explica lo que los jugadores tienen que atravesar para poder conseguir su sueño.

Personas que se dedican al deporte y que poco interfieren en el tema económico, solo reciben información de empresarios de cuanto recibirán de plata y las exigencias que tienen, que además cada vez son más y más por un fútbol globalizado pero mercantilizado.

“En la actualidad, es imposible entender el fútbol si no es en relación a la economía mundial y a la microeconomía de cada unidad productiva (el club). Hoy en día, la competencia deportiva no es otra cosa que una competencia mercantil, la cual, es organizada por la "mano invisible" de la multinacional monopólica de la FIFA, bajo un sistema regulatorio absolutamente centralizado”. (Carrión y Samaniego, 2006)

Las marcas siempre se pelean por conseguir a los mejores jugadores y por ser los principales auspiciantes. Los premios ofrecidos por sus equipos y auspiciantes son extremadamente altos, con esto juegan con la mente del jugador. Pienso que siempre es bueno tener un incentivo para poner más esfuerzo por conseguir un objetivo, pero las exigencias deben poder cumplirse física y mentalmente y no poder sobre pasar esto porque el jugador se verá afectado.

En el año 2008, tuve la oportunidad de estar cerca del ahora ex jugador Patricio Urrutia. A partir de los logros que obtuvo en su equipo, en esa época Liga de Quito, recibió ofertas para jugar afuera del país. En un principio estaba emocionado por tener la oportunidad de cumplir sus sueños, pero poco a poco estas oportunidades se fueron reduciendo debido a que los directivos del equipo negaron su salida del club. Ellos decían que Urrutia tenía un contrato firmado y que lo harían respetar. En conversaciones con el jugador, decían que lo dejarían libre a partir de mitad del próximo año. En forma de protesta, Patricio Urrutia decidió dejar de entrenar, es decir no iba al club. Se entrenaba en solitario en el parque de la Carolina. Yo que evidencié esto desde la interna del jugador y de la familia, pienso que determino un antes y un después en su carrera.



Digo esto porque siguió en el mismo club hasta que el próximo año fue liberado para cumplir su sueño. Pero es importante mencionar que no solo es por un sueño que los jugadores quieren emigrar, esto también les ayuda en el ámbito económico. Urrutia me dijo, “nuestra carrera es corta y si puedo asegurar mi futuro lo quiero hacer”. Menciono este caso para evidenciar que si es importante humanizar el trato hacia el jugador, no solo pensar como directivo o empresario en lo que le beneficia al club, sino también en el deseo del jugador. Esto puede afectar no solo en el rendimiento del jugador sino en lo psicológico.

Herbella, J (2010) usa el término esclavitud para describir esta situación. La similitud la hay al momento que el club no toma en cuenta la opinión del jugador. Además también emplea en término abandono. Refiriéndose a que un equipo de fútbol te cierra las puertas, ya no te deja jugar por su club. Pero tiene a los jugadores entrenando porque mantiene un contrato. Es decir, de esta forma se defienden refiriéndose a que si bien existe el contrato ellos pueden tratarte como ellos quieran hasta que se termine el vínculo contractual. Además por las conveniencias del mercado, si eres un jugador que vende, estarás siempre en la consideración del club y sus directivos. Si eres un jugador que no crea ingresos fuera de la cancha podrás llegar al abandono del club.

El caso de Pablo Castro ilustrar esta situación que viven los jugadores juveniles en el país. Castro desde su infancia quiso ser jugador profesional de fútbol. Asistió a varias escuelas de fútbol hasta que llegó a un equipo profesional donde tuvo oportunidades en sus divisiones formativas. Cuando tenía 16 años le dieron la oportunidad en Universidad Católica de Quito, aquí estuvo tres años. A sus 19 años sintió que no tenía oportunidad de jugar en primera división y pidió su liberación del club. Tuvo la oportunidad de ir a otro club Aucas. Pero los

directivos le solicitaron una cantidad de plata para poder dejarlo ir. Me contó que este valor era muy alto y que no podía pagarlo. Decidió retirarse del club pero sin su carta pase, no pudo irse a ningún otro equipo. Aquí en el Ecuador es necesario que mediante la Federación ecuatoriana de fútbol se hagan los traspasos de equipos y se entreguen los transfers (liberación de jugador) cosa que Pablo Castro no recibió.

## GLOBALIZACIÓN DEL FÚTBOL

La globalización de este deporte ha hecho que el mercado futbolístico vaya en aumento y que cada vez sean más los involucrados en esto. La mano invisible que manipula la industria cultural global intercambia productos, imágenes, sentidos y valores a nivel internacional sin importar el lugar de procedencia (Finucci, 2011) Es así como se ven los jugadores en el mercado actual del mundo, como productos. Además se lo vende como imágenes.

Dentro de los jugadores de fútbol existen dos posiciones; los que están bien posesionados en el mercado y los que no tienen oportunidad de venderse y no tienen estabilidad (Herbella, 2010).

Esto se aplica también al mercado ecuatoriano de fútbol, en donde hay jugadores que reciben buenas regalías por parte de sus equipos y marcas auspiciantes. Estos no tienen ningún problema y no expresan sus malestares porque se compensa con lo económico. Por otro lado, hay jugadores que no son vistos como un buen producto, que no les van a dar la cantidad de plata para justificar una inversión y son dejados a un lado.

En este aspecto, mercado como el de Estados Unidos debería ser un ejemplo a tomar en cuenta para el mercado global no solo nacional. En Estados Unidos, en todas sus ligas, ya sea futbol, básquet, beisbol, etc, utilizan el modelo de mercado denominado draft. Este sistema brinda oportunidades siempre a los jugadores de menor valor y que requieren más oportunidades, de

la siguiente forma. Ubican a todos los jugadores en una lista donde los equipos tienen que escoger a que jugadores quieren. Los equipos con menos calidad de jugadores siempre escogerán primero para tener lo que para ellos es lo mejor. Posterior a esto, entran los equipos con poderío económico que tienen que escoger a los jugadores que quedan en el draft. Si bien pienso que este sistema sigue tratando a los jugadores como mercancía y que esto seguirá siendo así con el tiempo, creo que existe un trato más igualitario ya sea para los jugadores como también para los clubes. Esto es también lo que plantea Paredes, (2007). Para un trato más igualitario, pero visto desde lo económico, es un sistema que solo se puede emplear en países desarrollados, por la razón de que estos económicamente pueden escoger entre jugadores y ofrecerles contratos que se pueden cumplir, mientras que en Ecuador atravesamos por una de las mayores crisis económicas en clubes de fútbol.

Por malas administraciones los jugadores a veces no pueden cobrar. Esta es otra razón por la que hay que humanizar el trato. En la actualidad los jugadores del Deportivo Quito no han cobrado todo el año. Ellos dicen que así es imposible de jugar. o tienen plata para subsistir y en este caso es el equipo el que incumple con su contrato y no los jugadores. Esto solo por citar un caso dentro del país porque existen muchos más. En la actualidad el único club que no atraviesa por problemas económicos es el Independiente del Valle.

## DIVISIONES JUVENILES

“El niño se acerca al fútbol, por gusto, interés, ganas de divertirse. Esta predisposición del niño por jugar no lleva implícito otra cosa que eso: jugar” (Marziani, 2008).

Partiendo de este concepto, los directivos de los equipos tienen que trabajar más desde las inferiores con los futuros jugadores. Me refiero a que si los jugadores son vistos como una inversión debido a que los equipos tienen que poner plata en ellos para su desarrollo profesional, aún hay varios temas que no abordan en su formación y que lo tienen que hacer.

En la visita a dos equipos de Quito me lleve varias impresiones. Por ejemplo el Independiente del Valle cuenta con una escuela dentro del complejo y es un requisito para los jugadores acabar sus estudios secundarios para poder ser jugadores de la institución. En un principio esta idea me pareció excelente, pero, pienso que no es en lo único que se tiene que trabajar en la formación de un jugador. Y es aquí donde entra la Ley “Chucho” Benítez (Carrión, 2013) Los jugadores no reciben educación en el ámbito cultural, es decir idiomas, culturas de otros lugares, entre otros aspectos que son básicos para emigrar a otros países y vivir con tranquilidad. El ejemplo que cita Carrión con Christian Benítez y su muerte es simple y conciso. La hiper-mercantilización de los jugadores lleva a una presión que humanamente es difícil de realizar. Un equipo de fútbol o inversionistas al momento de colocar plata en un jugador quieren que su inversión sea compensada y esto no solo en lo deportivo sino económico. Por eso, siempre se les sobre esfuerza para que la inversión sea compensada. Otro ejemplo es con las lesiones, no se curan las lesiones por esforzar al jugador para que juegue rápido. Mientras menos partidos se pierda mejor.

Pero para esto tenemos que irnos a las bases, donde los jugadores tienen que recibir una educación para poder soportar todas estas presiones que el mundo globalizado tiene (Carrión, 2013)

Es algo que me pude fijar en la visita que realice en estos dos equipos. Evidencie que desde un principio los jugadores son vistos como mercancía y saben cuáles les servirán en un futuro para sustentar económicamente al club y cuáles no.

Cuando estuve en el Independiente del Valle se realizaron la firma de algunos contratos de juveniles que estaban próximos a vencer. Hablé con el directivo encargado de esto y me menciono que estos jugadores tienen 16 años, les firman contratos por tres años por un valor de seis mil dólares y un sueldo básico y que si a los tres años ven que los jugadores no les sirven simplemente no les renuevan. Este club ya ha vendido a varios jugadores al extranjero y lo sigue haciendo. Quiere decir que es muy bueno en sus formativas

Los jugadores comienzan a percibir el problema una vez que estén fuera de su país y no tienen la preparación necesaria para soportar estas presiones. Una de las principales razones para que esto sucede dentro de los clubes nacionales es por a falta de profesionalización de los directivos de los clubes, así lo dice Carrión, F (2013) Es decir las personas que están al frente de los equipos en el Ecuador no son exactamente personas con títulos, preparadas y con experiencia para desarrollarse en este campo.

Pero también he mantenido conversaciones con varios directivos de equipos del país, en conversaciones con Esteban Paz directivo del Liga de Quito y Michell Deller presidente del Independiente del Valle, llegan al mismo punto. Ellos tienen que velar por la conveniencia del club, pero dicen respetar el derecho del jugador también. Deller me dijo que ellos ven a los jugadores que forman como el patrimonio del club. Entonces quiere decir que son un producto.

En este caso pienso que debería existir alguna ley de compensación, en donde siempre y cuando ninguna de las partes se vea perjudicada se puedan romper vínculos contractuales si el jugador o el equipo no está contento en su trabajo. Aquí traigo el caso del Daniel Viteri, este también lo viví de cerca. Este jugador antes de llegar a su actual club Liga de Quito pasó por el Emelec y Deportivo Quito, siendo figura en estos dos clubes y llegando a la selección nacional. En el año 2008 llegó a su actual equipo.

Aquí nunca recibió oportunidades para poder desempeñar su carrera dentro de la cancha, por esta razón en el año 2010 fue prestado al Barcelona de Guayaquil. A finales del año pasado (2012), él conversó con la dirigencia para salir del equipo a otro y poder jugar, en principio se le dio permiso para negociar con otros clubes. Cuando ya tenía un acuerdo para su regreso al Deportivo Quito los dirigentes de Liga le expresaron que no le van a dejar salir de la institución por tener el contrato firmado y que prometen hablar con el director técnico para que le dé más continuidad. Una vez más otro caso en el que una persona sigue siendo utilizada y sus intereses no son importantes. La excusa para no dejarlo ir fue que es un gran jugador y que el equipo necesitará de su presencia. Viteri ha jugado dos partidos en todo el año 2013.

Dentro de Sudamérica somos el penúltimo país, solo delante de Bolivia que menos “exportamos” jugadores. En contexto a la mayoría de los jugadores que han salido les ha ido medianamente bien con algunas excepciones. Por ejemplo el caso de Antonio Valencia explica el éxito de un jugador ecuatoriano en el extranjero. Él juega en uno de los mejores equipos del mundo y lo hace sin ningún problema. Pero este es un caso extraordinario, la mayoría de jugadores que salen, juegan muy irregularmente y terminan por regresar al país. Este es el ejemplo de Jaime Ayovi, como juvenil cumplió con un campeonato extraordinario en Emelec, saliendo goleador. Se lo vendió al fútbol mexicano, posteriormente pasó al fútbol de medio

oriente y ahora está de regreso al Ecuador jugando para Liga de Quito. Pero también existen casos, siendo estos muy pocos, de jugadores que logran adaptarse y cumplir un buen papel.

Si bien el fútbol hace muchos años pasó a convertirse en un mercado que maneja mucha plata y que uno de sus principales productos son los jugadores, no hay que olvidarse que estos son seres humanos.

Quiero mencionar que durante la investigación me encontré con casos en los cuales los jugadores de fútbol se sienten muy contentos de cómo son tratados, del sueldo que perciben, entre otras cosas. Pero no son todos y si existe una persona disconforme hay que hacer algo.

Me parece muy importante el precedente que quiere marcar Carrión con la ley “Chucho” Benítez, que en mi punto de vista, más que una ley, es una forma de que la gente se dé cuenta como son tratados los jugadores. Vuelvo y repito no son todos, pero este fenómeno después de la muerte de Christian Benítez de mostrar a la sociedad que nuestros jugadores tienen calidades físicas de sobre salir en el futbol del extranjero como lo era Benítez, pero que es necesaria la educación desde edades menores para que el cambio no sea tan fuerte y sea fácil de tolerar.

Es importante humanizar el trato hacia estos deportistas también desde las gradas como hinchas o fanáticos del fútbol, no se puede pretender que jueguen como maquinas, son personas que tienen una vida detrás del uniforme y que eso no comprenden muchas de las personas.

He escuchado muchos comentarios de hinchas en los que dicen que se les exige mucho por los valores económicos con los cuales se ven compensados. Tienen que entender que son pocos los jugadores que llegan a cumplir la meta y sueño de llegar a ser un jugador de fútbol, mientras que la mayoría no llegan pero atraviesan el proceso de formación.

Es por eso que me parece importante empezar desde las bases es decir las inferiores, en el caso de Ecuador para que los jugadores estén preparados.

Hago hincapié en la preparación del jugador porque pienso que es más fácil actuar en ese campo, que tratar de cambiar las reglas de funcionamiento de un deporte que ya está mercantilizado a lo largo y ancho del planeta.



## Bibliografía y referencias:

- Apitzsch, E. y Berggren, B. (1993) *The Personality of the Elite Soccer Player*. Lund: Studenlitteratur.
- Carrión, F. "Ley "Chucho Benítez"" *Diario Hoy*. Agosto, 2013:  
[http://works.bepress.com/fernando\\_carrion/604](http://works.bepress.com/fernando_carrion/604)
- Carrión, F. & Samaniego, P. *Mete gol, gana... Fútbol y economía* Quito: FLACSO Ecuador, 2006.
- Carrión, F. "Economía y fútbol". Quito: FLACSO Ecuador 2010
- Carrión, F. "Fútbol y violencia: las razones de una sin razón": Quito. *Revista Polemika* 7 (2011)
- Casis, L. y Casis, L. y Zumalabe, J.M<sup>a</sup>. (2008). *Fisiología y psicología de la actividad física y el deporte*. Barcelona: Elsevier.
- Darby, Paul, 2002, *Africa, Football and FIFA. Politics, Colonialism and Resistance*, London: Frank Cass.
- De Marziani, F. (2008) Fútbol Infantil: ¿Trabajo o diversión? ¿Esfuerzo o placer? ¿Competencia o juego? ¿Pena o Gloria? (En línea) *Educación Física y Ciencia*, 10.
- Finucci, M. (2011, Junio). Buenos Aires: Fútbol y globalización: Sale Estado y entra Mercado. Una mirada desde Argentina. *Sociedad hoy*, 21, 129-138
- Gabler, H. (1976). Desarrollo de los rasgos de personalidad en deportistas de alto nivel. *Sportwissenschaft*, 6, 247-276.
- Giulianotti, Richard, 1999, *Football. A Sociology of the Global Game*, Cambridge: Polity Press
- Herbella, J. (2010, Mayo). "FUTBIOLENCIA". COLLAGE DE VIVENCIAS DE UN JUGADOR DE FÚTBOL PROFESIONAL. Recuperado el 26 de Octubre de 2013 de [http://www.asocgustavorivero.com.ar/revista/articulos/articulo\\_futbiolenia.pdf](http://www.asocgustavorivero.com.ar/revista/articulos/articulo_futbiolenia.pdf)
- Ramirez, A. & Vasquez, B. (2011). Reporte Final. *Nueva Epoca*, 5, 39-44
- Paredes, P. (2007, Junio). Quito. Fútbol y Economía: dos fuerzas del mundo moderno. *Gestión*, 17-25
- Tejero, J. (2009). *El gran circo del fútbol*. T&B Editores, Madrid.

Ruiz, R y Garcia, A. (2013,Octubre). Madrid. Personalidad y rendimiento deportivo en jugadores de fútbol desde el modelo de Costa y McCrae. *Anales de psicología*, 29, 642-655

Moreira, M & Hijós, N. (2003, Enero). Buenos Aires: Clubes deportivos, fútbol y mercantilización: Los casos de Boca Juniors e Independiente en la Argentina. *Question*, 37, 149- 161

Vealey, R.S. (2002). Personality and sport behavior. En T. S. Horn (ed.), *Advances in sport psychology* (2nd ed.) (pp.43-74). Champaign, IL: Human Kinetics.

Villena Fiengo, Sergio (2003). “Gol-balización, identidades nacionales y fútbol”, en Alabarces, P. (comp.) *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.

Villena, Sergio, 1998<sup>a</sup>, “El fútbol como ritual nacionalista”, en Ecuador Debate 43.

## Primer formato periodístico: Prensa escrita

### Artículo

# Artículo

## Humanizar el trato a los futbolistas

Los jugadores de fútbol se han convertido en el producto de este deporte. ¿Están los deportistas ecuatorianos preparados para afrontar esta situación?

Por: Santiago Jijón

Fotografía: Santiago Jijón

*Los principales actores del fútbol son los jugadores. Son la esencia de este deporte, pero no son los únicos. Están también los directivos, los empresarios, managers, periodistas entre otros. Esto envuelve al mundo del fútbol.*

*Con el transcurrir del tiempo, este deporte se convirtió en el más famoso del mundo. Aumentó su popularidad y gracias a esto los mundiales de fútbol organizados por la FIFA alcanzan niveles altos de audiencia mundial.*

*El momento en el que los jugadores de fútbol son cuantificados con cifras económicas, ya sea para una futura venta o para saber cual es el patrimonio del club, ya son tratados como una mercancía y sus transferencias a otros equipos crea el mercado del fútbol, que además abarca la venta de imagen de los jugadores y la batalla por parte de las marcas deportivas por auspiciar a las figuras de este deporte.*

*Como en todos los trabajos lucrativos, siempre tendrá que existir un producto por el cual el mercado funciona.*

*Partiendo de esta premisa, para el*

*periodista deportivo Diego Lituma, los jugadores si son tratados como una mercancía. "Con los jugadores es como que cambiaras un carro, al final del año quieres el ultimo modelo porque este te gasta menos gasolina, es más rápido. Lo mismo piensan con el jugador y por esto es que se ha convertido en una mercancía", asegura.*

*Los empresarios de los jugadores ocupan un papel importante al momento de hacer una negociación. Ellos son los que asesoran al jugador, buscan su mejor beneficio. Para que estas personas puedan ser empresarios, tienen que pasar por un proceso ante la FIFA. De esta forma se regula que sean profesionales y que los principales beneficiados sean los jugadores de fútbol. En Ecuador esto no es así, no solo existen los buenos empresarios, sino también los malos. "A veces es muy beneficioso porque el jugador tiene que ocuparse solo de jugar fútbol y que el tema económico se ocupe el empresario. Tu le dices como quieres el contrato y él se encarga de arreglarlo. Muchas veces ocurre que hay empresarios que no son del todo conscientes y perjudican al jugador en temas económicos. Por comisiones te llevan a equipos que tu no quieres ir*

*pero que el porcentaje de ganancia es más alto para el empresario. O terminas en el equipo que quieres pero sin que te den el porcentaje que quieres o te mereces", dice Patricio Urrutia, ex jugador de fútbol.*

*Para Leonardo Pérez, actual jugador del Espoli, siempre suceden hechos en los que los empresarios sacan ventajas. "Yo creo que a todos los jugadores nos pasa eso. Un empresario siempre trata de llevarse la mayor cantidad de dinero y algunos los hacen mal... Aparte los empresarios piden mucho dinero a cambio al jugador, se llevan el 70 u*



*"Las transferencias ahora son cada vez más millonarias. Por esto el jugador trata de buscar ese plus que le haga verse más valorable dentro del mercado" Roberto Arroyo*





Fotografía: wix.com

80 % y el jugador lo demás y yo no estoy de acuerdo”.

Por otro lado, existen también empresarios buenos, los que buscan el interés del jugador y del club sobre el interés personal, asegura Joao Rojas, jugador de la división Sub 18 del Independiente del Valle, quien dice sentir cariño por su representante Diego Herrera.

No podemos olvidarnos que los jugadores primero son seres humanos. Esto es importante para Jaime Pérez, ex directivo del Aucas y ex presidente de AFNA (Asociación de Fútbol No Amateur de Pichincha) “Tenemos que partir de la premisa que son seres humanos, pero con la globalización del mercadeo resulta que pasan a constituirse en una marca, esto hace que se los mire como una mercancía”, comenta.

### La evolución del trato

El trato hacia el jugador ha evolucionado con el paso de los años. Décadas atrás, los deportistas no atravesaban por las etapas que ahora son obligatorias. Un ejemplo de esto es la educación. En varios

equipos, especialmente en varios de primera división, esto es algo imprescindible. “Aquí la educación es obligatoria. No hay ningún jugador que diga que no quiere estudiar porque en ese momento el jugador sale del club. Hemos trabajado estos años impulsando el idioma inglés y al haber sacado jugadores al extranjero vemos la necesidad que los jugadores aprendan otros idiomas”, menciona Roberto Arroyo, coordinador del equipo Independiente del Valle.

Pero es esencial para los jugadores tener más que solo los estudios académicos. Hay que tener preparación cultural para poder afrontar una transferencia. El catedrático Fernando Carrión, después de la muerte de Christian Benítez, propuso ante la FIFA una ley llamada “Chucho” Benítez, en donde plantea ir más allá de la educación deportiva para los jugadores, alcanzar estándares necesarios para que los deportistas puedan afrontar un cambio repentino de cultura, idioma, comida entre otras cosas.

Las exigencias del fútbol actual han aumentado, creando más presiones en los jugadores para triunfar dentro de este deporte “Si, los

jugadores cada vez sienten más esas exigencias, pero se preparan más. Por ejemplo el jugador que esté mejor preparado y que sepa cuidarse de mejor manera que los otros, que no este en escándalos. Por ejemplo, en las fichas que nos piden los equipos extranjeros, hay una valoración sobre 10 en el aspecto físico, mental, psicológico. Eso tiene un peso en la valoración para la contratación”, asegura Arroyo.

En Ecuador, los equipos de fútbol preparan a sus jugadores físicamente, pocos los preparan académicamente. Son extraños los casos en los que les proporcionan ayuda en la parte mental, para poder vivir afrontar situaciones que hay en el fútbol. Para Jaime Pérez todavía quedan varias cosas por hacer dentro de los clubes. “Muchos de los jugadores nacen con condiciones innatas pero no solamente es patear una pelota, tienen que ser seres humanos que jueguen al fútbol y que se compenetren a esta globalización del fútbol... es la obligación de los dirigentes y clubes engranarles a los jugadores para que estén preparados para afrontar lo que el mundo del fútbol les presentará”.

Las divisiones formativas de varios clubes grandes del Ecuador están pasando por varios cambios. Años atrás, el club El Nacional era reconocido por su excelente trabajo en sus canteras. Fueron varios los jugadores que vendió este club al extranjero como por ejemplo Se-



“Muchas veces hay empresarios que no son del todo conscientes y perjudican al jugador en temas económicos. Por algunas situaciones te llevan a equipos que tu no quieres ir, pero que la comisión es más alta para el empresario”  
Patricio Urrutia





Fotografía: Santiago Jijón

gundo Alejandro Castillo, Félix Borja, Christian Benítez, Luis Antonio Valencia entre muchos más. En la actualidad hay varios conflictos dentro del club por su mal manejo. Valencia el 15 de Enero del 2014 escribió en su cuenta de twitter "Chicos q vienen desde muy lejos con una ilusión y sin recursos; Se encuentran con esto. DESMOTIVA! Que lástima." Adjunto una fotografía de un cartel que se encontraba en el ingreso del complejo de El Nacional, en el que decía que por disposición de la comisión directiva todo chico que quería realizar la prueba en el club debe pagar dos dólares. Esto se hizo eco en los medios y el presidente del equipo decidió no cobrar más a los jóvenes jugadores.

Por otro lado hay clubes como Independiente del Valle o Liga de Quito que invierten mucho dinero en sus formativas. Este dinero a la larga tiene que dar sus frutos. Estos son por ejemplo jugadores transferidos al extranjero para que así reciban de vuelta gran parte de la inversión o hasta ganar económicamente por el jugador. Es decir, siguen siendo tratados como mercancía; esto no es mal visto por parte de los propios jugadores "Liga tiene un presupuesto para divisiones formativas de más de 1 millón de dólares al año, entonces seguramente apuntan que de 200

o 300 chicos alguno represente una venta que justifique la inversión. Por que si no tienen ningún rédito nadie invierte de esa manera, más allá que los negocios siempre tienen que ser equitativos para todos. En este caso el club invierte, pero no hay que olvidarse que el jugador es la esencia entonces por más chico que sea o humilde tiene que verse beneficiados. El aporte de los clubes no solo es crear futbolistas sino seres humanos dándoles educación y principios y así tienen un comportamiento adecuado dentro y fuera de la cancha porque un deportista es una imagen pública", opina Urrutia.

Pero a su vez el trato al jugador ha evolucionado con el paso del tiempo. Antiguamente los jugadores de fútbol eran propiedad del club hasta que acaben sus carreras. Si los equipos querían aceptar una transferencia lo hacían, caso contrario el jugador no podía moverse del equipo. Esto cambio en el año 1996 cuando el belga Jean-Marc Bosman acudió ante instancias judiciales para reclamar la salida del equipo en el que estaba ese momento para pasar al fútbol de Francia. La respuesta fue positiva y poco a poco la FIFA fue modificando la normativa. Hoy, el equipo de fútbol es solo dueño de los derechos del jugador durante la duración del contrato firmado por las

partes, es decir, ya no de por vida.

Los jugadores lo han visto de buena manera. "El jugador de fútbol era de los equipos, tu no necesitabas tener un contrato, tu solo jugabas un partido y ya pertenecías a ese equipo y era hasta que la muerte te separe. Si el club no quería no eras transferido. Hoy por ejemplo ha mejorado mucho eso, con la agremiación de fútbol a nivel internacional la FIPRO (Federación Internacional de Futbolistas Profesionales) ha hecho mucho para que si tu no tienes contrato eres jugador libre o sino tu contrato esta por finalizar ya puedes negociar con otros equipos. Ahora el futbolista no está atado a un equipo solo a un contrato que generalmente es muy favorable para el jugador", comenta Patricio Urrutia.

Sin duda, el fútbol se ha desarrollado con el paso de los años. Es difícil pretender que los jugadores dejen de ser tratados como un producto, pero si es importante concientizar a la gente que los deportistas también son seres humanos y hay que tratarlos como tal. Por ejemplo, no insultarlos por algún hecho dentro de la cancha, sin saber si están atravesando por alguna época difícil en su vida.

Todavía quedan cosas por hacer desde la Federación Ecuatoriana de Fútbol. "Tienen que dejar las reglas claras, esperemos que se cumplan las leyes y se cumplan los contratos que los jugadores firman", asegura Lituma.



"Es la obligación de los dirigentes y clubes engranarles a los jugadores para que estén preparados a afrontar lo que el mundo del fútbol les presentará" Jaime Pérez

## Primer formato periodístico: Prensa escrita

### Entrevista Pablo Lucio Paredes

## Entrevista

# “Los equipos de fútbol ya no son los reyes del deporte”

Por: Santiago Jijón

*Una de las pasiones del economista Pablo Lucio Paredes es el fútbol. En algunas publicaciones, analiza al fútbol ecuatoriano y sus problemas en lo que tiene que ver con la economía.*

*Su última publicación al respecto está dentro de la revista Polemika, donde habla de la crisis económica que viven los clubes ecuatorianos.*

*A continuación una entrevista donde Paredes da una visión profunda a la situación de la mercantilización de este deporte y la humanización al trato económico de los jugadores de fútbol.*

*¿Por qué cree que se ha llegado a mercantilizar tanto el fútbol a nivel global?*

*Cuando el mercado amplía la relación de un bien o servicio o actividad, se requiere una mayor información sobre en este caso los jugadores de fútbol. Cuando, por ejemplo simplemente tienes un fútbol basado en el barrio, hay otros métodos como verles jugar afuera de tu casa y consultar a la gente si les parece que el jugador es bueno o malo. Pero cuando se amplía la relación de esta actividad, obviamente el que está en Europa difícilmente puede venir al barrio. Entonces la naturaleza de la información cambia radicalmente. Un elemento fundamental de la información se vuelve la valoración económica. El costo del jugador se vuelve un valor fundamental...Entonces pienso que todo este proceso se intensificó debido a la globalización, no es tanto que el jugador se convierte en una mercancía, sino esto es otra manera de formar y evaluar al jugador.*

*¿El jugador tiene que pasar por un proceso de manipulación para poder llegar a triunfar?*

*Yo no lo veo como un proceso de manipulación ni de mercantilización en el sentido negativo de la palabra. Para mí es un proceso de información completamente natural, que sucede en todas las profesiones...en el fondo todas las personas pasamos por lo mismo en cualquier puesto de trabajo antes de llegar a triunfar como profesional. Por alguna extraña razón en el fútbol nos parece que es algo escandaloso y es porque este deporte es más público.*



Fotografía: Wenceslao Cruz

*¿Debe el jugador ecuatoriano prepararse más para afrontar económicamente lo que significa un traspaso internacional?*

*El hecho de ser una persona pública requiere una preparación adicional. Evidentemente en el fútbol ecuatoriano los muchachos no están preparados. Al tener una menor preparación académica e intelectual que es generalmente lo que pasa dentro del fútbol, estas menos preparado para enfrentar este tipo de situaciones. Por esto, a muchos les acaba afectando esta aparición pública repentina como es el ejemplo de Jaime Iván Kaviedes*

*¿Queda algo por hacer aquí en el país con la educación en formativas, para que los jugadores sepan como actuar ante estas situaciones?*

*En general me parece que no es fácil preparar a la gente para esto. Tal vez hay unas cosas que se practican en ciertos casos que en vez de prepararles, les ayudan en el sentido de decirles a los jugadores te ayudo a crear un fondo financiero con la plata que ganas y con eso te quito la carga de manejar el dinero.*

*¿Te parece bien el sistema en el que los equipos o inversionistas son dueños de los pases de los jugadores por cierto tiempo?*

*Yo tiendo por mi pensamiento liberal a*

*que esto no nos afecta. En la vida hay relaciones libres y nadie les obliga en principio a un jugador a entrar a este esquema...además cuantos jugadores fueron libres de escoger y cuantos fueron forzados. Con el paso del tiempo pienso que los jugadores ahora lo hacen con mayor libertad por el conocimiento del sistema...Pienso que hemos pasado a un sistema donde ahora los equipos ya no son los reyes, donde los jugadores pueden salir del equipo en una venta, no cuando ellos quieran pero si pueden irse, algo que antes no pasaba, logrando un equilibrio que lo veo más hacia los jugadores de fútbol.*

*¿Para ti la humanización al trato económico del jugador está bien inclinada en la balanza entre mercado y jugadores?*

*El tema es ver si los jugadores en lo económico están recibiendo una parte importante de lo que se genera en el fútbol, si tu partes de la cúspide, se puede decir que los jugadores están recibiendo una parte importante del pastel. Por ejemplo los grandes jugadores reciben altos ingresos económicos...Pero ahora veamos en nuestros equipos, hay jugadores que ganan entre el 8 y 10 por ciento del presupuesto del equipo, un solo jugador que recibe esto no me parece mal... siempre hay una pirámide en todo, donde unos ganan mucho más que otros, pero probablemente estamos repartiendo mal por la crisis existente en el fútbol ecuatoriano.*



Segundo formato periodístico: Formato Web

## MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

Inicio

Humanización

Mercantilización

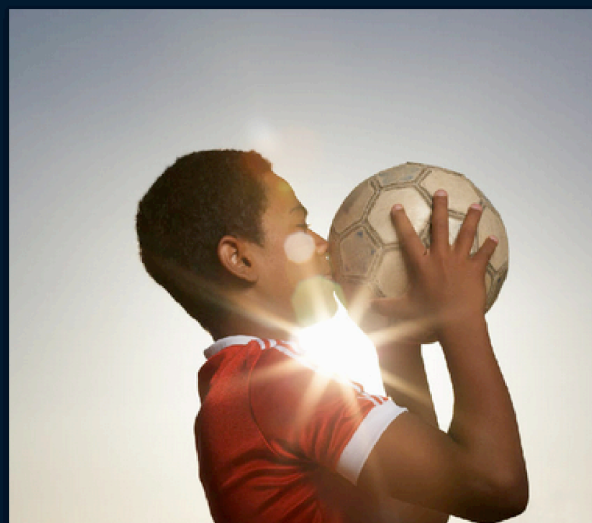
Trabajos relacionados

Créditos

La esencia del fútbol son sus jugadores. Estos son los principales protagonistas de este deporte. Además de ellos, más personas están envueltas en este mundo, empresarios, managers deportivos, directivos entre muchos más.

El fútbol, como muchos otros deportes, es un trabajo para las personas envueltas en este mundo. Esto hace que se manejen recursos económicos y que los jugadores sean su producto.

El momento en el que los jugadores de fútbol son valorados con cifras económicas pasan a ser una mercancía, es decir, la mercancía de este deporte.



Fotografía: wbr.com



Fotografía: Santiago Jijón

Es importante humanizar el trato a los jugadores desde su juventud. Así estarán preparados para afrontar futuros inconvenientes.

¿Están los jugadores de fútbol ecuatorianos preparados para afrontar esta situación?

A continuación, podrán ver varias entrevistas a expertos en el tema. Por ejemplo al [Economista Pablo Lucio Paredes](#), al [periodista deportivo Diego Lituma](#) entre algunos más. También, entrevistas a los protagonistas de este deporte como el ex jugador [Patricio Urrutia](#), a [Leonardo Pérez](#) jugador del Espoli, entre otros.

(CC) BY-NC-SA

Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por SANTIAGO JJÓN

# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## HUMANIZAR EL TRATO A LOS FUTBOLISTAS

La globalización del fútbol ha hecho que este deporte evolucione. Los campeonatos de fútbol tienen ahora mayor alcance que décadas atrás. El fútbol ecuatoriano no es la excepción. El mercado ha puesto sus ojos en nuestro fútbol y por esta razón varios de nuestros jugadores están emigrando a los campeonatos extranjeros. Es decir, van a afrontar culturas y forma de vida diferentes a las que están acostumbrados. Pero, ¿están los jugadores siendo preparados para afrontar estas situaciones?

En el Ecuador, varios son los equipos que exigen educación escolar a sus jugadores, "Aquí la educación es obligatoria, no hay ningún jugador que diga que no quiere estudiar porque en ese momento el jugador sale del club," comenta Roberto Arroyo, coordinador de divisiones formativas de Independiente del Valle. Pero no es el caso de todos. Fernando Carrión propone ante la FIFA una ley llamada Christian "Chucho" Benítez. Busca concientizar y exigir a equipos y jugadores de la importancia al trato humano de la persona en este deporte. Hay que preparar a los jugadores desde las divisiones juveniles para que estén listos a afrontar una situación como la que tuvo que pasar Christian Benítez, que además le costó la vida.



Fotografía: Santiago Jijón



Fotografía: futbolineras.com

Ex dirigente de Aucas y ex presidente de AFNA (Asociación de Fútbol No Amateur de Fichincha), Jaime Pérez piensa que falta mucho por trabajar en el trato a los deportistas. "Muchos de los jugadores nacen con condiciones innatas pero no solamente es patear una pelota sino tienen que ser seres humanos que jueguen al fútbol y que se compenetren a esta globalización del deporte"

Diego Lituma, periodista del programa día a día y de radio la red, afirma que "el trato ha cambiado mucho desde las divisiones formativas. Por ejemplo hace 20 años en un partido de formativas no ves hinchas ni a estos caza talentos ni tampoco tu familia se metía para decirte que tienes que hacer. Ahora la familia se mete porque ve a el jugador de fútbol un salvador de la pobreza."

A continuación varias entrevistas con especialistas y personas involucrados en esta problemática.

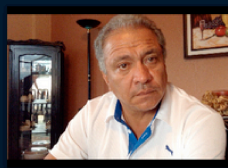
### Diego Lituma



Periodista deportivo de radio la red y coordinador de Día a Día. Con experiencia en el trato hacia jugadores de fútbol.

[Ver más.](#)

### Jaime Pérez



Ex dirigente de Sociedad Deportiva Aucas y ex presidente de AFNA (Asociación de Fútbol No Amateur de Fichincha)

[Ver más](#)

### Roberto Arroyo



Varios años de experiencia como coordinador de formativas en el club Independiente del Valle

[Ver más](#)

### Sebastian Méndez



Desde los 13 años forma parte de las formativas del club Independiente del Valle, actualmente se encuentra en la Sub 18

[Ver más](#)





# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## HUMANIZAR EL TRATO A LOS FUTBOLISTAS

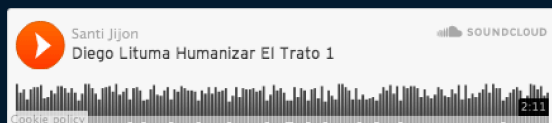
Diego Lituma  
Periodista

Para Diego Lituma, en el Ecuador todavía se tiene que trabajar en la preparación académica en divisiones formativas. "Yo creo que el futbolista ecuatoriano es muy cómodo. El triunfo muchas veces le llega muy rápido y el triunfalismo que le llega en un o dos años se le puede caer en tres meses, el ejemplo es Iván Kaviedes. Goleador mundial que fue a Italia al Perugia y que en dos meses ya no era nadie. La llegada al éxito tan rápido hace que los jugadores no sepan que hacer, el tema de la educación forma parte de esto. Pero por otro lado hay casos extraordinarios como lo es el de Ulises de la Cruz. El vio su pase al extranjero como una oportunidad de vida y para su familia también. Estos referentes sirven como ejemplo para los demás jugadores y creo que esta sirviendo para que se manejen bien en el medio.", comenta Lituma.

A pesar de esto, asegura también que a diferencia de décadas pasadas, el trato humano hacia el jugador ha evolucionado y mejorado en muchos aspectos en el Ecuador.

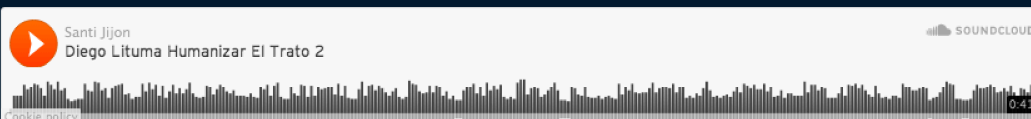


Fotografía: Santiago Jijón

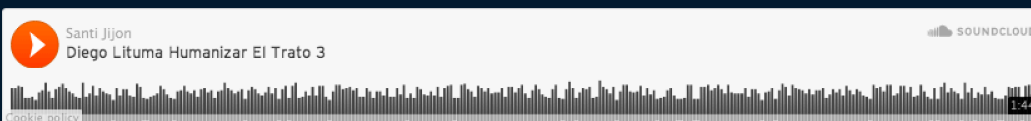


Aun así, comenta que la falta de recursos económicos hace que el trato humano hacia el jugador ecuatoriano "no es igual en los equipos por la falta de recursos, el caso de El Nacional. Fue un ejemplo en sus canteras por más de dos décadas. Aquí salieron jugadores que formaron parte de las clasificaciones al primero y segundo mundial. Pero ahora no pueden sustentar sus divisiones formativas, no hay un empresario ni una autogestión dentro del club que lo haga."

Además cree que la crisis ha hecho que los clubes trabajen de mejor manera en el trato al jugador en divisiones formativas.



Agrega que es importante por parte de los dirigentes del fútbol ecuatoriano se clarifique desde un principio los acuerdos y leyes y que posteriormente se cumplan.



"Los jugadores siguen siendo los principales protagonistas dentro de una cancha de fútbol, pero ahora se los ve como un producto, una marca registrada", aclara.

[Volver](#)


Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-Compartidigual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por SANTIAGO JIJÓN

# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## HUMANIZAR EL TRATO A LOS FUTBOLISTAS

Roberto Arroyo  
Coordinador  
divisiones formativas  
Independiente del Valle



Fotografía: Santiago Jijón

Roberto Arroyo se desempeña como coordinador de las divisiones inferiores del club Independiente del Valle desde varios años.

Según él, existe un trato humano diferente hacia los jugadores de fútbol en los equipos con divisiones formativas en Ecuador, aunque eso dependerá de algunos factores. "la personalidad de cada entrenador no es la misma, cada entrenador preparado o no se forja su personalidad. Cada uno con su carácter dará el trato que cree conveniente para cada tipo de jugador. Obviamente en algunos lugares se permiten muchos maltratos, insultos y sobre todo en categorías donde los chicos son más pequeños y esto no permitimos aquí en Independiente. Tratamos de dar la menor tolerancia al maltrato infantil," asegura.

La evolución del fútbol con el paso de los años ha creado más presión. Los jugadores ahora tienen que prepararse para afrontar situaciones que antes no existían en el mundo del fútbol, como por ejemplo, su propia valorización. Es por esto que la exigencia hacia el jugador es mayor que en el pasado "Hay más investigaciones sobre las preparaciones del jugador, existen libros y teorías además de la tecnología, cosas que antes no existían. Esto hace que los jugadores puedan prepararse más pero tienen presión de rendir y más aun recibiendo cantidades de dinero. Esto crea indudablemente más presión para que se desarrollen al 100 por ciento", comenta.

A continuación, Arroyo comenta sobre los problemas que los directivos de Independiente del Valle tienen que afrontar como institución frente a los jugadores juveniles, además la preparación educativa que brindan a los deportistas.



[Volver](#)



Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por [SANTIAGO JIJÓN](#)



# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## HUMANIZAR EL TRATO A LOS FUTBOLISTAS

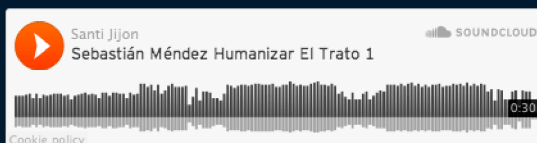
Sebastián Méndez  
Jugador de Fútbol



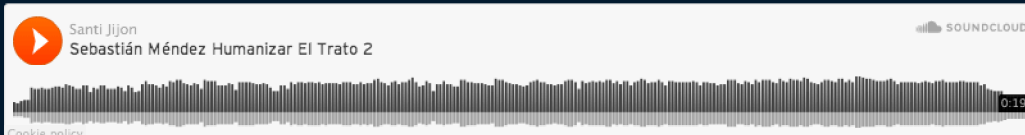
Fotografía: Santiago Jijón

Sebastián Méndez ha estado en las divisiones formativas del Independiente del Valle desde que tenía 13 años. Actualmente se encuentra en la Sub 18. Es una de las figuras de las divisiones juveniles, asegura Roberto Arroyo, su coordinador.

Dice que hasta el momento el fútbol y su entorno lo han tratado bien.



Hace algunos años, Méndez viajó hacia Inglaterra a realizar una pasantía en un equipo de este país. Asegura que la educación que recibe en la institución le ayudó mucho para poder comunicarse con sus compañeros ingleses.



Piensa que la profesión de jugador de fútbol ha evolucionado y que esto les ayuda a ser mejores personas. "Creo que lo que ahora representa un futbolista en el mundo es muy importante, ahora siendo futbolista pueden estrechar la mano de un presidente y que no todos tienen la oportunidad. Pero todo depende de como seas dentro y fuera de la cancha", asegura. Detalla que existe una evolución en el trato hacia el juvenil "Antes no habían oportunidades para los juveniles, ahora no importa la edad que tengas sino las condiciones que demuestres en la cancha para poder sobresalir."

Partido de la Sub 18 de Independiente del Valle vs LDU dónde participa Sebastián Méndez



Video tomado del canal oficial de Independiente del Valle en YouTube

[Volver](#)


Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por SANTIAGO JJÓN

# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## MERCANTILIZACIÓN DEL JUGADOR DE FÚTBOL

Cuando los jugadores de fútbol son valorados con cifras, pasan a convertirse en un producto, aunque sean los actores principales en el mercado del fútbol mundial. El significado de la palabra producto según la Real Academia de la Lengua es "Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación."

Es decir, que como todo trabajo en el mundo hay que sacar réditos. Pero en que momento nos ponemos a pensar que los jugadores son primero personas antes que un producto del mercado futbolístico. **Patricio Urrutia**, ex jugador de fútbol, siente que varias veces sí son tratados como mercancía. "El jugador de fútbol es la esencia del deporte, pero si bien es cierto muchas veces somos utilizados de una manera muy favorable para el jugador. También muchas veces no. Por ejemplo, el jugador quiere ser transferido pero porque obviamente tus derechos deportivos no te pertenecen no te puedes ir. Esas injusticias existen", asegura.



Fotografía: fichajes.com



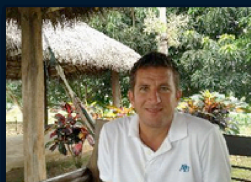
Fotografía: redoesfutebol.com.br

Dentro de este ámbito, unos de los principales protagonistas son los empresarios o managers de los jugadores de fútbol. Se supone que son los que velan por los beneficios del jugador pero no siempre es así en el Ecuador. Existen empresarios muy buenos, pero también empresarios que buscan sacar provecho de jugadores para ganar dinero.

Para el economista **Pablo Lucio Paredes**, los deportistas no están preparados aun para afrontar esta situación "El hecho de ser una persona pública requiere una preparación adicional. Evidentemente en el fútbol ecuatoriano los muchachos no están preparados. Al tener una menor preparación académica e intelectual que es generalmente lo que pasa dentro del fútbol, estas menos preparado para enfrentar este tipo de situaciones", comenta.

A continuación varias entrevistas sobre el tema.

### Patricio Urrutia



Ex Jugador de fútbol con más de 15 años de experiencia dentro del fútbol. Ha jugado en el fútbol ecuatoriano y brasileño, además de un mundial  
[Ver más](#)

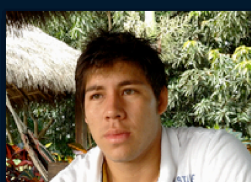
### Pablo Lucio Paredes



Economista, con vasta experiencia dentro de la política. Ha realizado varias publicaciones sobre temas económicos alrededor del fútbol  
[Ver más](#)

Fotografía: diario El Comercio

### Leonardo Pérez



Jugador de fútbol. Ha pasado por clubes como Liga de Quito, UTE, Quevedo. Actual jugador del Espoli.  
[Ver más](#)

### Joao Rojas



Actual jugador de la sub 18 de Independiente del Valle, con pasado en las formativas del club El Nacional.  
[Ver más](#)

[Ver más](#)

(cc) BY-NC-SA

Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por **SANTIAGO JUJÓN**

# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## MERCANTILIZACIÓN DEL JUGADOR DE FÚTBOL

Pablo Lucio Paredes



Fotografía: diario El Comercio

Pablo Lucio Paredes es un reconocido economista ecuatoriano. Su ideología en el ámbito económico gira alrededor de la libertad de comercio. A lo largo de su carrera, ha pasado por varios cargos políticos. Una de sus pasiones es el fútbol. Por esta razón tiene varias publicaciones vinculadas con este deporte y la economía.

Para Paredes la razón de la mercantilización del fútbol se debe a la globalización y la necesidad de los jugadores por darse a conocer. "Cuando el mercado amplía la relación de un bien o servicio o actividad, se requiere una mayor información sobre en este caso los jugadores de fútbol. Cuando por ejemplo simplemente tienes un informe basado sobre juegos informales, hay otros métodos como verles jugar afuera de tu casa y consultar a la gente si les parece que

el jugador es bueno o malo. Pero cuando se amplía la relación de esta actividad, obviamente el que está en Europa difícilmente puede venir al barrio. Entonces la naturaleza de la información cambia radicalmente. Un elemento fundamental de la información se vuelve la valoración económica. El costo del jugador se vuelve un valor fundamental...Entonces pienso que todo este proceso se intensificó debido a la globalización. No es tanto que el jugador se convierte en una mercancía sino esto es otra manera de formar y evaluar al jugador".

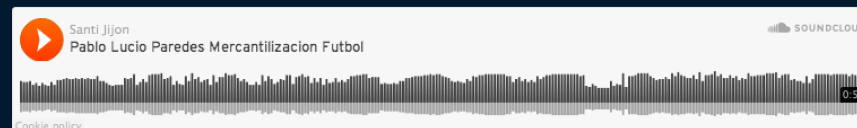
Por esta razón, la preparación de los jugadores para afrontar al mundo del fútbol tiene que ser la adecuada. Pero en el país la mayoría de jugadores no se encuentra preparada. "El hecho de ser una persona pública, requiere una preparación adicional. Evidentemente, en el fútbol ecuatoriano, los muchachos no están preparados. Al tener una menor preparación académica e intelectual que es generalmente lo que pasa dentro del fútbol, estás menos preparado para enfrentar este tipo de situaciones. Por esto, a muchos les acaba afectando esta aparición pública repentina como es el ejemplo de Jaime Iván Kaviedes", asegura Paredes.

Para Paredes el proceso de venta de un jugador es visto como un paso normal del mercado futbolístico. Así como lo viven todas las personas que están en un trabajo y cambian a otro.



La planificación desde divisiones inferiores no es fácil dentro del Ecuador. "En general me parece que no es fácil preparar a la gente para esto. Tal vez hay unas cosas que se practican en ciertos casos que en vez de prepararles, les ayudan en el sentido de decirles a los jugadores te ayudo a crear un fondo financiero con la plata que ganas y con eso te quito la carga de manejar el dinero", comenta Paredes.

El sistema actual de compra y venta de jugadores para Paredes es muy liberal. Nadie obliga a ningún jugador a nada y ha evolucionado.



La repartición de ingresos económicos en el fútbol ecuatoriano es inequitativa para Paredes. "los jugadores en lo económico están recibiendo una parte importante de lo que se genera en el fútbol. Si tu partes de la cúspide, se puede decir que los jugadores están recibiendo una parte importante del pastel. Por ejemplo los grandes jugadores reciben altos ingresos económicos...Pero ahora veamos en nuestros equipos, hay jugadores que ganan entre el 8 y 10 por ciento del presupuesto del equipo, un solo jugador que recibe esto no me parece mal... siempre hay una pirámide en todo, donde unos ganan mucho más que otros, pero probablemente estamos repartiendo mal por la crisis existente en el fútbol ecuatoriano", asegura.

Además piensa que el "modelo económico del Independiente del Valle es un modelo razonable, pero estos hay que evaluarlos con el paso del tiempo".

Volver



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por SANTIAGO JIJÓN



# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## MERCANTILIZACIÓN DEL JUGADOR DE FÚTBOL

Patricio Urrutia  
Ex jugador de fútbol



Ex jugador de fútbol con varios años de trayectoria. Jugó en los siguientes equipos: Barcelona Sporting Club, Calvi Fútbol Club, Técnico Universitario, Macará, Fluminense de Brasil. Pero el club que lo catapultó a la gloria y le brindó sus mayores alegrías es Liga de Quito, club del cual es hincha, asegura Urrutia.

Además tuvo la oportunidad de jugar varios partidos con la selección de Ecuador y en el año 2006 formó parte de la nómina de jugadores que participaron en el Mundial realizado en Alemania.

Urrutia, con una larga experiencia dentro de las canchas piensa que los jugadores son tratados como mercancía por el mundo del fútbol, aunque no lo ve como un tema perjudicial para el deportista. "El jugador de fútbol es la esencia

del deporte, pero si bien es cierto muchas veces somos utilizados de una manera muy favorable para el jugador. También muchas veces no, por ejemplo el jugador quiere ser transferido pero porque obviamente tus derechos deportivos no te pertenecen no te puedes ir. Esas injusticias existen. Pero ahora la FIFA pone reglas claras protegiendo al jugador. Si es que como jugador tienes la oportunidad de irte es más fácil realizar la transferencia. Muchas veces el tema económico prima sobre lo deportivo y terminas en ligas que no son competitivas pero que económicamente es muy bueno", comenta.

Con el paso del tiempo y la evolución del mercado del fútbol, las reglas sobre las transferencias han ido cambiando. Estos cambios benefician a los jugadores y mantienen a los equipos con las ganancias que buscan. "Antes por ejemplo, el jugador de fútbol era de los equipos, tu no necesitabas tener un contrato, tu solo jugabas un partido y ya pertenecías a ese equipo y era hasta que la muerte te separe. Si el club no quería no eras transferido. hoy por ejemplo ha mejorado mucho eso, con la agremiación de fútbol a nivel internacional. La FIPRO ha hecho mucho para que si tu no tienes contrato eres jugador libre o sino tu contrato esta por finalizar ya puedes negociar con otros equipos. ahora el futbolista no está atado a un equipo solo a un contrato que generalmente es muy favorable para el jugador", asegura.

Urrutia comparte en el siguiente video varias de sus experiencias en torno al jugador como un producto y las repercusiones que esto tuvo en varias transferencias a lo largo de su carrera.



Además prioriza la importancia de la formación de los jugadores en torno al mercado futbolístico desde divisiones juveniles. "Liga tiene un presupuesto de divisiones formativas de más de un millón de dólares al año. Entonces seguramente apuntan que de 200 o 300 chicos alguno represente una venta que justifique la inversión. Por que si no tienen ningún rédito, nadie invierte de esa manera, más allá que los negocios siempre tienen que ser equitativos para todos. En este caso el club invierte pero no hay que olvidarse que el jugador es la esencia entonces por más chico que sea o humilde tiene que verse beneficiados. El aporte de los clubes no solo es crear futbolistas sino seres humanos dándoles educación y principios y así tienen un comportamiento adecuado dentro y fuera de la cancha porque un deportista es una imagen pública", dice.

[Volver](#)


Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por **SANTIAGO JUJÓN**

# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## MERCANTILIZACIÓN DEL JUGADOR DE FÚTBOL

Leonardo Pérez  
Jugador de fútbol



Leonardo Pérez incursionó en el fútbol desde los 9 años en el club de su ciudad natal Ventanas. Con el paso de los años, tuvo que tomar la decisión de ir a las divisiones formativas del Club Sport Emelec o Liga Deportiva Universitario. Decidió ir a Quito y estuvo en ese club hasta los 18 años.

Después de esto, pasó al club de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). En este equipo tuvo su primera aparición en primera categoría. Formó parte del club en la serie B. Después estuvo en varios equipos como Deportivo Quevedo, Juventud Minera, Patria y actualmente se encuentra en la Espoli.

Para Pérez, siempre existen preferencias dentro de esta deporte. Esto hace que las oportunidades sean más complicadas para quienes empiezan en el deporte. "Yo creo que las preferencias existen la verdad, siempre hay ventajas para distintos jugadores. Más para los que están muchos años en un club, tienen más apoyo. Pero siempre hay que mantener una buena relación con los dirigentes y profesores para que haya estabilidad en todo sentido en el equipo".

La visión de Leonardo sobre los empresarios de fútbol es clara. Existen varios que son buenos, pero, como todo negocio hay los que buscan perjudicar al jugador. Así lo asegura en el siguiente video



Pese a esto, Pérez asegura que la evolución del empresario del futbolista ha sido en beneficio para el jugador. "Creo que si ha cambiado mucho el trato del empresario hacia el jugador. Un empresario bueno te ubica en un buen equipo. No todo depende del empresario siempre. Yo sé que si tengo un buen año tendré oportunidades de jugar en buenos clubes."

### Lista de empresarios acreditados por la FIFA en Ecuador

Nombre	Empresa	Dirección postal	Otra información
CHANDRO PARRALES Jose		Ciudad Alameda, 79 645 - calle 8 LARI, CANTÓN	chandroced@hotmail.com Teléfono: +593 9351541318 Móvil: +57814799919
CHIRIBOGA Jose		San Pedro 154 y Sumacocha QUITO	chiriboga@hotmail.com Teléfono: +593 2250 47 14 Fax: +593 2256 78 88
EDISON ERNEST Enrique Ramirez		Av. 5 de Junio 2765 y General Núñez QUITO	ernez@net.ec Teléfono: +593 225046137 Móvil: +593 97782561
GONZALEZ DELGADO Ricardo		Marzana No. 1 E. Vía No. 10 GUAYAZUL	ricardo.gonzalez.delpaco@hotmail.com Teléfono: +593 04228 47 45
HERBERA LARREA Diego		Av. Amazonas 477 y Boca de SOL QUITO	diego@buneto.net.ec Teléfono: +593 2237 82 61 Móvil: +593 84436 30 43
POTHIGER ALVAREZ Shami Sandro		Carlos Tobar 186, Calle Victoria Ocho 68 y Bío QUITO	Teléfono: +593 22323 89 13
NUÑEZHERNANDEZ TROYA Arturo Manuel		133 Av. de Los Shivas QUITO-EL CORSICO 88	artu@hernandezcorraling.org Teléfono: +593 22142 58 84 Móvil: +593 9 207 32 57 Fax: +593 2223 89 92
YERGARA VILLACIS WILLIAM JOSUE		Ciudad La Sabana, No. 8, Calle GUAYAZUL	williampeveral@gmail.com Teléfono: +593 4248490 Móvil: +593 9030323
VILLARREAL ENCALAJAN Edwin Orlando		Gaspar de Villamil 6-10- 121 y Av. 6 de diciembre QUITO	erandev55@gmail.com Teléfono: +593 22360370 Móvil: +593 94628861
ZAMBRANO ARGUELLO Marcos		La Florida, Av. 4, Calle Norte Villa No. 157 SARSOBANDON	Teléfono: +593 4283 16 68

Fuente: <http://es.fifa.com>

Volver



# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## El negocio del fútbol.

Por: Sharon Frutos

Análisis de un comercial de Nike en base al negocio del fútbol y sus componentes



## ¿El fútbol es negocio?

Por: Jeronimo Calleja

Se muestran los intereses del mercado futbolístico



## Ley Christian "Chucho" Benítez

Benítez

Por: Fernando Carrión

En esta ley, Fernando Carrión plantea ante la FIFA una ley para humanizar el trato hacia el jugador de fútbol

[Hacer click para descargar](#)

## Fútbol Infantil : ¿Trabajo o

diversion? ¿Esfuerzo o

placer? ¿Competencia o

juego? ¿Pena o gloria?

Por: Fabián Marziani

Paper académico que analiza el porqué de la incursión de los niños y jóvenes en el fútbol

[Hacer click para descargar](#)

## Fútbol: Presidente de FIFA

llama a "humanizar" fútbol

Por: spanish.news.cn

Este artículo periodístico habla sobre la necesidad de humanizar el trato a los futbolistas, planteado por el presidente de la FIFA Joseph Blatter

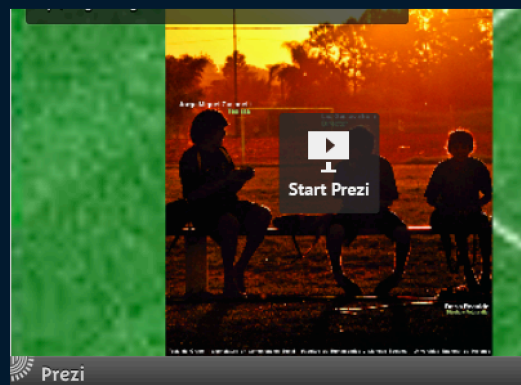
[Hacer click para ir al artículo](#)

## Fútbol, Pasión y Negocios. La

Mercantilización del Fútbol

Infanto-Juvenil

Por: Jorge Miguel Cusanelli



# MERCANTILIZACIÓN Y HUMANIZACIÓN DE LOS JUGADORES DE FÚTBOL

[Inicio](#)
[Humanización](#)
[Mercantilización](#)
[Trabajos relacionados](#)
[Créditos](#)

## Créditos:

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por SANTIAGO JIJÓN.  
Edición de contenidos Eric Samson.

## Agradecimientos:

-Pablo Lucio Paredes	-Diego Lituma
-Patricio Urrutia	-Jaime Pérez
-Leonardo Pérez	-Roberto Arroyo
-Joao Rojas	-Sebastián Méndez

## Contactos al autor:

Nombre

Email

Asunto

Mensaje




Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#).

Entrevistas, textos, contenido, fotografía y diseño por SANTIAGO JIJÓN

Cronograma para la elaboración de los formatos periodísticos, prensa escrita y web

Trabajo de Titulación III					Ene de 2014 (Hora del Este)				
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom			
13	14	15	16	17	18	19			
20	21	22	23	24	25	26			
Investigación									
27	28	29	30	31	1	2			
Investigación									
<p>Entrevistas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Viaje a Zapotal @ Zapotal, Ventanas, Los Ríos, Ecuador</li> <li><input type="checkbox"/> Entrevista</li> <li><input type="checkbox"/> Entrevista Patricio</li> </ul>									



Trabajo de Titulación III				Mar de 2014 (Hora del Este)			
lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	
24	25	26	27	28	1	2	
Entrevistas			Pautaje @ Quito, Pichincha, Ecuador				
3	4	5	6	7	8	9	
Pautaje @ Quito, Pichincha, Ecuador				Realización primer formato periodístico			
10	11	12	13	14	15	16	
	Revisión-Entrega primero formato periodístico @ USFQ, Quito,				Corrección primer formato @ USFQ, Quito, Pichincha, Ecuador		
17	18	19	20	21	22	23	
Corrección primer formato @ USFQ, Quito, Pichincha, Ecuador							
			Realización 2do formato				
24	25	26	27	28	29	30	
Realización 2do formato							
Corrección primer formato @ USFQ, Quito, Pichincha, Ecuador							
			Primera				
31	1	2	3	4	5	6	
Realización 2do formato							

Trabajo de Titulación III

Abr de 2014 (Hora del Este)

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
31	1	2	3	4	5	6
Realización 2do formato						
7	8	9	10	11	12	13
Realización 2do formato	2da corrección					
14	15	16	17	18	19	20
Realización 2do formato						
21	22	23	24	25	26	27
Ultima revisión formatos periodísticos uno y dos	Entrega segundo					
28	29	30	1	2	3	4
Ultima revisión formatos periodísticos uno y dos						

Trabajo de Titulación III		May de 2014 (Hora del Este)			
lun	mar	mié	jue	vie	dom
28	29	30	1	2	3
Ultima revisión formatos periodísticos uno y dos					
5	6	7	8	9	10
Ultima revisión	Entrega Final				
					11

## Presupuesto para la elaboración del Trabajo de Titulación

### PRESUPUESTO TRABAJO DE TITULACIÓN

	CANTIDAD	VALOR (\$)	TOTAL
<b>INVESTIGACIÓN</b>			
<b>EQUIPOS</b>			
Cámara			
Grabadora de voz			
Cámara de fotos			
Microfono			
<b>LOGISTICA</b>			
Movilización	1	15.00	15.00
Alimentación	4	5.00	20.00
Comunicación	1	8.00	8.00
<b>GASTOS</b>			
Luz	1	5.00	5.00
Internet	1	6.00	6.00
<b>ENTREVISTAS</b>			
<b>EQUIPOS</b>			
Cámara	4	15.00	60.00
Grabadora de voz	4	8.00	32.00
Cámara de fotos	2	15.00	30.00
Microfono	4	8.00	32.00
<b>LOGISTICA</b>			
Movilización			
Viaje a Zapotal	1	15.00	15.00
Gasolina	2	15.00	30.00
Alimentación	8	5.00	40.00
Comunicación	1	7.00	7.00
<b>GASTOS</b>			
Luz	1	5.00	5.00
Internet	1	4.00	4.00
<b>EDICIÓN</b>			
<b>EQUIPOS</b>			
Cámara			
Grabadora de voz			
Cámara de fotos			
Microfono			
Editora	2	100.00	200.00
<b>LOGISTICA</b>			
Movilización	1	15.00	15.00
Alimentación			
Comunicación	1	3.00	3.00
<b>GASTOS</b>			
Luz	1	10.00	10.00
Internet	1	8.00	8.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$545.00</b>
<b>12% IVA</b>			<b>65.40</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>			<b>\$610.40</b>



## Transcripciones de las entrevistas realizadas para el trabajo de titulación

Entrevista Joao Rojas (Jugador juvenil Independiente del Valle)

¿Qué experiencia has tenido en el fútbol hasta ahora?

Empecé en nacional, pase muchos años ahí, tuve una buena trayectoria siendo campeón y goleador y se dio la compra para independiente.

¿Porqué escogiste Independiente sobre nacional?

Fue una decisión muy dura porque Independiente es un centro de alto rendimiento donde hay muchos jugadores y sabia que acá venia a empezar desde cero pero me atrajo porque aquí voy a subir mi nivel.

¿Cómo sientes que te ha tratado el fútbol?

En el fútbol con mi experiencia todo siempre ha sido bueno, en el trato hacia el jugador excelente y mas aquí en independiente donde nos tratan como jugadores profesionales y nos dan mucho cariño y atención

¿Dentro de tu experiencia en el fútbol, que te han comentado de los representantes de jugadores de fútbol?

Yo respeto, mi representante es Diego Herrera y siento cariño ellos apoyan a los jugadores.

¿Alguna experiencia mala que has escuchado sobre los representantes?

Si me han comentado sobre varios casos, me han dicho jugadores que no les toman mucho en

cuenta sus representantes y que solo aparecen cuando andan bien. Este no es mi caso, mi representante siempre estuvo conmigo en las buenas y malas

¿Crees que ha evolucionado el trato hacia el jugador con el paso del tiempo?

Mucho, especialmente en las inferiores. Me cuenta mis padres y ex técnicos que antes no se daban las oportunidades que hay ahora para jugar. Antes no era necesario un juvenil en cancha, el trato al juvenil era diferente. Solo llegaban por esfuerzo pero no por muchas oportunidades

¿Qué ventajas tiene esto para el jugador de fútbol actual?

Podemos llegar a ser jugadores de alto nivel en el extranjero, cosa que no se daba antes. El jugador llegaba y jugaba campeonato nacional y se quemaba, no aspiraba a nada más. Nosotros desde chicos tenemos ambición de jugar en el exterior.

¿Crees que el jugador de fútbol es un producto en el mundo de este deporte?

Eso es lógico, como en todo trabajo te tienen que sacar provecho. Esto nos sirve a nosotros y al club. Entrenamos a doble jornada para que cuando seamos grandes podamos tener algo concreto y mejor para nuestro futuro.

¿Cuál crees que es el trato por parte del Independiente sobre los juveniles?

Sin duda este club es el que mejor trata a los juveniles en el país y el que nos da más chances, tengo compañeros de otros clubes como el Cuenca y Emelec y dicen que el trato que recibimos acá no tiene nada que ver

¿Qué importante es para ustedes es la educación, que les enseñen como desempeñarse en transferencias futuras al extranjero?

Eso es esencial, el estudio es primordial para que un futbolista sea inteligente porque aparte de eso el estudio nos ayuda a expresarnos bien. Al firmar un contrato lo podemos leer y firmar.

Aquí nos ayudan mucho con ese tema.

¿Qué importante es para ustedes jugadores su imagen?

Eso también es importante, jugadores como el Bam Bam Hurtado siempre con buena imagen y que a nosotros desde pequeño venga una marca y que nos pida representarnos sería de admirar

Entrevista Leonardo Pérez (Jugador Espoli)

¿Sobre el trato hacia el jugador, crees q todos los deportistas tiene la misma oportunidad o hay preferencias en los clubes?

Yo creo que las preferencias existen la verdad, siempre hay preferencias para distintos jugadores. Más para los que están muchos años en un club, tienen más apoyo. Pero siempre hay que mantener una buena relación con los dirigentes y profesores para que haya estabilidad en todo sentido en el equipo

¿Cuál es tu visión sobre los empresarios de fútbol, crees que le hacen bien o mal al fútbol?

Hay algunos que le hacen bien y otros mal, porque algunos tratan de aprovecharse del jugador,

que siempre los amagan diciendo que te voy a llevar a un buen equipo y nunca cumplen nada y otros que si de la mejor manera te ubican en un buen equipo

¿Cómo le afecta al jugador la existencia de estos empresarios malos?

Al jugador le afecta mucho en base a eso, nosotros depositamos toda nuestra confianza en ellos y nos tienen engañados y no cumplen nada. El que termina mal con esto es el jugador porque no tiene nunca un equipo estable

¿Alguna vez te ha pasado esto a ti, sintiéndote que te preparan para ser un producto en el mercado?

Si, yo creo que a todos los jugadores nos pasa eso. un empresario siempre trata de llevarse la mayor cantidad de dinero y algunos los hacen mal...Aparte los empresarios piden mucho dinero a cambio al jugador se llevan el 70 u 80 % y el jugador lo demás y yo no estoy de acuerdo

¿Crees que ha evolucionado esto del trato hacia el jugador?

Creo que si ha cambiado mucho, un empresario bueno te ubica en un buen equipo. No todo depende del empresario siempre. Yo sé que si tengo un buen año tendré oportunidades de jugar en buenos clubes.

¿Crees que desde pequeños en las inferiores los clubes tienen que educar a los jugadores para afrontar al mundo del fútbol profesional?

Eso desde muy pequeño me enseñaron, he tenido una buena educación. Como tratar a las

personas y saber sentarte y comer. En los clubes yo tuve la oportunidad que en Liga me enseñen, me trataron muy bien, me enseñaron como sentarme en la mesa, como tratar a la persona y eso es importante. Pero por ejemplo si hay equipos que no se preocupan de eso, por suerte no fue mi caso

¿Se nota la diferencia entre jugadores con los que si recibieron esta educación y los que si? Mira, hay compañeros que no tuvieron la oportunidad de recibir formativas en un equipo grande, pero pienso que uno como ya tiene un poco de experiencia les voy enseñando a educarse y saber como tratar con la gente y personas que están envueltas en el fútbol

¿Entonces siempre en el fútbol van a haber divisiones?

Siempre van a existir, uno tienen que saber ganarse a los dirigentes. Ellos son los que deciden quienes se quedan en el club y por eso hay que tener una buena relación.

¿Has tenido una mala experiencia en el fútbol?

Hasta el momento no, siempre me he llevado bien con los dirigentes y he recibido buenos consejos de mi familia y amigos .

Entrevista Patricio Urrutia (ex jugador de fútbol)

¿Piensas que el jugador es tratado como una mercancía dentro del fútbol?

Si, el jugador de fútbol es la esencia del deporte, pero si bien es cierto muchas veces somos utilizados de una manera muy favorable para el jugador. También muchas veces no, por ejemplo el jugador quiere ser transferido pero porque obviamente tus derechos deportivos no

te pertenecen no te puedes ir. Esas injusticias existen. Pero ahora la FIFA pone reglas claras protegiendo al jugador. Si es que como jugador tienes la oportunidad de irte es más fácil realizar la transferencia. Muchas veces el tema económico prima sobre lo deportivo y terminas en ligas que no son competitivas pero que económicamente es muy bueno.

¿Crees que esto ha evolucionado con el paso del tiempo?

Esto ha ido cambiando, antes por ejemplo, el jugador de fútbol era de los equipos, tu no necesitabas tener un contrato, tu solo jugabas un partido y ya pertenecías a ese equipo y era hasta que la muerte te separe. Si el club no quería no eras transferido. hoy por ejemplo ha mejorado mucho eso, con la agremiación de fútbol a nivel internacional la FIPRO ha hecho mucho para que si tu no tienes contrato eres jugador libre o sino tu contrato esta por finalizar ya puedes negociar con otros equipos. ahora el futbolista no está atado a un equipo solo a un contrato que generalmente es muy favorable para el jugador.

¿Cuál es tu visión sobre los empresarios de jugadores?

Encuentras de todo a veces es muy beneficioso porque el jugador tiene que ocuparse solo de jugar al fútbol y que el tema económico siempre va a ser desgastan entre el jugador y club y el empresario se ocupa de eso, tu le dices como quieres el contrato y él se encarga de arreglarlo. Muchas veces ocurre que hay muchos empresarios que no son del todo conscientes y perjudican al jugador en temas económicos, por comisiones te llevan a equipos que tu no quieres ir pero que la comisión es más alta para el empresario. O, terminas en el equipo que quieres pero sin que te den el porcentaje que quiere o te mereces. Pienso que la mayoría son buenos y es importante tener porque son quienes te promocionan pero estos tienen que ser

buenas gentes. Que entiendan que el beneficiado por la transferencia a nivel deportivo y económico tiene que ser el jugador

¿Crees que el jugador de fútbol, es formado desde pequeño como una persona que van a sacar plata?

Este mundo del fútbol es así, por ejemplo te hablo de Liga donde estuve 10 años. Liga tiene un presupuesto para divisiones formativas de mas de 1 millón de solares al año, entonces seguramente apuntan a que de 200 o 300 chicos que alguno de estos represente favorable el gasto que ellos representan. Por que si no tienen ningún rédito nadie invierte de esa manera, mas allá que los negocios siempre tienen que ser equitativos para todos. En este caso el club invierte, pero no hay que olvidares que el jugador es la esencia entonces por mas chico que sea o humilde tiene que verse beneficiados. El aporte de los clubes no solo es crear futbolistas sino seres humanos dándolos educación y principios y así tienen un comportamiento adecuado dentro y fuera de la cancha porque un deportista es una imagen publica.

¿Crees que se debe educar más a los jugadores para que estén preparados a futuras transferencias?

Sin duda que es bueno, ahora a mejorado eso. Los clubes grandes desde la sub 8 o sub 10 tienen chicos mas desprendidos de la familia, los sudamericanos somos mucho de estar siempre en familia y nos cuesta mucho adaptarnos a los medios. Entonces desde ahora se desprenden y cuando tienen 18 o 20 años ya tienen la experiencia de haber vivido solos y poder manejarse solos. Eso les ayuda muchísimo, el tema de educación siempre va a ser

importante. Hay que siempre educarlos y este tema ha evolucionado muchísimo. Ya no solo nos ven como solo deportistas sino que después tenemos la oportunidad de ir a otras carreras y tenemos la posibilidad de afrontarlos como un doctor o un abogado

¿Dentro de tu carrera crees que un dirigente o empresario se fue en contra de tu voluntad?

Sin duda, eso pasa. Yo recuerdo en 2002 cuando estaba en Barcelona, por la cercanía hacia mis padres me quería quedar en ese equipo. Pero el 50% de mi pase lo tenía Macara y Barcelona no hizo uso de la opción de compra y el primero de Enero del 2003 pase a ser jugador de Liga porque el acuerdo entre estos equipos era que si no me compraba Barcelona iba a Liga. Una decisión que en ese momento no la quería pero que fue lo mejor que me pudo pasar en la vida, conseguí muchos títulos en este equipo...Después en algún momento me llevo una oferta para irme a Italia, cuando fuimos campeones de la libertadores y Liga no me dejo ir porque teníamos la final del mundial de clubes en Japón entonces pude jugar en Europa en una liga hermosa como la italiana, pero no me arrepiento, soy un agradecido con Liga pero si me queda esa espina de no haber jugado en Europa.

¿Cómo te afecta esto mentalmente y anímicamente?

En ese momento te sientes frustrado, en ese momento yo averigüe del club, de la ciudad donde íbamos a estar, veíamos por internet todo con mi esposa y te quedas frustrado por no poder ir. Después pasan los días, vas a entrenar, jugar al fútbol es la pasión que uno tiene y te vas olvidando.



Roberto Arroyo (Dirigente Independiente del Valle)

¿Con tu experiencia dentro del fútbol son un producto de este deporte?

Si, pero todo depende del tipo de formación que reciban en este largo proceso, mientras antes se comience el chico recibirá mejoras aptitudes y características para la primera división. Al menos en un equipo que tiene 25 jugadores por categoría, el momento que pasan por la ultima etapa de formativas que es la sub 18, no llegaran los 25 a la primera, es casi imposible, ahí llegan los que están mejor preparados mental y físicamente

¿Crees que existe una diferencia en el trato humano hacia diferentes jugadores dentro del fútbol?

Por supuesto, la personalidad de cada entrenador no es la misma, cada entrenador preparado o no se forja su personalidad. Cada uno con su carácter dará el trato que cree conveniente para cada tipo de jugador. Obviamente en algunos lugares se permiten muchos mal tratos, insultos y sobre todo en categorías donde los chicos son más pequeños y esto no permitimos aquí en Independiente. Tratamos de dar la menor tolerancia al maltrato infantil.

¿Qué problemas como club tienen que afrontar sobre los jugadores?

La cultura ecuatoriana es muy diversa y teniendo esto los chicos vienen de muchas partes del país. Esto hace que no todos los jugadores que llegan a las formativas tengan la misma educación. Entonces la proliferación de vicios es mayor, hay chicos que vinieron con problemas de drogas o alcohol o robos que son los que mas problemas nos han dado en el club, pero que los últimos 5 años que hemos funcionado hemos logrado erradicar a esos jugadores. Se les da una oportunidad para que salgan de esto, porque no siempre es culpa de

ellos.

¿A comparación de décadas pasadas, crees que las exigencias han aumentado en los jugadores de fútbol?

La exigencia si, ahora es muchos mayor, por eso mismo ahora se estudia mucho mas al fútbol. hay más investigaciones sobre las preparaciones del jugador, existen libros y teorías además de la tecnología cosas que antes no existían. Esto hace que los jugadores puedan prepararse mas pero tienen presión de rendir y recibiendo mas cantidades de dinero crea indudablemente mas presión para que se desarrollen al 100 por ciento.

¿Crees que a los jugadores se los utiliza como una moneda de cambio en el mercado futbolístico?

El jugador si, las transferencias ahora son cada vez mas millonarias entonces el jugador trata de buscar ese plus que le haga verse mas valorable dentro del mercado. Ahora incluso existen esto de cambiar jugadores entre clubes para que cada equipo satisfaga sus necesidades

¿La educación para que un jugador afronte el mundo del fútbol es vital?

Aquí la educación es obligatoria, no hay ningún jugador que diga que no quiere estudiar porque en ese momento el jugador sale del club. Hemos trabajado estos años impulsando el idioma ingles y al haber sacado jugadores al extranjero vemos la necesidad que los jugadores aprendan otros idiomas, es esencial que nosotros busquemos modificar la educación enfocándola por ejemplo en la expresión oral y a la expresión escrita en otros idiomas

¿Con las exigencias del nuevo fútbol crees que a los jugadores les afecta?

Si los jugadores cada vez sienten más esas exigencias, pero se preparan más por ejemplo el jugador que este mejor preparado y que sepa cuidarse de la mejor manera más que los otros, que no este en escándalos. Ahora por ejemplo en las fichas que piden los equipos extranjeros hay hecha una valoración sobre 10 en el aspecto físico, mental, psicológico y eso se valora mucho para la contratación y la relación que este jugador tiene con los medios además de su comportamiento fuera de las canchas

Sebastián Méndez (Jugador juvenil Independiente del Valle)

Cuéntame tu experiencia dentro del fútbol y el trato humano que has recibido

En lo que es el fútbol en todos los equipos que he pasado me han tratado de la mejor manera, esta es una de las profesiones que casi todos los jóvenes quieren y dentro de la cancha hay que ganarse el respeto para que te traten bien

¿Porque quisiste ser jugador de fútbol?

Uno empezó de abajo y mediante el fútbol quiero ser una buena persona y sacar a mi familia adelante

¿Cuál es tu opinión sobre los empresarios de fútbol?

Los empresarios son una ayuda muy importante para el jugador, mediante de ellos depende de tu rendimiento ellos te pueden llevar afuera del país

¿Crees que los jugadores buscan su propio beneficio o del jugador también?

Pienso que todos quieren sacar jugadores y así sean mas reconocidos y no creo q solo busquen dinero.

¿Crees que los jugadores son un producto dentro de este deporte?

Si, creo que lo que ahora representa un futbolista en el mundo es muy importante, ahora siendo futbolista pueden estrechar la mano de un presidente y que no todos tienen la oportunidad. Pero todo depende de como seas dentro y fuera de la cancha

¿Crees que la educación es importante?

Claro que si, Independiente nos da vivienda y estudio. Por este club a los 13 años me fui a Inglaterra y el poco ingles que me enseñaron me sirvió para entenderme con mis otros compañeros

¿Crees que el trato al jugador de fútbol ha mejorado?

Si totalmente, antes no había tanta oportunidad para los juveniles. Ahora no importa la edad que tengas sino las condiciones

¿Crees que ahora es mas importante la imagen del futbolista?

Si, totalmente. Uno no puede dar mala imagen al mundo porque esto nos perjudica.

¿Crees que hay gente que quiere sacar ventaja de los jugadores?

Si, en el fútbol hay de todo un poco, pero por lo general uno busca salir en conjunto y así sentirte apoyado.

Jaime Pérez dirigente (Ex gerente del Aucas y ex presidente de AFNA)

¿Consideras que los jugadores de fútbol son un producto dentro del deporte?

Tenemos que partir de la premisa que son seres humanos, pero con la globalización del mercadeo resulta que pasan a constituirse en una marca los jugadores que tienen condiciones, esto hace que se los mire como una mercancía. Los valores económicos llegan a ser exorbitantes.

¿En tu experiencia esto influía al momento de contratar a los jugadores?

Yo tuve la oportunidad de negociar con Rene Higuita que tenía su amplio recorrido y ahí pude percibir como es una negociación con un jugador que tiene hasta más experiencia que un dirigente, el teje y maneje del tema económico y la venta de su imagen

¿Crees que se tiene que humanizar más el trato hacia el jugador de fútbol?

Tenemos que hacer un trato más fluido y más humano con el jugador, no nos olvidemos que exactamente el jugador es eso, uno ser humano y que tiene sus complicaciones y su ambición. Hay que dialogar siempre y aquí los empresarios juegan un papel muy importante. Ellos les hacen perder el horizonte a los jugadores y ellos son los que muchas veces ganan más que los jugadores en una transferencia

¿Hace falta la educación y preparación de los jugadores para afrontar al mundo del fútbol?

No nos olvidemos que los jugadores son casi siempre de escasos recursos que ni si quiera tienen un nivel básico de educación y eso hace que cometan errores muy grandes por su desproporción en su ambición y que llegan a tener de la noche a la mañana dinero sin que lo sepan administrar, entonces es importante que los jugadores tengan una dirección y que hayan personas que les ayuden a invertir bien ese dinero. No nos olvidemos que los jugadores a los 32 años no es que se muere, deja de trabajar pero tiene que seguir siendo una persona productiva.

¿Qué nos falta por hacer en Ecuador respecto a este tema?

Nos falta mucho en ese tema, hay jugadores insignia que se han vuelto ejemplo en otros jugadores del país. Pero también hay de lo otro, los jugadores tienen que comprender que tienen que ser tratados como seres humanos

¿Qué piensas sobre los empresarios de jugadores?

Como en todo, hay buenos y malos. Los empresarios deben pensar en el beneficio del club y del jugador y muchas veces buscan solo su propio beneficio. El caso que ahora soporta el Barcelona de España con el fichaje de Neymar que no esta transparentado en su totalidad y esto es culpa de los empresarios.

¿Existe abuso hacia los jugadores a lo largo de su carrera?

El jugador de fútbol tiene que estar preparado para la alta competencia, en Europa juegan muchos partidos seguidos. Por esto su preparación tiene que ser para la alta competencia. Es su carrera y tienen que llevar una vida sana.

¿Qué opina sobre que los jugadores sean tratados como una moneda de cambio?

Para eso tienen que estar preparados, con esto del mercado y el valor del jugador no se puede poner en una balanza para comparar que un jugador cueste lo mismo que otro y nos olvidamos que hablamos de valores y en realidad son seres humanos. Entonces se vuelve un jugador con su nombre en una marca y esa marca es la que es explotada en el mercado

¿Conoce algún caso que hayan sacado ventaja del jugador?

El jugador muchas veces cae en las garras de los mal llamados empresarios y muchas veces los engañan terminan desilusionados, no es el común de los casos pero si sucede mucho.

¿Qué nos hace falta en Ecuador para humanizar el trato del jugador?

Indudablemente educación, porque muchos de los jugadores nacen con condiciones innatas pero no solamente es patear una pelota sino tienen que ser seres humanos que jueguen al fútbol y que se compenetren a esta globalización del fútbol. Es la obligación de los dirigentes y clubes engranarles a los jugadores para que estén preparados para afrontar lo que el mundo del fútbol les presentará

Diego Lituma (Periodista Deportivo Radio La Red-Teleamazonas)

¿Consideras que los jugadores de fútbol son un producto de este deporte?

Yo creo que ahora sí, ahora se convirtió. El fútbol romántico de los años 60 ha ido cambiando a partir del año 80 con el pase y la venta de Maradona al fútbol español, desde ese caso se comienza a hablar de grandes cifras en el fútbol...Entonces ahí comienza a ser el jugador en

general un gran profesional pero también un producto.

Los jugadores siguen siendo los principales protagonistas dentro de una cancha de fútbol, pero ahora se los ve como un producto, una marca registrada

¿Crees que hay que trabajar más en la preparación académica y mental de los jugadores de fútbol?

Si, yo creo que el futbolista ecuatoriano es muy cómodo. El triunfo muchas veces le llega muy rápido y es triunfalismo que le llega en un o dos años se le puede caer en tres meses, el ejemplo es Iván Kaviedes. Goleador mundial que fue a Italia al Perugia y que en dos meses ya no era nadie. La llegada el éxito tan rápido hace que los jugadores no sepan que hacer, el tema de la educación forma parte de esto. Pero por otro lado hay casos extraordinarios como lo es el de Ulises de la Cruz, el vio su pase al extranjero como una oportunidad de vida y para su familia también. Estos referentes sirven como ejemplo para los demás jugadores y creo que esta sirviendo para que se manejen bien en el medio.

¿Cómo ves que está el trato humano hacia el jugador en el país?

Ha cambiado mucho desde las divisiones formativas, por ejemplo hace 20 años en un partido de formativas no veías hinchas ni a estos caza talentos ni tampoco tu familia se metía para decirte que tienes que hacer. Ahora la familia se mete porque ve a el jugador de fútbol un salvador de la pobreza.

El ejemplo lo da Independiente y Liga a medias, por como tratan a sus jugadores desde las divisiones formativas. Se ven los resultados clasificando a copa Libertadores y Sudamericana. En otros equipos el trato no es igual porque los equipos no tienen los recursos económicos



¿Cuál es tu opinión sobre los empresarios de jugadores?

Yo creo q hay que dividir en dos partes a los empresarios, a los buenos y a los malos. Creo q los buenos tienen muy buenos contactos y manejan bien la relación con el jugador y el dirigente y hay otros que quieren envolver al jugador, se saltan todos los paramentos de negociación y van directo al jugador.

¿Te parece bien que los jugadores sean tratados como una mercancía?

Es difícil porque al final es como que cambiaras un carro, al final del año quieres el último modelo y esto te gasta menos gasolina, es más rápido, lo mismo piensan con el jugador y por esto es que se ha convertido en una mercancía

¿Qué crees que nos falta por mejorar con el trato humano hacia el jugador de fútbol?

Hay que tener las reglas claras, esperemos que se cumplan las leyes y se cumplan los contratos que los jugadores firman y les paguen los sueldos puntuales.

Entrevista Pablo Lucio Paredes

¿Por qué cree que se ha llegado a mercantilizar tanto el fútbol a nivel global?

Cuando el mercado amplía la relación de un bien o servicio o actividad, se requiere una mayor información sobre en este caso los jugadores de fútbol. Cuando, por ejemplo simplemente tienes un fútbol basado en el barrio, hay otros métodos como verles jugar afuera de tu casa y consultar a la gente si les parece que el jugador es bueno o malo. Pero cuando se amplía la relación de esta actividad, obviamente el que está en Europa difícilmente puede venir al barrio.

Entonces la naturaleza de la información cambia radicalmente. Un elemento fundamental de la información se vuelve la valoración económica. El costo del jugador se vuelve un valor fundamental...Entonces pienso que todo este proceso se intensificó debido a la globalización, no es tanto que el jugador se convierte en una mercancía, sino esto es otra manera de formar y evaluar al jugador.

¿El jugador tiene que pasar por un proceso de manipulación para poder llegar a triunfar?

Yo no lo veo como un proceso de manipulación ni de mercantilización en el sentido negativo de la palabra. Para mí es un proceso de información completamente natural, que sucede en todas las profesiones...en el fondo todas las personas pasamos por lo mismo en cualquier puesto de trabajo antes de llegar a triunfar como profesional. Por alguna extraña razón en el fútbol nos parece que es algo escandaloso y es porque este deporte es más público.

¿Debe el jugador ecuatoriano prepararse más para afrontar económicamente lo que significa un traspaso internacional?

El hecho de ser una persona pública requiere una preparación adicional. Evidentemente en el fútbol ecuatoriano los muchachos no están preparados. Al tener una menor preparación académica e intelectual que es generalmente lo que pasa dentro del fútbol, están menos preparados para enfrentar este tipo de situaciones. Por esto, a muchos les acaba afectando esta aparición pública repentina como es el ejemplo de Jaime Iván Kaviedes

¿Queda algo por hacer aquí en el país con la educación en formativas, para que los jugadores sepan como actuar ante estas situaciones?

En general me parece que no es fácil preparar a la gente para esto. Tal vez hay unas cosas que se practican en ciertos casos que en vez de prepararles, les ayudan en el sentido de decirles a los jugadores te ayudo a crear un fondo financiero con la plata que ganas y con eso te quito la carga de manejar el dinero.

¿Te parece bien el sistema en el que los equipos o inversionistas son dueños de los pases de los jugadores por cierto tiempo?

Yo tiendo por mi pensamiento liberal a que esto no nos afecta. En la vida hay relaciones libres y nadie les obliga en principio a un jugador a entrar a este esquema...además cuantos jugadores fueron libres de escoger y cuantos fueron forzados. Con el paso del tiempo pienso que los jugadores ahora lo hacen con mayor libertad por el conocimiento del sistema....Pienso que hemos pasado a un sistema donde ahora los equipos ya no son los reyes, donde los jugadores pueden salir del equipo en una venta, no cuando ellos quieran pero si pueden irse, algo que antes no pasaba, logrando un equilibrio que lo veo más hacia los jugadores de fútbol.

¿Para ti la humanización al trato económico del jugador está bien inclinada en la balanza entre mercado y jugadores?

El tema es ver si los jugadores en lo económico están recibiendo una parte importante de lo que se genera en el fútbol, si tú partes de la cúspide, se puede decir que los jugadores están recibiendo una parte importante del pastel. Por ejemplo los grandes jugadores reciben altos ingresos económicos...Pero ahora veamos en nuestros equipos, hay jugadores que ganan entre el 8 y 10 por ciento del presupuesto del equipo, un solo jugador que recibe esto no me parece mal... siempre hay una pirámide en todo, donde unos ganan mucho más que otros, pero probablemente estamos repartiendo mal por la crisis existente en el fútbol ecuatoriano.

Documentación extra

Artículo de Paulin Mendiak

<http://www.futbolrebelde.org/blog/?p=601>

## Los Mercaderes del Fútbol y el Movimiento Contra el Fútbol Moderno (1ª parte)

Febrero 22nd, 2012 | Author: Fútbol Rebelde

Por Paulin Mendiak



La mercantilización del fútbol tiene sus orígenes maléficos con la aparición de un hombre en la dirigencia de la FIFA, Joao Havelange, a quien se le debe la difusión masiva del fútbol alrededor del mundo, su astucia lo llevo a establecer alianzas estratégicas con grandes compañías, o establecer monopolios con la venta de derechos de los productos oficiales de las competencias mundiales. La empresa ISL Marketing poseía, por lo menos hasta hace muy poco, los derechos exclusivos de todo producto que tuviera que ver con la FIFA y con las competencias que la misma organizara. Más tarde Joseph Blatter heredo el reinado de Havelange, con ello se perpetuó lo que se puede considerar actualmente, como el más grande y exitoso negocio: el Fútbol.

La maquinaria capitalista y su lógica invasora termino, más temprano que tarde, por propagar la enfermedad del dinero en lo que es, tal vez, una de las manifestaciones humanas más bonitas, El fútbol como negocio ha hecho de la FIFA una empresa mundial que guarda con celos exacerbados las cifras reales de sus ganancias, se sabe que en la década de los noventas, entre los mundiales de Italia, E.U.A. y Francia se obtuvieron cantidades que oscilaban entre los 225 millones de dólares, aunque también se ha dicho que esa cifra es efimeramente incorrecta y que puede alcanzar límites inimaginables para cualquiera que intente investigarlo. Y como no, si tan solo entre transmisiones televisivas, patrocinadores oficiales y venta de artículos se puede rebasar por dos o tres veces esa cantidad.

El enriquecimiento ilícito del fútbol negocio ha terminado por abaratar la dignidad humana de este deporte, el jugador de fútbol, es ahora, un esclavo de la FIFA, del Club, de la dinámica capitalista y de sus propias ambiciones. Los jugadores se venden como mercancía al mejor postor, sin importar la rivalidad entre los equipos, hoy se puede portar la camiseta de uno y mañana la de su más acérrimo rival en las canchas tan solo por el hecho de que se le va a pagar mejor, a decir de Eduardo Galeano: *El fútbol profesional practica la dictadura. Los jugadores no pueden decir ni pío en el despótico señorío de los dueños de la pelota, que desde su castillo de la FIFA reinan y roban. El poder absoluto se justifica por la costumbre así es porque así debe ser, y así debe ser porque así es.* Tan cierto es lo anterior, que por ejemplo en el mundial del 86, en México, no se atendieron los reclamos de los jugadores por la programación de los partidos al medio día, bajo un sol quemante se disputaron los partidos internacionales, al que no estaban acostumbrados muchos de los jugadores de las selecciones participantes, pero fue más fuerte la ambición de Havelange y Guillermo Cañedo (de quien se dice fue quien dirigió el mundial del 86, y no la Federación Mexicana de Fútbol y quien era vicepresidente de Televisa por aquellos tiempos) por transmitir los partidos mundialmente en un horario que favoreciera principalmente a los países europeos (medio día de México, anochecer de Europa), ya que las mayores ganancias de esa justa mundialista serian producidas por las transmisiones televisivas, al ser la primera copa del mundo que se transmitiría en vivo y directo por todo el globo.

La verdad sea dicha, aunque sea mucho más que evidente, este hermoso espectáculo, está fiesta de pasiones, es también un sucio negocio. Pocos negocios, lícitos o ilícitos, muevan fortunas tan inmensas en los cuatro puntos cardinales. Tan es así, que la FIFA ha convertido en mercancía a todo tipo de jugadores, un buen jugador es una muy valiosa mercancía que se cotiza, se compra, se vende y se presta según la ley del mercado y la voluntad de los mercaderes. El fútbol industrial, que la televisión ha convertido en el más lucrativo espectáculo de masas, impone un modelo único, que borra los perfiles propios de lo que conocemos como deporte. En el año de 1998 con el inicio de la época Blatter, esta situación no ha hecho sino mas que ir en aumento, al tener controladas a prácticamente la totalidad de la Federaciones mundiales, con personajes que se han hecho más de fama por sus escándalos de corrupción y sus ostentosas formas de vivir.

Fuente: <http://paulinmendiak.tumblr.com/>

Artículo

“El futbolista es una mercancía”

NOSDIGITAL

<http://www.nosdigital.com.ar/2011/07/el-futbolista-es-una-mercancia/>

**“El futbolista es una mercancía”**

---

*“El futbolista es una mercancía”*  
 Categoría: Deportes

---

05 Jul 2011 7 comments

Like 76
Tweet 91

Con Diego Latorre se puede hablar de fútbol. Ex delantero de Boca y la Selección, entre otros, ahora comenta para la cadena de deportes más vista en Latinoamérica. Igual, pese a estar en el centro de la escena, Gambetita se las ingenia para eludir todas las basuras del fútbol y analizarlas: “El futbolista es el último eslabón de la cadena: es una mercancía. Hay un aparto alrededor que te trata así: empresarios, padres, representantes. Es duro de aceptar, pero es así.”

En la cancha o en un estudio, con la pelota o con el micrófono, Diego Latorre nunca pasó desapercibido. Será por las gambetas sensacionales con las que alegraba al fútbol y será, también, porque desde los medios no gambetea nada, ni a nadie: habla de fútbol. Del juego, de sus características más intrínsecas, como la pelota, el deporte mismo, y también de su contexto social ineludible. Es por eso que “Gambetita” representa al sector del periodismo deportivo que todavía resiste a las mediocridades generales y, desde allí, responde todas las preguntas.

**-¿El fútbol te prepara para jugar en la vida, es decir, fuera de las canchas?**

-Depende de la formación que cada uno tenga. El fútbol puede actuar como una escuela de vida. Evidentemente, el deporte posee algunas herramientas para poder pensar, además de jugar. El fútbol es un resumen de la sociedad en sus características competitivas, en la falta de compromiso de dirigentes. El fútbol, también, tiene aspectos que aportar a la vida como la sociabilización. Es una plataforma para pensar mejor muchos aspectos, siempre y cuando haya una inquietud porque el fútbol puede pasar y no dejarte o nada o, a partir del fútbol, podés pensar un poco mejor la realidad. En mi caso tuve la suerte de contar con mis padres que me dieron un gran interés por lo social, que se fue desarrollando con los años al poder capitalizar todas mis experiencias.

**¿El sistema futbolístico habla del sistema social?**

-Sí, el sistema es muy perverso. Generalmente los intereses particulares por los que se mueve el fútbol siempre enriquecen a los mismos. También destruyen a los mismos. Es un círculo muy vicioso en el que uno se encuentra atrapado y es muy difícil salir. Pero el futbolista es el último eslabón de esa cadena. El futbolista es una mercancía, que piensa como mercadería y que ve que las posibilidades de sobrevivir, en un país en donde nada está garantizado, como una cuestión individual. El hombre está sólo con sus recursos y su habilidad, sobrevive solo. Eso hace que uno tenga que escaparse de este contexto, armarse la valija y estar en Ezeiza lo más pronto que se pueda y, así, escapar de un sistema perverso donde hay gente muy enfurecida que canaliza las frustraciones en el fútbol. La sonrisa ya no existe, la credibilidad se ha perdido y la incertidumbre se ha adueñado del escenario. El resultado es que uno quiera apretar un botón e irse a otro lado, en donde además de jugar al fútbol y ganar dinero, uno la pase bien.



**-¿Pensás que el sistema logró que el futbolista se piense como una mercancía?**

-Obvio, claro, es así. Primero porque te tratan así y, luego, porque al tener habilidad y condiciones uno lo que busca es tratar de explotarla. Es el único medio que tiene el futbolista para subsistir. Hay un aparato alrededor que te trata así: empresarios, padres, representantes. Es muy duro de aceptar. En el jugador hay daño psicológico a largo plazo que, dentro de su inconciente, no lo termina de aceptar o de darle forma. Hay un daño psicológico: te usan, y te dejás usar con fines económicos, porque te conviene. Pero queda una lastimadura en la cabeza cuando vas pensando la idea de "hoy soy útil, mañana soy un desperdicio". Porque es un concepto humanamente trágico. El concepto "gano o pierdo", "víctima o victimario", "héroe villano", es difícil de sostener mentalmente. Ahí uno tiene que tener una armadura social para tratar de jugar al fútbol, que es una tarea netamente lúdica. Independientemente del lugar que uno ocupe, uno tiene que estar despejado, con la cabeza libre, sino interfieren los intereses y sale un mal producto, como esta pasando ahora.

**-¿Cómo puede escapar el futbolista, desde adentro, a ese concepto?**

-No puede. El deporte, desde los primeros bocetos, se ha deshumanizado. Es irreversible. Nadie puede equivocarse ni patear mal la pelota. Perder esta penalizado, el que pierde no tiene ningún derecho y todas las obligaciones. Uno como unidad, desde adentro, no puede con todo eso. Entonces uno se entrega, dentro de sus posibilidades hace lo que puede, trata de acumular la mayor cantidad de dinero. No está mal, pero hay consecuencias. La moral, los sueños que uno tiene de chico, la pasión, terminar un partido y que no rompan nada, salir de la cancha libremente. Como si se hubiera perdido o ganado un juego, simplemente. Pero parece ser una época remota. No se si tiene vuelta atrás. Si no hay un mensaje profundo y claro, voluntad desde todos los lugares, vamos a ser empleados tristes, espectadores tristes, jugadores tristes, fútbol triste. Nada tiene mucho sentido de esa manera.

**-¿Cuándo te diste cuenta de que el fútbol era así?**

-Me hizo el click cuando me retiré de la escena. Cuando uno se aleja del lugar del hecho puede percibir mucho mejor lo que pasa, en cambio, cuando estás en el medio de la discusión también estás confundido. Cuando te retirás ves las cosas desde arriba, desde el costado, o desde abajo, pero no desde el mismo nivel. Y cuando lo entendés te provocan cosas, sensaciones, malestares, decepciones. En este fútbol, en otros no, donde incluso uno puede disfrutar de lo que hace y lo que hizo. Estoy convencido de que muchos de los jugadores que se retiraron, lo he charlado con algunos, si tuviesen que rebobinar su carrera y apretar el play en este entorno y, así, entrar en la sistematización existente, no entrarían.

**-Retirarse del fútbol es mucho más que eso. ¿Qué otras cosas implica?**

-Retirarme de fútbol no fue una meta voluntaria, sino, una fisiológica que viene desde afuera. Es un destino obligatorio. No se puede jugar para toda la vida. Desde mi lugar trato de pensar el fútbol. Porque hay un prejuicio que dice que no puede estar ligado un jugador, que procede generalmente de orígenes humildes y pobres, con el pensamiento. El tipo que jugó no tiene derecho a pensar, enseguida es señalado como filósofo, versero. Ese prejuicio es lamentable. El futbolista tiene orígenes humildes, generalmente, pero desde su lugar puede pensarlo y expresarlo. Hay una discriminación tapada en el medio en que me muevo, y en muchas sociedades que han escuchado muchas voces del discurso de que el ganador puede hablar y el perdedor no. Me parece patético y en algún punto lo he sufrido.



**-¿Por qué se desprecia razonar al fútbol? ¿Por qué se pierde eso?**

-El periodismo deportivo tiene intereses económicos. Hay un costado comercial que evidentemente no se puede soslayar. Es muy demagógico y habla para muchos, entonces, hay una parte elemental que se pierde, como si estuviese implícito en el mensaje que hay que hacer un producto para que lo consuman, porque las leyes y el rating es así, y eso va a darme mucho prestigio, y así me verán muchos. Y como se lo que lo que digo tiene mucha presentación en la psiquis de la gente, mientras mas gente me escuche mas reputación voy a tener. Eso tiene consecuencias graves, ir atrás de eso no hace perder el foco de la cuestión, porque es muy parcial eso, aunque esa parcialidad sea el 20%. Entonces, el periodista ejecuta, entrevista, escribe, gestiona, conversa, piensa en base a lo que la gente quiere escuchar y si me escucha mucha gente mejor. Eso va a tomar un efecto boomerang, porque no se puede subestimar a la gente. Todavía hay gente que cree que la credibilidad es un bien, un valor muy importante, para el que produce un mensaje, para el periodista. El periodismo es una carrera a largo plazo, y si bien la mayoría de los espacios están ocupados por el lobbyismo y el amiguismo, la gente no es estúpida. Hay un intento de crearla, pero no lo es. La gente sabe quién esta hablando, no hay que subestimarla. No tiene nada que ver con el fútbol, ni con la vocación.

**-¿Por qué hablar de fútbol o pensarlo no prende, no es marketinero?**

-Hay que ver cuál es el concepto de éxito antes. Si significa aparentar o tener credibilidad y respeto. Respeto es un valor muy profundo, no está ligado con la cantidad de gente que me escucha, tiene que ver con la cantidad de gente que me cree, que me valora. Ahí cada uno saca sus conclusiones y hay que ver cuál es el objetivo del periodista. Si a mí hay dos tipos de cien que me creen es un logro, no que me escuchen cien. Porque a mí me pueden escuchar muchos porque trabajo en un medio masivo. Pero trabajar ahí no tiene nada que ver por como te juzgan lo que te escuchan.

**-¿El periodismo es un resumen de la sociedad también?**

-Yo estoy involucrado sin ser periodista, hablo en general. Conozco el medio, se cómo se manejan. Hoy se borra con el codo lo que ayer se escribió. Las convicciones las dicta la realidad mentirosa, la del momento, aquella que empaña la realidad general. Un caso puntual: cuando estaba Cappa en River, u otro, la culpa era del entrenador exclusivamente, por ser romántico, aventurero, soñador, por invitar a jugar un futbol que no coincidía con las urgencias de River, como si el descenso estuviera emparentado con una determinada forma de jugar. Entonces se dijo que Jota Jota era el salvador por ser del riñón del club, por entender la situación, por ser más conservador, que River necesitaba puntos, como si se fabricaran de alguna manera. Pero, cuando pierde Jota Jota se incluyó en el análisis la patética gestión empresarial, directiva y financiera de los últimos 20 años de la institución. Cappa no podía por incapaz, incompetente. En cambio, Jota Jota fue una víctima de la circunstancia de River, con sus errores bien marcados, pero el análisis involucró una herencia de hace 20 años, pero con el anterior no. Es todo muy oportunista, acomodadista, poner y sacar cosas según coincida o no con una forma de ver el fútbol. Eso me parece mugroso.

**-¿Como periodista te viste obligado a trazar con grandes medios que predicán este mensaje miserable pero lo tuviste que aceptar como ley de juego?**

-No, porque yo trato de elegir donde trabajo. Cuando arranqué no me fijaba tanto en esas cosas, hacía mis primeros pasos, y fue llenar un vacío después de dejar de jugar al fútbol. Trataba de ocupar mi tiempo en aire, opinando, debatiendo, concluyendo. Pero cuando me fui abriendo paso traté de ir eligiendo a mi grupo de trabajo, que sea compatible conmigo, que haya un respeto, una coherencia y un método de trabajo. Entonces, comento partidos y trato de no participar en programas que no me hacen bien. El tiempo libre, ahora, lo quiero ocupar en cosas que me hacen bien, sentirme pleno. No siento que haya traicionado mis convicciones, al contrario, pienso que las defiendo y las afirmo, sin tratar de imponerlas, pero buscando la manera de trabajar con gente que no solo es capaz sino que tenga una línea de conducta prolija.



Paper académico

Fútbol y televisión en la Argentina: Entre el juego y la mercancía

**Pablo Alabarces**

**Fútbol y televisión en la Argentina:  
entre el juego y la mercancía**

Resumen

En los últimos años, la presencia cuantitativa y cualitativa del fútbol como género televisivo ha alcanzado niveles inusitados, señalando tendencias y transformaciones profundas tanto en la industria cultural como en el campo estrictamente deportivo, en lo relativo a las tecnologías de producción y circulación de imágenes, a las modalidades narrativas, a los comportamientos de los actores. E indicando una tensión entre la lógica lúdica y la lógica de la mercancía.

---

Instituto de Investigaciones Gino Germani  
Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires  
Uriburu 950 - 6° piso - oE20  
1114 Buenos Aires - República Argentina  
Fax: 54-1-962-9942

Dirección personal  
Olivieri 279  
1407 Buenos Aires - República Argentina  
TE.: 54-1-671-2221  
e-mail: mirpa@clacso.edu.ar

---

## 1. Introdução

La televisión argentina comienza sus transmisiones regulares el 17 de octubre de 1951, con la puesta en el aire de un acto político masivo del entonces gobernante peronismo, desde la Plaza de Mayo de Buenos Aires. La siguiente transmisión directa fuera de estudios ocurre unos días más tarde, con otro espectáculo masivo, aunque ya no político: San Lorenzo-River, desde el estadio del primero, el 3 de noviembre de ese año. Allí comienza una larga historia, que no vamos a narrar aquí; pero sí quiero señalar esta coincidencia, para nada casual, de dos fundaciones: la de la televisión, y la del fútbol por televisión en la Argentina.

Nacimiento simultáneo de un medio y su espectáculo predilecto, ese momento fundacional inaugura una historia que coloca al fútbol como atractor de una serie tecnológica-cultural: en 1978, el equipamiento que la Argentina debe adquirir para transmitir el Mundial de fútbol de ese año le permite inaugurar al año siguiente las transmisiones regulares de color; en 1991, la emisión de partidos de fútbol permite el comienzo de la explotación de los sistemas de codificación de señales por cable, a las que el espectador accede mediante el pago de una prima especial; simultáneamente, la comercialización de la transmisión de partidos de fútbol hacia el interior de la Argentina exclusivamente por sistemas de cable motiva una explosión de los hogares abastecidos por el sistema, que coloca a la Argentina en el primer lugar sudamericano (sólo relegado por Estados Unidos en el mundo) en cantidad de abonados en relación con la población (cerca de cinco millones de abonados, aproximadamente trece millones de espectadores, 40% de la población argentina).

La presencia del deporte en general en la pantalla ha venido creciendo exponencialmente en los últimos años. En el caso de la televisión por aire, hemos pasado de tres programas regulares semanales en las emisoras porteñas (uno de fútbol, uno de boxeo, uno de automovilismo), de seis horas semanales en conjunto, con ciclos que desaparecían de escena por fracasos en el rating, a una superpoblación de 26 horas semanales deportivas, 13 de ellas de fútbol, sobre un total aproximado de 455 horas semanales entre las cinco emisoras de Buenos Aires. Y esto sin contar con las emisiones especiales dedicadas a eventos extraordinarios, tales como los partidos de la selección nacional de fútbol, las copas internacionales latinoamericanas de clubes, las finales de la NBA o los Juegos Olímpicos y Campeonatos Mundiales, períodos durante los cuales —especialmente en los últimos— es casi imposible escapar al deporte televisado. Asimismo, la regularidad con que uno o más equipos argentinos participan de las copas



latinoamericanas (Libertadores, Supercopa) puede elevar la cifra de horas semanales dedicadas al deporte a 32, 19 de ellas exclusivamente futbolísticas.<sup>8</sup>

La ya señalada presencia y extensión de la transmisión por cable expande este fenómeno. Hay tres señales permanentes presentes en casi todos los operadores, dos de ellas internacionales (norteamericanas) y una argentina: ESPN y Fox Sports América, las primeras, TyC Sports, la segunda. Esta última es el canal de deportes de la empresa Torneos y Competencias, virtual monopolio (o, al menos, principal operador) de las emisiones deportivas argentinas, en este caso asociado con el Grupo Clarín, el mayor emporio multimédios del país. La monopolización de la transmisión de los partidos de fútbol de los torneos de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) que detenta Torneos y Competencias, y que distribuye principalmente a través de su señal de cable, virtualmente obliga a los operadores de cable a contratar la señal de TyC Sports (recordemos que el atractivo del fútbol es una de las principales razones para la extensión del cable en la Argentina), por lo que el 70% de los abonados reciben esa señal.

Junto a estos tres canales principales (ESPN y TyC cuentan con notoria ventaja en las preferencias), cada operador de cable “inventa” su propio canal: Cablevisión deportes, Multicanal deportes, etc., los que integran su programación con la contratación de eventos particulares (los que escapan al control de TyC) y programas deportivos monográficos —dedicados a deportes particulares— o espacios pagos, muchos de ellos partidarios o personales. Esta es una paradoja productiva del cable argentino: a pesar de ser una tecnología que designa la etapa globalizadora del capitalismo, al mismo tiempo permite una entrada fuerte de las lógicas localizadoras, las que señalan la persistencia de identidades segmentadas (o tribalizadas, en términos de Maffesoli, 1990).

Lo cierto es que esa extensión del cable y de su programación deportiva, nos habla de un total de 144 horas diarias —1000 semanales— disponibles para el aficionado deportivo con acceso al cable, muchas de ellas dedicadas al fútbol. Pero además, en lo que respecta específicamente a éste, el mapa designa una extraordinaria masa monetaria puesta en juego en torno suyo. La exclusividad de los derechos de transmisión para Torneos y Competencias implica un contrato de monopolio de la imagen hasta el año 2010, a cambio de 10 millones de dólares anuales para la AFA, y sumas siderales (para el mercado argentino) para los clubes. Torneos transmite un partido los viernes, por el que abona 230 mil dólares (9 millones anuales), que se reparten en proporción de 65-35 según el beneficiario sea un club grande (Boca, River, Racing, San Lorenzo, Independiente o Vélez) o chico; otro partido los sábados, a cambio de 160

mil dólares (6 millones anuales), entre un club grande de Buenos Aires y un equipo del interior de la Argentina, repartiéndose la suma en la misma proporción; otro los domingos, generalmente entre dos grandes de Buenos Aires, que se reparten 300 mil dólares (unos trece millones por año). Finalmente, Torneos inventó otro partido los lunes, entre dos equipos chicos, que significa un reparto de 300 mil dólares anuales. Esto le permite a los clubes obtener ingentes adelantos, al comenzar cada temporada, en concepto de derechos televisivos. Los clubes embolsan aproximadamente 30 millones anuales por derechos, junto a otros 11 millones en concepto de publicidad estática en los estadios y sponsorship en las camisetas, mientras los canales facturan unos 35 millones anuales por publicidad. Torneos y Competencias obtiene, sólo en concepto de los pagos de los abonados al cable, unos 65 millones de dólares. Las distintas estimaciones fijan la facturación bruta de la empresa en cerca de 170 millones anuales.

El fútbol funciona, entonces, como principio de causalidad en relación con la industria televisiva. Una de las preguntas a desarrollar, entonces, es hasta qué punto la industria opera como principio de causalidad de cambios que se producen al interior de la serie estrictamente deportiva, si de esa manera podemos denominar los aspectos relacionados con la lógica del juego antes que con los espectaculares.

## **2. Algunas reflexiones**

El aumento en la cantidad de horas emitidas, y especialmente en la cantidad de partidos transmitidos televisivamente, la mayoría de ellos en directo y a través de señales codificadas, dispara nuestra reflexión en varias direcciones. La primera: los costos de un partido codificado son mucho más elevados en el interior de la Argentina que en Buenos Aires, debido a una ecuación monetaria muy sencilla, según la cual si el espectador porteño decide no abonar la tarifa, puede asistir al estadio. Hoy, la tarifa mensual del servicio codificado en Buenos Aires es similar al precio de una entrada popular. Por el contrario, en el interior la tarifa es hasta cuatro veces más alta: los habitantes de ciudades distantes dos mil kilómetros de la capital argentina no tiene otra forma de espectación que la televisiva.

Pero también: a pesar del incremento en la cantidad de partidos en pantalla, y la relativa reducción de costos, no hay indicios de un decrecimiento en la cantidad de espectadores en los estadios. La clásica y apocalíptica relación inversamente proporcional entre cantidad de partidos televisados y asistentes a las canchas nunca ha sido demostrada. En las razones de los

temporarios decrecimientos de asistencia han incidido otros factores: inseguridad, violencia, etapas económicas recesivas que agudizan la caída del poder adquisitivo de las clases populares y medias. Pero no la televisión.

La televisión, a pesar de estrategias narrativas —que analizaremos más adelante— que tienden a perfeccionar las formas de ver, a suplantarse las miradas de los aficionados de manera absoluta, y a pesar de la mayor comodidad —y hasta un relativo abaratamiento— no ha conseguido producir un último relevo. Las formas del ver implican también formas de espectacularización: y la asistencia al estadio, aun con las diferentes prácticas que distintos asistentes y distintos espacios de concurrencia designan, significa una forma de actividad irremplazable. En la cultura futbolística argentina —no sólo en ella— continúa vigente de manera fuerte un principio que rige toda práctica: la asistencia al estadio —el ejercicio de sus rituales— es una forma fuerte de intervención, a tal punto que, de manera mágica, el hincha supone que su presencia puede decidir el resultado. En el canto, en el aliento, en el reproche, en el insulto, o en la forma pragmática de la violencia. La asistencia al estadio no significa un número en el detalle de la recaudación por boletería: designa la persistencia de una intervención mítica.

### 3. As intervenciones

Pero esa intervención aparece, en los últimos tiempos, también intersectada por la lógica espectacular televisiva. Cantos y banderas, soportes tradicionales del discurso de las hinchadas, adquieren nuevas características. Si las banderas dialogaban con el propio colectivo y con el Otro presente, el oponente circunstancial, o el Otro ausente, el rival clásico o el enemigo eterno, las banderas también entablan diálogos que se saben soportados por el lenguaje televisivo. Una bandera no es más solamente el territorio emblemático de una pasión, el trofeo, la insignia guerrera; puede ser también el soporte de un mensaje con destinatarios massmediatizados —las hinchadas rivales que se adivinan tras la pantalla— o estrictamente massmediáticos: los propios medios masivos que intervienen en la conversación futbolística. Las banderas (y en muchos casos los cánticos refuerzan estas prácticas) reprochan a un canal de televisión un pretendido favoritismo, a un relator su partidismo, a un comentarista su sujeción a las lógicas de maximización de la ganancia del medio para el que trabaja. La hostilidad puede —nuevamente— asumir formas más pragmáticas: la agresión. Los objetos del deseo de los hinchas ya no son solamente los árbitros y la policía: a veces son los periodistas.

---

Si este tipo de intervención designa una colocación del espectador hostil al espectáculo televisivo, hay otras que apuntan en la dirección inversa. La aparición de banderas gigantes es una de ellas: a semejanza de ciertas hinchadas europeas, las hinchadas argentinas han comenzado desde hace unos años a desplegar gigantescas banderas que ocupan una cabecera del estadio, testimoniando su adhesión, muchas veces sólo con los colores partidarios. Exceso demostrativo, petulancia competitiva (“la nuestra es más grande”), pero también adecuado manejo de un lenguaje televisivo: la bandera gigante reclama el plano general, impone al director de cámaras una imagen. Leyendo desde otro lugar: la bandera gigante parece la adecuación de la hinchada a un lenguaje ajeno, que domina la lógica de la conversación, e impone sus reglas estéticas: las banderas son televisivas, además de televisadas.

De la misma manera, uno de los rasgos más comunes de la “carnavalización” de los comportamientos de las hinchadas, el disfraz, la pintura del rostro, la vestimenta insólita, es capturada en y por el lenguaje del espectáculo. La carnavalización personal ya no señala únicamente el territorio de la fiesta, de la violación de la regla y la inversión de la jerarquía: también designa, indirectamente, el vestuario del espectáculo. Adultos y niños, hombres y mujeres, desfilan, antes de entrar al estadio, delante de las cámaras; una vez registrada su participación massmediática, el objetivo está cumplido. Y el carnaval, neutralizado en la cinta de video.

#### **4. Multiperspectividad**

La tecnología del relato televisivo pretende una neutralidad basada en su asepsia y en la multiperspectividad: cámaras desde todos los ángulos, planos desde aéreos hasta detalle. No es una mirada más: son *todas las miradas posibles*. Nadie puede ver todo lo que la televisión ve. La tecnología se dice como enunciador: es la posibilidad de constituir el panóptico, de desplegar una multiplicidad de miradas tal que erija al relato televisivo en un punto de vista unitario en su diversidad. Hasta violar la regla del contracampo: si el ojo que soporta básicamente el relato es el lateral, la mirada puede girar 180 grados para leer el otro lateral (violación marcada de la regla, con la leyenda “ángulo invertido”). La disposición de cámaras sugiere el reemplazo absoluto del espectador: todas las posiciones posibles, todas las variadas alternativas de las que el asistente al estadio dispone son relevadas por la generación de imágenes televisivas.



El uso del plano detalle trabaja, también, en una lógica melodramática. El ojo del primer plano busca obsesivamente el desborde, el exceso, el cuerpo significativo que el deporte pone en escena de manera desmesurada. El género se contamina con el melodrama, pero no como pauta massmediática, no como imposición proveniente del interior del medio: es la lógica futbolística misma la que obliga a la contaminación, es el cuerpo excesivo del juego el que exige este tratamiento. El deporte, y el fútbol con particular belleza, es despliegue de estrategias corporales, es escenario de argumentaciones pre-letradas. Es pasión, pasión abrasadora, el derroche inútil y excesivo de energías improductivas, apenas productoras de sentido.

Pero el detalle también es policíaco. El Hermano Mayor vigila atentamente: nada escapa a su percepción, nada puede huir de su mirada controladora. La cámara es una gran productora de pruebas, de confianzas irrefutables: es la *garantía*, porque es a la vez imaginario analógico sobreimpreso con la perfección digitalizadora del Telebean, el procesamiento informático de las imágenes polémicas. El relato se articula, entonces, como un juicio. Terminado el espectáculo, los jueces se instalan frente a una pantalla que reproduce la jugada dudosa, amplificadas y multiplicadas; la cámara nos revela el instante fatal; la imagen se congela *en el momento preciso* (¿cuál es el momento preciso? ¿el primer fotograma o el segundo?) en que el jugador golpea a su adversario dentro del área para merecer la condena inapelable. *No hay duda*, fue penal. La imagen no miente, es el análogo perfecto: la computadora no miente, es la cientificidad.

*La imagen no miente*: la imagen habla, derrocha sentidos sin relevos innecesarios. Aquí está la mayor innovación del relato futbolístico televisivo en la Argentina: una mayor penetración del lenguaje cinematográfico —también técnicamente: Torneos y Competencias registra un relato íntegro en soporte filmico, para su edición posterior— tiende a señalar, indirectamente, que en la televisión y en el fútbol se habla —lingüísticamente— mucho, sin ser necesario. La edición de un telefilme con el desarrollo íntegro de un torneo, en 1995, sin utilizar narrador en *off*, sin una sola palabra fuera del sonido de ambiente, parece demostrarlo.

### 5. As implicaciones

La dependencia que analizábamos más arriba entre fútbol y televisión, la imbricación entre ingresos por derechos televisivos y economía de los clubes, tiene implicancias severas. La transmisión televisiva, como explicamos, selecciona y distingue entre equipos poderosos y

débiles. La derivación obvia es simple: los éxitos deportivos de los clubes grandes son festejados por la industria cultural, que ve tras ellos la maximización de la ganancia —del r ating, del merchandising, de la venta de ejemplares de periódicos y revistas especializadas—. La irrupción de un equipo “chico”, por el contrario, se adivina amenazante para esta lógica. Pero además, al ser la exhibición televisiva el principal soporte económico, la organización del cronograma de partidos se sujeta a sus reglas. Los *fixtures* ya no se sortean en la Argentina: se diseñan atendiendo, estrictamente, a las posibilidades televisivas de cada domingo (y viernes, y sábado, y lunes...)

Los rastros de esta tendencia se leen entre líneas, pero se configuran como *crescendo* paranoico. Todo resultado insólito, toda racha adversa prolongada, todo fallo arbitral desmesurado se entiende, en el imaginario del hincha, como la acción tenebrosa de los monopolios multimediales. Hay indicios que refuerzan la hipótesis conspirativa: las empresas televisivas incursionan en la compra y venta de jugadores, y en tanto propietarias de un pase se las supone interesadas en su exhibición, independientemente de su desempeño. En 1994, Torneos y Competencias adquirió el pase del jugador Cedr s a Argentinos Juniors una fecha antes del final del campeonato, para cederlo a River Plate. Nadie desconocía que en el último partido ambos clubes se enfrentaban, que la empresa lo transmitía, que River disputaba el campeonato, que la empresa ya había contratado los festejos del título, que, en consecuencia, el partido tenía un solo resultado posible, y que Cedr s no podía hacer un gol. Como nadie lo desconocía, nadie desobedeció.

La expansión de la industria televisiva en el fútbol instala un imaginario conspirativo. En el clima social argentino, donde la corrupción de las esferas políticas es un punto central de la agenda, la transferencia es muy sencilla. La sospecha de corrupción generalizada alcanza incluso a los jugadores, sponsorados de manera personal por empresas de gaseosas, o contratados por Torneos y Competencias, o por el Multimedios América, como actores de sus ciclos (como comentaristas, figurines, modelos). Cuando un jugador, al festejar un gol, levanta su camiseta, no lo hace para ofender sus colores a su tribuna; lo hace para señalar la imagen de Pepsi Cola que lleva junto a su corazón. La audiencia, multiplicada por miles, asiste a un nuevo recurso de publicidad encubierta, disfrazada de carnaval.

La industrialización del espectáculo futbolístico argentino, antes que a una profesionalización de su tradicionalmente subdesarrollado acontecer, parece tender a su corrupción. Y a la hipertrofia de los juegos paranoicos de sus hinchadas. En 1995, San Lorenzo sale campeón

con el apoyo del animador televisivo Marcelo Tinelli, del grupo multimedios Telefé, de la Editorial Atlántida, del embajador James Cheek y la Embajada norteamericana, grupos pentecostales como los "Atletas de Cristo", la Iglesia Católica que auspicia una peregrinación a la ciudad de Luján (tradicional destino religioso) organizada por el nombrado Tinelli. Sin embargo, la hinchada de San Lorenzo reclama su victoria contra la AFA, el presidente de la misma, Julio Grondona, el relator televisivo Marcelo Araujo, el Canal 13, el poderoso diario *Clarín*, el empresario Carlos Ávila y Torneos y Competencias. Faltó, únicamente, la KGB. En los juegos de complots, nadie quiere permanecer junto al poderoso. A nadie se le ocurre que, entre otras cosas, el campeonato se debió a los goles oportunos del brasileño Silas.

## 6. Conclusão

La relación entre fútbol y televisión puede leerse, de manera intensa, en esa tensión entablada entre dos lógicas en principio irreductibles: la lógica del juego, procedente de la marca lúdica que por lo menos en inicio impregna todo deporte, y la lógica de la maximización de la ganancia, propia de la mercantilización y la industrialización, irreductible a todo argumento que no contemple costos y beneficios, inversiones y saldos.

El fútbol es importante en nuestra cultura, entre otras razones, porque puede ser el reducto de lo imprevisible. El lugar donde el favorito de los medios, omnipotentes, fracase ante el eterno derrotado. Pero además, porque provee infinitos relatos: partido tras partido, desde el comienzo hasta el final la incertidumbre se mantiene, el bueno puede vencer, pero también ser vencido por las fuerzas del mal. La televisión intenta desplazar este desorden: a la caoticidad del juego le enfrenta la rigidez de la industria; a la imprevisibilidad del resultado le imprime la supresión del azar y la manipulación de la agenda de partidos; a la vaguedad, a la aleatoriedad de la jugada, a la transgresión y la picardía le impone la mirada policíaca que restablezca el orden. A la lógica del juego, en suma, lógica de excesos improductivos, o del sentido en exceso, lógica del deseo y la fantasía, la industria televisiva le contrapone la lógica del capitalismo, del orden, del control, de la ganancia.

Le contrapone, le imprime, le superpone, le disputa. Todos los términos que describen la tensión insisten en acciones, describen conflictos antes que estados. No pueden, porque no se puede, señalar un desequilibrio. La relación entre fútbol e industria cultural parece definirse sólo en esa tensión perpetua. Ni la tentación populista que denomine la última victoria de las

audiencias, ni la impugnación apocalíptica que hable el poderío infinito de un emporio multi-medios. Es decir: por ahora, un empate.

#### **Bibliografía:**

- Alabarces, P. y Rodríguez, M. G. (1996): *Cuestión de Pelotas. Fútbol. Deporte. Sociedad. Cultura*, Buenos Aires, Atuel.
- Alabarces, Pablo (1997): "¿De la heteronomía a la continuidad? Las culturas populares en el espectáculo futbolístico", en *Punto de vista*, XX, 56, Buenos Aires.
- Bechelloni, Giovanni (1995): *Televisione come cultura. I media italiani tra identità e mercato*, Napoli, Ligouri.
- De Biase, Pablo (1997): "Pelota, pantalla y nuevos consumos culturales", en Alabarces, P., Fryenberg, J. y Di Giano, R. (eds.): *Deporte y ciencias sociales*, Buenos Aires, IIGG-CBC (UBA), en prensa.
- Maffesoli, M. (1990): *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria.
- Rader, Benjamin (1984): *In its own Image. How Television has transformed Sports*, New York, The Free Press.
- Wenner, Lawrence (1989) -editor-: *Media, Sports & Society*, Newbury Park, Sage.
- Simonelli, Giorgio y Ferrarotti, Alessia (1995): *I media nel pallone. Stampa, televisione, sport*. Milano, Guerini.
- Castañón Rodríguez, Jesús (1993): *El lenguaje periodístico del fútbol*, Valladolid, Universidad de Valladolid.
- Varela, Mirta (1996): "Del televisor a la televisión: la incorporación de la TV en la Argentina", en *Causas y Azares*, 4, Buenos Aires, invierno.

---

#### **Notas**

Recordemos que el 90% de la producción audiovisual argentina se concentra en Buenos Aires, y se irradia desde allí (por repetidoras, por satélite o por cable) hacia el resto del país.



Artículo

Sergio Villena

El fútbol y las identidades

## El fútbol y las identidades. Balance preliminar sobre el estado de la investigación en América Latina<sup>1</sup>

Sergio Villena\*

El interés de los científicos sociales por estudiar los deportes tiene por objeto conocer las funciones sociales que se asignan, en cada momento y lugar específicos, a las diversas prácticas que comprenden ese campo. La premisa que subyace detrás de estos estudios radica en que las funciones sociales que el deporte puede cumplir desbordan con mucho su ampliamente reconocido carácter lúdico de "entretenimiento" -a veces predilecto y usualmente catártico- para las multitudes agobiadas por el ritmo de vida contemporáneo. En esta perspectiva, y sin la pretensión de exhaustividad, se pueden señalar las siguientes funciones latentes en las prácticas deportivas que se han logrado identificar en lo que hace a la dimensión social.

Los sociólogos han prestado particular atención al papel del deporte en los procesos de integración social y de producción de socialidad, función que se cumpliría a través de la formación de un ámbito comunicativo fluido y de acceso relativamente irrestricto en lo que toca a las barreras sociales diversas (raza, etnia, clase, nación, etc.), el cual tendría la virtud de operar como arena tanto para la gene-

ración de capital social como para el establecimiento de vínculos comunitarios cargados de intensidad afectiva. Al contrario, una postura menos romántica respecto al deporte destaca el papel que cumplen las prácticas deportivas en la formación y mantenimiento de barreras sociales e, incluso, en la generación de violencia intergrupala<sup>2</sup>: los deportes serían un espacio donde concurren grupos rivales entre sí con el fin de competir, mas no sea ritualmente, por prestigio, honor y, cada vez más, por dinero.

Asimismo, sobre todo con la profesionalización del deporte, se ha señalado su función de canal de movilidad social ascendente y su valor pedagógico en el proceso de socialización, perspectiva en la cual el deporte se considera un canal privilegiado para la transmisión de aquellos valores cívicos que fundamentan la convivencia social pacífica y solidaria. La difusión de una ética a través de la elaboración y difusión de mitologías que tienen a sus héroes ejemplares en deportistas destacados cumplirían, precisamente, ese papel positivo.

Al contrario, se ha destacado también que el deporte cumple funciones ideológicas, en tanto puede contribuir a la reproducción del *establishment* mediante la socialización de los sectores populares en los valores éticos y estéticos modernos, sobre todo de aquellos pro-

\* Coordinador de la Sección General Académica FLACSO - Costa Rica.

<sup>1</sup> Este texto, cuya versión inicial se escribió como prólogo a CLACSO (2002), es un producto colateral de la investigación "Globalización, identidad nacional y fútbol. El caso de Costa Rica" que se realiza gracias a una beca Joao Havelange otorgada por la FIFA. Agradezco a esta institución, así como los comentarios de Pablo Alabarces, Luis H. Antezana y Andrés Dávila. Desde luego, la responsabilidad por lo expresado es exclusiva del autor.

<sup>2</sup> Para algunos autores, la agresión y la violencia son intrínsecas a los deportes e, incluso, se consideran -en un continuo que varía con el tipo de práctica y con el tipo de practicantes-, como positivas en el "carácter" de los y las deportistas. Por esa razón, es importante indagar cuáles son los parámetros éticos y jurídicos que convierten a determinados actos en agresivos y violentos, mientras que valoran a otros como "ingredientes necesarios del deporte". (Ver Finn 1994).

pios del capitalismo competitivo, aunque, al mismo tiempo, se promueven ciertos valores precapitalistas como el honor propio de la ética caballerescas. En esta línea también es posible analizar las dimensiones "filantrópica" y de "extensión comunitaria" ligadas al deporte, promovidas por muchas empresas privadas o instituciones estatales.

En lo económico, se ha puesto especial énfasis en señalar la creciente comercialización del deporte, se ha destacado a la vez la profesionalización que esta actividad experimenta. Desde hace ya varias décadas, analistas del deporte con orientación humanista han advertido constantemente, y al parecer sin éxito, las consecuencias negativas que tendría la creciente mercantilización del deporte, a la cual habría que sumar su transnacionalización creciente, tanto para el cumplimiento de sus funciones de integración y cohesión social, cuanto para el mismo juego, en su dimensión ética y estética. El deporte estaría dejando de ser una práctica desinteresada y lúdica, para asumir el carácter de una pujante rama en la industria del entretenimiento, sobre todo mediático, con los consecuentes problemas de alienación del trabajo, expropiación del tiempo libre, explotación del hincha y aspectos similares.<sup>3</sup>

Es importante notar que la creciente comercialización de los deportes, y particularmente el fútbol, sobre todo en sus dimensiones de producto de la industria del entretenimiento,<sup>4</sup> ha conducido a que éstos pasen a formar parte de la agenda ya no sólo de las organizaciones destinadas a promover la cultura

3 Se ha destacado, por ejemplo, el elevado grado de disciplinamiento corporal en el caso del deporte profesional, con el fin de asegurar su alto rendimiento deportivo y, de esa forma, su rentabilidad económica. Por otra parte, la creciente comercialización iría en detrimento de la función de socialidad del deporte, puesto que la presencia del aficionado estaría siendo desplazada desde la participación comunitaria hacia el consumismo, ya que el aficionado ya no es interpelado en función de sus pertenencias sociales, sino de su capacidad de consumo. Más aún, como puede observarse en los procesos eliminatorios para los campeonatos mundiales, los aficionados son interpelados en función de su pertenencia con el objetivo de inducirlos al consumo y no a la participación comunitaria.

ra, como la UNESCO, sino también de organismos internacionales orientados al desarrollo, como es el caso del Banco Interamericano de Desarrollo -BID-<sup>5</sup>. Este proceso está estrechamente relacionado con la conversión de los clubes en sociedades anónimas deportivas, el desarrollo de los mercados publicitarios y del entretenimiento, así como la constitución de un mercado internacional de jugadores de fútbol, situación esta última que parece ser un ejemplo privilegiado de las corrientes diaspóricas que autores como Arjun Appadurai (2001) consideran propias de la globalización.

Como consecuencia, tal como lo acaban de evidenciar el escándalo financiero que llevó a la cancelación del segundo mundial de clubes, así como la controvertida realización de la Copa América en Colombia, las noticias deportivas se publican cada vez con más frecuencia en la sección económica de los noticieros y ya no sólo en las páginas deportivas. Más allá de eso, hoy es fácil constatar que las conversaciones entre aficionados tienen entre sus temas principales el costo de los fichajes, el valor de los premios en disputa o el costo de los derechos televisivos de su deporte favorito.

En lo político, son por demás conocidos los argumentos del "pan y circo", de los cuales el semiólogo italiano

4 En algunos países del sur, particularmente Argentina, Brasil y Uruguay, la exportación de *performing bodies* (jugadores y entrenadores) hacia el norte, sobre todo hacia los países mediterráneos de Europa, se ha convertido en un importante negocio. Algunas otras funciones económicas del fútbol son el desarrollo del turismo deportivo, la producción de programas de entretenimiento y la exportación/importación de señales de televisión en "vivo y directo", la comercialización de símbolos y marcas deportivas, así como el desarrollo del mercado publicitario.

5 Esta entidad ha organizado recientemente dos seminarios internacionales sobre el tema, "El futuro del negocio del fútbol en las Américas" (Washington D.C., el 5 de mayo de 2000) y "El deporte, un vehículo para el desarrollo económico y social" (Santiago de Chile, el 16 de marzo del 2001).



Umberto Eco es un abanderado, que tienen los deportes en tanto actividad "distractiva" de las masas en relación con la discusión de problemas políticos sustantivos y, en general, con su involucramiento ciudadano en la cosa pública. En este campo, se ha señalado también la recurrente utilización del deporte por parte de los gobiernos con fines de promoción nacionalista y de homogenización cultural modernizante. De igual forma, se ha hecho notar el papel del Estado en la generación de políticas deportivas inspiradas en ideologías racistas, higienistas y de control y "domesticación" social. Por otro lado, se ha estudiado el papel de esfera de resistencia que puede cumplir el deporte frente a los controles disciplinarios y a la represión social y política en otros ámbitos de la existencia, aspecto muy relacionado con el complejo asunto de la violencia en el deporte.

Más aún, la instauración de una *comunitar* ritual podría interpretarse en una dimensión utópica, en tanto pone en evidencia una búsqueda de comunidad fraternal, claramente contrapuesta al orden social cada vez más fracturado. Según los sugerentes textos de Žižek (1997), podría señalarse aquí que el comunitarismo futbolero es un "síntoma" de la fractura social, un espacio donde se produce la sutura simbólica entre el imaginario (el deseo) comunitario y su imposibilidad real. Finalmente, se ha hecho notar su utilización como "trampolín" para quienes están interesados en hacer carrera política, aunque esta relación parecería estar invirtiéndose debido a la creciente comercialización del deporte. Casos como el del controvertido ex presidente de Ecuador, Abdalá Bucaram, sugieren que la política puede también ser un trampolín para llegar a la dirigencia del deporte.<sup>6</sup>

El fútbol ha sido también abordado desde la perspectiva de las relaciones internacionales. En lo que el autor francés Pascal Boniface (1998) ha llamado la "geopolítica del fútbol",

se han destacado, por ejemplo, las tensas relaciones entre la Unión de Asociaciones de Fútbol de Europa –UEFA– (por sus siglas en inglés) y la Federación Internacional de Fútbol Asociado –FIFA– a partir de 1974. Hay que recordar que, en ese año, Joao Havelange, un brasileño de origen, asume la presidencia de esta última institución, hasta entonces controlada por europeos, con el apoyo de las federaciones nacionales de países del hemisferio sur, se destacan los países de África y Asia, los cuales hasta entonces habían tenido una membresía de "segunda clase" (delegado de Kuwait en el congreso de FIFA de 1978, citado en Darby 2002: 97). Como consecuencia de ello, la FIFA implementa un amplio proyecto –apoyado paradójicamente, en lo financiero, por Coca Cola y Adidas– para desarrollar el fútbol en los países del "tercer mundo", sobre todo entre los de África. Una de las líneas de acción que merece destacarse es el desarrollo de campeonatos mundiales en divisiones menores, los cuales tienen como sedes a países "en vías de desarrollo" o, al menos, fuera de Europa: por ejemplo, las sedes de los campeonatos mundiales "sub 20" han sido: Japón 1979, Australia 1981, Chile 1987, Arabia Saudita 1989, Qatar 1995, Malasia 1997, Nigeria 1999 y Argentina 2001; por su parte, los campeonatos "sub 17" se han realizado en China 1985, Ecuador 1995, Egipto 1997, Nueva Zelandia 1999 y Trinidad y Tobago 2001. Basado en esta situación, Paul Darby (Ibid.) ha señalado que en este periodo el fútbol en África, se ha relacionado estrechamente con el proceso de (des)colonización, búsqueda de reconocimiento internacional y demanda de equidad global, así como con el desarrollo de una política panafricana, sobre la cual se promovió a Sudáfrica como sede para el mundial 2006 (la cual, finalmente, fue asignada a Alemania en una controvertida votación).<sup>7</sup>

6 Una vez que fue elegido presidente, Bucaram utilizó toda su influencia para convertirse en presidente del Club Barcelona de Ecuador, para cumplir así lo que él mismo denominó como uno de sus "sueños".

7 Sobre estadios similares realizados sobre el sur de Asia, ver el número especial "Soccer in South Asia. Empire, Nation, Diaspora", de la Revista *Soccer and Society*, Vol. 2, Nº 2, Summer 2001. Sobre la China, ver Don Jinxia and J.A. Mangan (2001).



Por último, en la dimensión cultural, se ha destacado la función comunicativa del deporte, es decir, su carácter de arena pública en la que concurren diversos actores sociales con el fin de elaborar y hacer manifiesta, usualmente bajo formas simbólicas muy elaboradas, su propia concepción sobre la vida y la sociedad. Ahora bien, con la comercialización, hipermediatización y transnacionalización de los deportes, éstos también adquieren la función de canal publicitario para productos de diverso tipo, entre los que se destacan los implementos deportivos, la comida rápida, la cerveza, los equipos electrónicos, etc. Asimismo, se ha prestado especial atención al papel del periodismo deportivo como actor fundamental en la elaboración y transmisión de imaginarios sociales y, por tanto, en la formación de identidades colectivas diversas.

Otro aspecto que también ha merecido atención es la "subcultura del hincha", con énfasis en el comportamiento simbólico y los códigos morales de conducta de los aficionados y, más recientemente, a su incursión en la comunicación virtual, con la formación de lo que se ha denominado "el hincha virtual". Un tema menos tratado, pero que merece atención, es la paradójica difusión de patrones estéticos encontrados: mientras el canon clásico del atleta perfecto (escultural) prevalece como elemento central de la épica futbolística (lo que ha convertido a los deportistas también en *sex symbols*), la publicidad promueve una estética de lo grotesco entre la afición, aunque paradójicamente esta estética carnavalesca parece cumplir, antes que una función de crítica, un papel de afirmación del orden.

Dentro de este amplio espectro temático susceptible de ser abordado por las Ciencias Sociales, podría señalarse que en América Latina, quienes se han interesado por los estudios sociales de los deportes han mostrado una tendencia general —aunque no exclusiva— a privilegiar, como objeto de investigación, un problema específico: el proceso de formación de identidades socioculturales en el marco de los espectáculos futbolísticos. Esta marcada inclinación por los temas culturales arti-

culados con temas políticos, antes que estrictamente sociológicos o económicos del deporte, puede rastrearse desde los pioneros e influyentes estudios que realizaron sobre el fútbol los antropólogos Roberto DaMatta, brasileño, y Eduardo Archetti, argentino.

A principios de los años 80, DaMatta buscaría comprender cómo el estilo de jugar canonizado como propio del Brasil expresaba la forma de ser o la identidad de ese pueblo. Concluía este autor al señalar que los brasileños, tanto en el fútbol como en su vida cotidiana, mostraban especial predilección por "un buen juego de cintura"<sup>8</sup>. Por su parte, también en la primera mitad de los años 80, Archetti inicia una fecunda producción antropológica sobre el fútbol, la cual arranca con un análisis del *estor* de las hinchadas de los clubes argentinos, presta especial atención a cómo el comportamiento verbal que éstas exhibían en los estadios apuntalaba la construcción de identidades masculinas de cierto tipo específico. Sin abandonar su preocupación por las masculinidades —la cual luego investigaría en otras áreas culturales, como el tango y el polo—, este autor ampliaría su campo de interés hacia el estudio de la formación de un imaginario nacionalista argentino en los discursos del periodismo deportivo, principalmente en la archiconocida revista "El Gráfico".<sup>9</sup>

Lamentablemente DaMatta y sus asociados no continuaron investigando sobre la relación entre fútbol y cultura en el Brasil. Por otra parte, si bien Archetti prosigue con sus estudios sobre el tema, traslada su residencia a Noruega y se inserta en un circuito académico del cual los latinoamericanos están, en general, al margen. Así, pese al auspicioso comienzo que tuvieron los estudios sobre el fútbol en esta región del mundo, se abrió pronto un silencio relativamente prolongado desde las Ciencias Sociales respecto al deporte en general, y al fútbol en particular, el cual se

<sup>8</sup> Ver principalmente Da Matta et al (1982)

<sup>9</sup> La producción de este autor se encuentra condensada en Archetti (1999-2001)

prolongó hasta mediados de la década de los 90, momento en el cual emerge un nuevo y renovado interés por esta temática. En esta nueva fase, que se mantiene hasta hoy, se puede constatar que, pese a existir una gran dispersión/desarticulación de este subcampo académico, persiste un fuerte interés por los temas relativos a la construcción de identidades socioculturales de diverso cuño en el marco de los espectáculos deportivos.

Algunas publicaciones realizadas en medio de la euforia del proceso clasificatorio hacia el mundial de Francia 98, hacen evidente ese interés cultural dominante entre quienes se interesan desde las Ciencias Sociales por el deporte en general, y por el fútbol en particular<sup>9</sup>. Probablemente, este renovado interés en el deporte, y sobre todo en el fútbol, se deba en mucho, al creciente auge que los estudios culturales tienen en la región en los años 90, donde el estudio de la cultura, de las identidades, los imaginarios y las representaciones, adquiere un lugar cada vez más preponderante.

Otra razón por la que al parecer el estudio del fútbol se convierte en una nueva preocupación académica son las profundas transformaciones que el propio deporte atraviesa en los últimos 25 años, particularmente durante la década de los 90, cuando entra en un agudo proceso de comercialización, transnacionalización e hipermediatización. Poco a poco, los científicos sociales han tomado nota de los cambios que esos procesos, que algunos autores resumen bajo el rótulo de "globalización", están provocando en los parámetros sociológi-

cos, políticos, económicos y culturales sobre los que se estructuran las instituciones y las prácticas en los deportes, y particularmente el llamado "deporte rey". En esta perspectiva, no parece descabellado plantear la hipótesis de que el amplio interés por los temas relativos a la construcción de identidades a través del deporte en América Latina responde también de alguna forma, a un posible sentimiento de pérdida de identidad y comunidad, de inseguridad ontológica, derivado de las transformaciones que están sufriendo los deportes, sobre todo el fútbol, ante el embate globalizador.

En este nuevo contexto, los estudios culturales sobre el deporte ganan cada vez más legitimidad, tanto entre las instituciones como entre la comunidad académica. Tal vez el esfuerzo de mayor importancia, en esta perspectiva, es la organización de un grupo de trabajo sobre Deporte y Sociedad en el seno de CLACSO, el cual se establece como un marco institucional que está facilitando el establecimiento de vínculos entre investigadores que, de manera aislada, realizaban trabajos puntuales sobre esas temáticas a lo largo y ancho de América Latina. La primera reunión internacional de este Grupo de Trabajo, realizada en Cochabamba (Bolivia) en diciembre del año 1999, mostró de manera clara que, si bien este encuentro tenía como principal propósito establecer un estado de la cuestión respecto al tema deporte y sociedad en América Latina, sin privilegiar ninguna práctica específica ni temática puntual, era evidente que las y los participantes en ese primer encuentro tenían, en su gran mayoría, un interés común: el estudio de la relación entre fútbol e identidades socioculturales.

Con esa constatación, se decidió que el segundo encuentro del "Grupo Deporte y Sociedad", el cual se realizó en Quito (Ecuador) en diciembre del 2000, tratara una temática específica: la relación entre deporte e identidad y, más acotadamente, entre fútbol e identidad. Ese segundo encuentro, a diferencia del primero, que tuvo un formato cerrado, permitió no sólo la amplia participación tanto de académicos procedentes de más de diez

9 A la publicación del número 236 de la Universidad de Antioquia de Medellín (1994), se suman la compilación de Panfichi (1997), el número 154 de *Nueva Sociedad*, dedicado a "los juegos y las identidades" (1998), el número 43 de la revista *Ecuador Debate*, dedicado a "el fútbol, la política, las identidades" (1998), el *Cuaderno de Ciencias Sociales* número 84 de FLACSO Costa Rica, dedicado al tema "Fútbol e identidad nacional" (1996). También se publicaron varios libros: Alarcon *et al* (1998 y 2000), Anonima (1999). Cabe incluir, también, la realización en 1999 de un seminario en Colombia sobre el tema de fútbol e identidad nacional, cuyas ponencias han sido publicadas a fines del 2000 en *Gaceta* N° 47 bajo el título de "Identidades en flujo: telenovela, rock, fútbol, carnaval y nación".

países latinoamericanos, a la cual se dio una importante e inusual cobertura periodística, sino también dio cabida a un amplio público, básicamente ecuatoriano.<sup>10</sup> Cerraremos este breve ensayo haciendo referencia a las ponencias presentadas en este encuentro.<sup>11</sup>

Corresponde aquí la siguiente pregunta: ¿cuáles son los principales aportes y perspectivas de investigación sobre los procesos de conformación de identidades en el fútbol que se han abierto en este período? O, para plantearlo de manera distinta, ¿qué hemos aprendido sobre los procesos de conformación de identidades e imaginarios al estudiar el fútbol en América Latina? ¿Cuál es el aporte teórico de este esfuerzo? ¿Qué enseñanzas metodológicas nos deja este proceso? En lo que queda de este artículo se presentará una respuesta preliminar a estas interrogantes, se hará referencia a los aportes que han realizado los miembros del Grupo de Trabajo sobre Deporte y Sociedad de CLACSO en los dos encuentros realizados hasta ahora.

En primer término cabe señalar que quienes se desenvuelven en el campo de los estudios socioculturales sobre el fútbol se han interesado en conocer cómo este deporte-espectáculo actúa como arena pública en el proceso de construcción de identidades sociales y culturales de diverso cuño, sean *identidades de pertenencia* (identidades territoriales -regionales, locales, (post)nacionales-, genéricas,

generacionales, de clase, etc.), o sean *identidades de rol* (hinchas, jugadores, etc.)<sup>12</sup>. En esta perspectiva, el fútbol sería una arena pública donde se elaboran y refuerzan tanto identidades "prefutboleras", como identidades específicamente "futboleras".

En el caso de las identidades de pertenencia, las preguntas pertinentes que habría que responder serían: ¿Cómo expreso en el fútbol mi identidad como ecuatoriano, como hombre o como obrero? ¿Qué significa ser de uno u otro club? En lo que corresponde a las identidades de rol, los interrogantes implícitos son: ¿Qué significa ser un "hincha" de determinado club? ¿Qué significa ser un jugador de una selección nacional de fútbol? O incluso, ¿cómo debo actuar en tanto ciudadano de un país en ocasión de un partido de fútbol de "mi" selección nacional?<sup>13</sup>. Las ponencias presentadas por los miembros del Grupo de Trabajo sobre Deporte y Sociedad de CLACSO buscan responder a interrogantes de este tipo a través del estudio de diversos escenarios nacionales: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Uruguay, etc.

Cada uno de estos estudios, los cuales tienen en su mayoría aún un carácter preliminar, puede considerarse una pieza de un rompecabezas de dos caras: por un lado, contribuyen a problematizar y conocer el proceso de formación de identidades e imaginarios en

10 La FLACSO Sede Ecuador, anfitriona de este encuentro, ha continuado este esfuerzo por introducir esta temática en el marco de las Ciencias Sociales de ese país, organizando un conjunto de mesas redondas en las que, además de académicos, se cuenta con amplia participación de la "gente de fútbol": periodistas, dirigentes, técnicos, jugadores y aficionados. La euforia que ha despertado la exitosa campaña de la Selección Ecuatoriana en el proceso clasificatorio hacia Japón-Korea 2000, así como el escándalo suscitado por el atentado perpetrado contra la vida de su director técnico, el colombiano Hernán Dario "El Bolillo" Gómez, muestran la pertinencia de estos esfuerzos. (Esta observación es de Andrés Dávila).

11 Una historia más extensa y completa del campo, así como un balance del grado de articulación de la comunidad académica latinoamericana sobre el tema deporte y sociedad, se encuentra en el texto introductorio a Alabarces et al. (2000).

12 Esta distinción entre las identidades de pertenencia a un grupo o categoría social específica, por un lado, y las identidades de rol, por otro, ha sido propuesta, aunque sin referencia al fútbol, por Gilberto Giménez (2000).

13 Un caso interesante de fusión de estas dos identidades, donde una identidad de pertenencia (nacional) implica una identidad de rol (ser hincha de la selección), se expresa en la siguiente interpelación: "todo ciudadano digno y amante de su país debe dar su apoyo a la selección" (ver Vileña 2000). Por otra parte, afirmaciones como "los costarricenses amamos el fútbol" son portadoras de una autoimagen colectiva donde una identidad de rol constituye un componente fundamental de la identidad de pertenencia. En esta perspectiva, uno podría definir a un fanático señalando que su identidad de pertenencia futbolera se impone con independencia del contexto social en el que actúa, sobre sus otras pertenencias (soy, primero que nada en la vida, un hincha del Arsenal).



cada uno de los países estudiados; por otro, aportan un conocimiento de base para realizar estudios comparados sobre el papel del fútbol en la formación de identidades en América Latina. Por supuesto, si bien es claro que el rompecabezas está lejos de completarse en sus dos caras, es también importante anotar que las piezas que se han logrado reunir hasta ahora, dan pautas que permiten realizar interpolaciones y triangulaciones hipotéticas que sugieren caminos para avanzar en la tarea colectiva de llenar los vacíos.

Ahora bien, podríamos volver más complejo nuestro rompecabezas, de manera que cada pieza contenga cuatro lados, asignamos uno de las caras vacantes a la dimensión teórica y otra a los asuntos metodológicos. Bien, ¿qué cuadro teórico podríamos armar al reunir las fichas que tenemos a mano? En primer lugar, es preciso anotar que los estudios sobre deporte y cultura se han realizado desde una perspectiva claramente transdisciplinaria, al incorporar elementos teóricos y metodológicos tomados principalmente de la Antropología, la Sociología y las Ciencias de la Comunicación. Por otra parte, más allá de la multiplicidad de conceptos y autores en los que se apoya cada uno de los investigadores para aprehender su objeto de estudio, habría que destacar, sin embargo, que es posible identificar una orientación compartida a anclar el barco teórico en un modelo heurístico común, que se caracteriza por considerar al fútbol como un espectáculo colectivo con gran intensidad dramática y ampliamente mediatizado.

En esta línea de reflexión e indagación, algunos de los autores generosamente citados, y que tienen en común su orientación antropológica, son: Víctor Turner, Clifford Geertz, Emile Durkheim, Pierre Bourdieu y Benedict Anderson, quienes con matices distintos, comparten la preocupación por abordar los problemas relativos a la integración y el conflicto social, prestan atención a las dimensiones simbólica, emocional y moral sobre las que se estructura la sociedad. Cabe destacar que, salvo en el caso de Bourdieu, estos auto-

res no han teorizado ni investigado específicamente los deportes, sino que se han preocupado sobre todo por los problemas de integración y cambio sociocultural de manera más amplia.<sup>14</sup>

Por otro lado, podría señalarse que otros autores de orientación sociológica, que han sido muy influyentes en los estudios sobre identidades y cultura en América Latina, no han merecido gran atención, pese a su potencial utilidad para el estudio de los deportes, principalmente: Irving Goffman, Thomas Luckmann y Peter Berger.<sup>15</sup>

Por otra parte, puede también indicarse que en los estudios latinoamericanos sobre el fútbol, las concepciones que se centran en la dimensión de la dominación, el conflicto y el control social, son aquellas inspiradas en el marxismo, sobre todo en sus vertientes althusseriana y gramsciana; fuentes como los trabajos de Foucault por ejemplo, no han sido ampliamente utilizadas como referentes teóricos relevantes. Sin embargo, es importante señalar que los estudios sobre deporte e identidad tienen un trasfondo crítico con respecto a la formación de identidades, en tanto las consideran no sólo como una forma de integración simbólica a la comunidad, enmarcada en parámetros cognitivos y afectivos, sino también como una forma de sujeción hegemónica a los designios de los grupos dominantes.

En términos más amplios, podría señalarse que las investigaciones en América Latina no se han inspirado mayormente en los estudios culturales del deporte que, desde distintas vertientes, se han realizado en Europa.<sup>16</sup>

14 Sin embargo, en varias de sus publicaciones, Víctor Turner destacó la necesidad de abordar el estudio de los espectáculos deportivos modernos como formas rituales contemporáneas.

15 Debo esta observación a Andrés Dávila. Sin duda, también podrían utilizarse a otros autores, menos divulgados en América Latina, principalmente aquellos que se sitúan en la perspectiva emonometodológica, con Harold Garfinkel a la cabeza, o a la corriente del interaccionismo simbólico, iniciada por George Mead.

16 Por ejemplo, en Francia algunos autores como Marc Augé y Christian Baudry se han preocupado por la dimensión ritual del fútbol. En Gran Bretaña, si bien ha

Esto seguramente tiene que ver, en parte, con la escasa disponibilidad de los materiales en idioma español, a lo que se suman las dificultades de acceso a los materiales en inglés y francés, situación que podría cambiar pronto con la posibilidad de su adquisición *on line*. Sin embargo, esto no parece ser así necesariamente, ya que tampoco han tenido gran influencia los trabajos de la llamada "Escuela de Leicester" y la "sociología figuracional", pese a que un texto fundamental como es *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, de Norbert Elias y Eric Dunning ha sido traducido al español y es de fácil acceso; lo mismo puede señalarse con respecto a los trabajos de orientación marxista, como "Sociología política del deporte", de Jean-Marie Brohm, o "El fútbol como ideología", de Gerard Vinnai.<sup>17</sup> Por este motivo, habría que considerar, además de las

dificultades de acceso, otras razones para explicar esa escasa recepción, como por ejemplo la diferencia entre los intereses temáticos y las tradiciones teóricas en las cuales se sustentan los estudios en ambas regiones.

Ahora bien, debido a la escasa institucionalización y articulación del campo en América Latina,<sup>18</sup> sería exagerado señalar que existe una "tradición teórica" en los estudios latinoamericanos sobre deporte. Pese a ello, puede indicarse que, en la región, existe una tendencia a considerar al fútbol como un ritual comunitario, como un drama social y/o como una arena pública, como un espacio comunicativo denso, en el cual se entrecruzan múltiples discursos verbales, gestuales e instrumentales (gráficos, sonoros, etc.), a través de los cuales los diversos actores participantes en el drama, como son los jugadores, entrenadores, dirigentes, periodistas, hinchas y detractores, expresan apasionadamente sus conceptos y valores no sólo sobre el juego, sino sobre su vida, sobre sus anhelos, frustraciones y esperanzas. Tal vez podríamos resumir esta aproximación al parafrasear a Geertz y señalar que los estudios latinoamericanos muestran una inclinación por abordar el fútbol bajo el modelo de un "juego profundo" que se constituye en un comentario dramático sobre la vida, en sus dimensiones emocionales, morales e intelectuales.

En otros términos, puede señalarse que desde la perspectiva latinoamericana, se tiende a considerar al espectáculo futbolístico como un escenario privilegiado para preguntarnos y buscar respuestas a la más fundamental de las preguntas: ¿quiénes somos? Existe una especie de hipótesis de trabajo, según la cual las múltiples narrativas que concurren en un espectáculo deportivo vuelven más compleja

existió una preocupación centrada en temas relativos a la violencia en el fútbol, particularmente en ese complejo fenómeno que es el "hooliganismo", también existe preocupación por investigar sobre identidades sociales. Giulianotti y Finn indagan las identidades de los *owais* escoceses; en Stirling, el grupo de Garnet Jarvie trabaja obsesivamente sobre deporte y nación en Escocia, mientras R. Boyle lo hace sobre TV y fútbol; finalmente, en Brighton, Alan Tomlinson dirige líneas de trabajo sobre identidades y sobre organizaciones (la FIFA, p.e.). Por otro lado, merece destacarse que autores como Richard Giulianotti han utilizado ampliamente producción latinoamericana, especialmente argentina y brasileña, como referencia en sus estudios sobre el fútbol en el ámbito mundial. Una excelente síntesis crítica sobre los estudios británicos sobre el fútbol se encuentra en Giulianotti (1999). Ver también Giulianotti, Bonney y Hepworth (1999). Agradezco a Pablo Alabarces por llamar mi atención sobre estos estudios.

17 Salvo esos textos, es poco lo que se ha traducido al español, aunque merecen destacarse algunos escritos breves y no muy accesibles sobre deporte de autores franceses como Pierre Bourdieu y Marc Augé. Aquí se debe reconocer el aporte del "Grupo interdisciplinario sobre deporte" de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, no sólo por los aportes de investigación de sus miembros, sino también por contribuir a difundir los estudios sobre deporte realizados en Europa y Estados Unidos, tanto a través de la organización de eventos –realizados en Buenos Aires– en los cuales se ha invitado a participar como conferencistas a académicos como Alan Tomlinson, John Sugden, Richard Giulianotti, Christian Bromberger, Joseph Arbera y el mismo Eduardo Archetti, sino también por la traducción y publicación de algunos de sus textos y conferencias en la revista virtual "Lecturas: Educación física y deportes".

18 Una tarea por hacer, en esta perspectiva, es la de estudiar los currículos de los estudios socioculturales en América Latina. Hasta donde sabemos, los estudios sobre deporte están ausentes o son marginales en la mayor parte de los casos, lo que ciertamente nos habla de una escasa institucionalización del campo. Por otra parte, la reducida intertextualidad existente entre los propios estudios latinoamericanos puede considerarse un indicador de la baja articulación del campo.



y específica a esta gran pregunta, al introducir diversos parámetros como los territoriales, los funcionales, los genéricos y los generacionales. Pero esos discursos también proveen una amplitud de respuestas, hacen de los espectáculos deportivos un campo de disputa simbólica donde concurren diversos actores que buscan, incluso de manera inconsciente, definir los sentidos "verdaderos" sobre los que se asienta su identidad como individuos y como grupo social. En esa medida, el fútbol sería también escenario de conflicto entre grupos sociales que buscan imponer sus sentidos a los otros con los cuales se hallan en competencia y, por lo tanto, un escenario donde se disputa la hegemonía.

En esta arena pública de enfrentamiento simbólico, cada actor despliega y redefine, conforme se desarrolla el drama, sus propias preguntas y respuestas sobre su identidad, en un marco multidimensional que comprende lo ético, lo estético, lo lúdico, etc. En esta disputa, en la que impera un profundo involucramiento emocional, se busca la afirmación propia mediante la elaboración de una autoimagen que sea reconocida por los "otros", a los cuales, a la vez, se denigra o se aprende a respetar y hasta a temer. Es de esa forma que el espectáculo futbolístico ofrece un escenario en el que se construye, representa y resignifica la propia identidad, a la vez que se adquieren y reelaboran las imágenes que los "otros" tienen sobre "nosotros" y ellos mismos, al interiorizar en ese proceso conceptos sobre lo que significa ser un buen o un mal ciudadano, sobre cómo ser un buen o un mal hombre, sobre lo que es bonito y elegante o feo, etc.

Es importante señalar aquí que el concepto de identidad que entra en escena guarda distancia con respecto a las concepciones esencialistas y a las teorías del reflejo. No cabe aquí considerar que el fútbol es un "espejo" donde se reflejan las identidades sociales construidas en otros espacios sociales, culturales o políticos, y tampoco considerar a las identidades como básicamente inmutables. Por el contrario, los estudios sobre deporte y sociedad, si

bien en muchos casos no especifican el concepto de identidad con el cual trabajan, operativamente tienden a considerar al espectáculo futbolero como un escenario privilegiado para la producción de identidades, en una dinámica dialéctica entre reforzamiento y reelaboración de sentidos y lealtades. Consideran a su vez a las identidades como construcciones precarias, múltiples y fluidas, que operan contextualmente y que, bajo ciertas condiciones, son susceptibles de transformación.

De esa manera, interesa estudiar cómo el fútbol, en tanto arena pública, ofrece un escenario simbólico privilegiado para el establecimiento de vínculos socioculturales, y para la elaboración de imaginarios sociales de tipo nacional, genérico, generacional, clasista, etc. Así, el fútbol puede considerarse un escenario ritual y secular privilegiado en las sociedades modernas para la construcción de lo que el antropólogo Victor Turner llamó la *communitas*. El fútbol podría considerarse, entonces, un escenario ritual que hace posible obviar, en el plano simbólico, las diferencias estructurales entre los individuos y propicia su inmersión en un espacio de *communitas*, de comunión entre quienes usualmente se encuentran separados estructuralmente por diferencias de rol y *status*. Sin embargo, como es usual en estos tiempos postmodernos, esta inmersión en la comunidad es analizada sin caer en el romanticismo ingenuo, sino más bien con distancia y hasta con ironía, en tanto se sospecha que el "sentimiento comunitario" puede también producir un efecto de reforzamiento de las diferencias estructurales, mediante el conjuro catártico de las fuerzas disgregantes, a la manera de otras celebraciones festivas, como los carnavales, por ejemplo.<sup>19</sup>

Por otra parte, es oportuno notar que, por su estructura agonística, el fútbol no permite la construcción de una *communitas* total, for-

19 Sobre los "rituales de rebelión", estudiados por Gluckman, es pertinente recordar aquí uno de los postulados básicos de la Antropología Política, desarrollado por Balandier: "El supremo anhelo del poder es impugnarse ritualmente para así consolidarse con mayor eficiencia". Ver Balandier (1974, 1991 y 1995).

jando una suerte de metaidentidad, sino que siempre opone a dos *comunidades*.<sup>20</sup> En ese sentido, puede ser muy útil tomar el concepto de "masa doble" de Canetti, autor según el cual cada "masa" se constituye siempre en oposición a otra que le es similar o conmensurable. Si admitimos estas características fundamentales del fútbol, extensivas a otros deportes grupales de "combate", las preguntas que cabe formularse y a las cuales habría que orientar nuestros esfuerzos investigativos son: ¿Cuál es la dimensión o el criterio sobre el que se estructura el grupo social en un encuentro de fútbol? ¿Cuál es, y por qué, la categoría social o cultural saliente o pivote en un encuentro de fútbol?<sup>21</sup> ¿Cómo se genera el vínculo social grupal entre quienes participan en un espectáculo deportivo? ¿Cómo se elaboran los imaginarios y las identidades grupales en el marco de los encuentros deportivos? ¿Cómo expresan simbólicamente los miembros del grupo su pertenencia a éste?, etc.

El mérito de los estudios culturales sobre deporte en América Latina radica en la formulación de este tipo de preguntas y ofrecer

ciertas hipótesis y conceptos, así como haber orientado la recolección de información necesaria para avanzar en la elaboración de algunas respuestas iniciales.

En esta última dirección, podemos, para finalizar este ejercicio, retomar nuestro modelo de rompecabezas y preguntarnos cuáles son los aportes metodológicos de los estudios latinoamericanos sobre el deporte. Si bien las y los académicos que conforman esta proto-comunidad científica han mostrado una fuerte tendencia al ensayo y la reflexión teórica, también debe valorarse su aporte en la dimensión empírica. Consecuentemente con la perspectiva teórica asumida, los abordajes cualitativos o interpretativos han sido privilegiados en relación con los análisis de tipo cuantitativo. Se ha utilizado con cierta frecuencia el análisis del discurso, tanto de los medios de comunicación como de los protagonistas directos, entre los cuales se incluye a la hinchada; también se han aplicado técnicas de carácter etnográfico, con observaciones participantes en los estadios y sus entornos mediáticos, aunque tal vez de manera insuficiente en lo que se refiere a los análisis de recepción de estos últimos. Finalmente, algunas investigaciones han buscado complementar el análisis del discurso y la aproximación etnográfica mediante el desarrollo de entrevistas en profundidad y la organización de grupos focales.

Puede decirse, en resumen, que los estudios latinoamericanos sobre deporte tienden a concentrarse en un área temática y problemática particular: la relación entre el espectáculo futbolístico y la elaboración de identidades socioculturales. Los estudios realizados hasta ahora muestran una tendencia hacia la conceptualización del espectáculo futbolístico como una arena pública ritualizada y mediatizada, la cual hay que abordar con el uso de metodologías de corte principalmente cualitativo. Los resultados de investigación obtenidos muestran la fecundidad potencial de estos estudios para el conocimiento de las culturas y de las identidades socioculturales en América Latina. Sin duda, la institucionalización de la proto-comunidad académica de alcance regional,

20 Tal vez podría decirse que la metacomunidad la conforman todos "los aficionados al fútbol". Podría buscar un argumento contrario, empero, que por su estructura agonial, de la cual carecen otros escenarios rituales como los carnavales, por ejemplo, el fútbol siempre introduce una línea de quiebre en esta "metacomunidad".

21 La teoría de la identidad social o teoría del grupo mínimo, desarrollada principalmente por Henry Tajfel y John C. Turner, considera que cada individuo posee múltiples pertenencias y desempeña múltiples roles sociales, cada uno de los cuales opera en contextos sociales específicos. Estas categorías o pertenencias sociales se jerarquizan según cual sea el contexto social en el que tiene lugar la interacción, se torna una de ellas, mediante una "acción de metacombate", más saliente que las otras. Un límite de esta aproximación radica en que, dado que es de carácter psicológico, no se pregunta cómo es que se estructuran y operan esos contextos sociales específicos. Con algunos elementos de la teoría de los movimientos sociales de Laclau, podríamos señalar aquí que estos contextos sociales están de una u otra forma políticamente estructurados con el fin de convertir en permanentemente saliente a una de las múltiples posicionalidades que tienen los individuos: el marxismo se centraba en la posición estructural o de clase, el cristianismo en el ámbito de las creencias religiosas, el nacionalismo a la pertenencia a un Estado-nación, el machismo o el feminismo en la "naturalidad genérica", el indianismo en la pertenencia étnica, etc.

proceso en el cual CLACSO juega un papel destacado, estimula el desarrollo de investigaciones, a la vez que amplía su difusión y contribuye así al fortalecimiento del intercambio académico, tanto al interior de la región, como entre ésta y otras latitudes del planeta.

### Bibliografía

- Alabarces, Pablo, Roberto DiGianno y Julio Frydenberg (comp.), 1998, *Deporte y Sociedad*, Buenos Aires, EUDEBA.
- Appadurai, Arjun, 2001, *La modernidad desbordada*, México: FCE.
- Archetti, Eduardo, 1999, *Masculinities. Football, Polo and Tango in Argentina*, London: Berg.
- \_\_\_\_\_, 2001, *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Balandier, Georges, [1988]1992, *El desorden. Elogio del movimiento*, Buenos Aires: Gedisa.
- \_\_\_\_\_, [1992]1994, *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Buenos Aires: Paidós.
- Boniface, Pascal, 1998, "La geopolítica del fútbol", en *Boletín de ALAI*.
- Brohm, Jean-Marie, 1982, *Sociología política del deporte*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Bromberger, Christian, 2001, "El hinchismo como espectáculo total: una puesta en escena codificada y paródica", en *Lecturas: Educación física y deporte* 36, Buenos Aires.
- DaMatta, Roberto (organizador), 1982, *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira*, Río de Janeiro: Pinakotheque.
- CLACSO, 2002, *El fútbol y las identidades*. Ponencias del segundo encuentro del Grupo Deporte y Sociedad, Quito (en prensa).
- Darby, Paul, 2002, *Africa, Football and FIFA. Politics, Colonialism and Resistance*, London: Frank Cass.
- Elias, Norbert y Eric Dunning, [1986]1996, *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Finn, Gerry T., 1994, "Football violence: a societal psychological perspective", en Bonney Giulianiotti y Hepworth (ed.), *Football Violence and Social Identity*, London: Routledge.
- Giménez, Gilberto, 2000, "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en José Manuel Valenzuela (comp.), *Decadencia y auge de las identidades*, México: El Colegio de la Frontera Norte - Plaza y Janés.
- Giulianiotti, Richard; Norman Bonney and Mike Hepworth (ed.), 1994, *Football Violence and Social Identity*, London: Routledge.
- Giulianiotti, Richard, 1999, *Football. A Sociology of the Global Game*, Cambridge: Polity Press.
- Jinxia, Dong y J.A. Mangan, 2001, "Football in new China: Political statement, entrepreneurial enticement and patriotic passion", en *Soccer and Society* 3 Vol. 2 (Autumn).
- Panfichi, Aldo et al., 1997, *Fútbol, identidad, violencia y racionalidad*, Lima: FCS-PUC.
- Soccer and Society, 2001, Special Signet: "Soccer in south Asia. Empire, Nation, Diaspora", 2 Vol. 2 (Summer).
- Turner, John C., [1987] 1990, *Redescubrir el grupo social. Una teoría de la categorización del yo*, Madrid: Morata.
- Villena, Sergio, 1998a, "El fútbol como ritual nacionalista", en *Ecuador Debate* 43.
- \_\_\_\_\_, 1998b, "Con manos de tierra y corazón de león. Imaginario nacionalista y fútbol en la prensa costarricense", en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes*, [www.efideportes.com](http://www.efideportes.com).
- \_\_\_\_\_, 2000, "Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre la hazaña mundialista de Italia '90", en *Alabarces*.
- \_\_\_\_\_, 2001, "Globalización y fútbol postnacional", en *Iconos* 10, (abril).
- Zizek, Slavoj, 1997, *El sublime objeto de la ideología*, México: Siglo XXI.



Artículo

Ángel Cappa, director técnico de fútbol en su blog [cappafc.blogspot.com](http://cappafc.blogspot.com)

# CAPPA FC

MONDAY, NOVEMBER 12, 2007

## Mercantilización del deporte

*"Y el aburrimiento es el que gana en esos encuentros en los que el miedo a perder lleva a reducir riesgos, a desterrar la inspiración liberada de los esquemas preestablecidos por los entrenadores. En suma, a obedecer".* Si a usted le parece que este comentario pertenece a muchos de los partidos de fútbol que vemos habitualmente, se equivoca. Corresponde al rugby y es parte de un artículo ("Rugby Circus") que escribió Alain Garrigou, profesor de Ciencia Política de la Universidad de París-Nanterre, y que publica "Le Monde Diplomatique".

Garrigou habla de las consecuencias perjudiciales de la lógica del dinero aplicada al deporte, y en particular al rugby. *"La influencia de la economía en el juego es tan estrecha --dice-- que las reglas del rugby se han modificado para hacer los partidos más legibles (más telegénicos) y por ende, más accesibles a los profanos".* Es la misma respuesta que me dio un realizador de televisión, aquí en España, cuando le pregunté por el motivo de hacer de un partido de fútbol un espectáculo de gestos atléticos, primeros planos de sudor y músculos, repeticiones incesantes de jugadas intrascendentes y caras famosas de los palcos y plateas. *"Para tener más audiencia"*, me confesó sin rubor. Más clientes, diría yo, para los anunciantes. Es decir, el criterio comercial es el que define todo.

El negocio exige permanentemente el más alto rendimiento y la preparación de los jugadores (de fútbol, de rugby y de lo que sea) está más destinada a lo físico que a lo técnico, a lo táctico que a incentivar la creatividad.

El resultado es que, salvo excepciones, se juega peor y se corre cada vez más. Por otra parte, nunca como ahora el uso de estimulantes prohibidos, el dopaje en una palabra, ha estado tan bajo sospecha. Nunca como ahora se han jugado tantas competencias, tantos partidos, con la presencia permanente de la televisión.

Nunca como ahora el negocio ha recogido tantos beneficios económicos. Las preguntas son: ¿Cómo hacemos para evitarlo? ¿Cómo encontramos un equilibrio donde el criterio deportivo sea el predominante? ¿Cómo recuperamos el placer de jugar y la libertad de hacerlo? ¿Cómo mantener la ilusión sin parecer estúpido?

*Ángel Cappa para El Comercio (Perú) - 12 de noviembre de 2007*

Posted by [Cappa FC](#) at 5:21 PM

Artículo

Deporte, mercantilización e identidades

Sebastián Espiño

## **Deporte, mercantilización e identidades**

Por Sebastián Espiño

### **Introducción:**

En una sociedad en la que los medios de comunicación tienen cada vez mayor influencia sobre la consolidación de la cultura y donde las prácticas cotidianas se ven a diario reflejadas en los diferentes soportes mediáticos, es necesario realizar diferentes análisis y críticas con el objetivo de observar de una manera más íntegra la realidad de los fenómenos expuestos en los medios.

Históricamente, el deporte ha acompañado la historia de las diferentes sociedades. Desde las antiguas civilizaciones orientales, pasando por Europa y las civilizaciones aborígenes americanas han tenido dentro de sus culturas, actividades que se asemejan a los más populares deportes practicados en el mundo actual. Sin embargo, desde fines del siglo XIX se ha producido un desarrollo mundial de las diferentes competencias deportivas que ha dotado al fenómeno de un alcance global, a partir del cual las actividades deportivas se han instaurado en cada rincón del Planeta.

Conjuntamente con ese crecimiento global del deporte, se fue dando el progreso de los medios de comunicación a la par de la instauración y consolidación del capitalismo como sistema económico hegemónico. Esos dos factores fueron sin duda los principales detonadores de un fenómeno, mediático y consumista, que está hoy en día se encuentra en su total apogeo.

Ese tridente formado por el deporte, medios y el sistema capitalista, es lo que buscará relacionar este trabajo, buscando casos notorios en los que se explicita la combinación entre los tres.

El marco teórico a utilizar estará definido por los textos *“La izquierda y la identidad política”* de Eric Hobsbawm, en el que se desarrolla la noción de identidad; *“El enemigo de la naturaleza. ¿El fin del capitalismo o el fin del mundo?”* de Joel Kovel donde se muestran las diferentes influencias del capitalismo y empresas en la vida actual; *“Magallanes en bermudas”* de Andrés Dimitriu en el que se menciona al desarrollo del deporte-espectáculo como una de las nuevas formas de producción económica. Además, la espectacularización mediática del deporte ha llevado a cambiar concepciones temporoespaciales que hacen también a la demanda unificadora y homogenizadora planteadas por el sistema de la globalización. Esto se verá a través de la óptica de las nociones desarrolladas por Héctor Schmucler y Patricia Terrero desde el texto *“Nuevas tecnologías y transformaciones del espacio”*.

Con respecto a lo que tiene que ver con el deporte específicamente, se tratará de contextualizar el campo deportivo dentro de nuestro país, buscando esencialmente los diferentes puntos en común con los medios de comunicación y capitalismo, buscando y estableciendo relaciones con los conocimientos expresados dentro del material teórico mencionado en el párrafo anterior.

Es a partir de esas relaciones, que se intentará cumplir el objetivo del presente texto en el que se busca demostrar como a partir de los medios de comunicación se construye la identidad de los protagonistas directos e indirectos dentro de los espectáculos deportivos.

### **Contextualización del tema a partir del marco teórico:**

Previo al desarrollo de lo que tiene que ver estrictamente con el fenómeno del deporte, creo oportuno realizar una serie de definiciones conceptuales para que se comprenda mejor la situación que se va a analizar. Con esto, se quiere hacer una presentación de los puntos fundamentales que serán tomados del marco teórico, para dar una visión más compleja y enriquecedora sobre la temática escogida.

La noción de identidad es relativamente nueva en el campo de las ciencias sociales. Las primeras manifestaciones de este término surgieron alrededor de la década del sesenta cuando las minorías comenzaron a ocuparse sobre el tema. Así, aparecieron grupos que marcaron el camino hacia la construcción y definición del concepto, como lo fueron las agrupaciones feministas, los homosexuales y los discriminados por el racismo en Estados Unidos. Según Erich Hobsbawm (2000:3) “los hombres y las mujeres buscan grupos a los cuales poder pertenecer, con seguridad y para siempre, en un mundo en el que todo lo demás resulta movedizo y cambiante...”

Según la concepción de este autor inglés, las identidades concernientes a lo colectivo se definen de manera negativa, es decir, que un grupo se reconoce frente a otro por las diferencias que poseen. Esto será de importancia al momento de estudiar los distintos miembros de la comunidad deportiva, teniendo en cuenta que a partir de esta concepción las construcciones identitarias no se basan en los aspectos comunes de los individuos.

Existe, también, la posibilidad de elegir entre una multiplicidad de identidades y “máscaras” , más allá de que será una la que marque una diferencia por sobre las demás.

La nueva vertiente de espacios económicos buscados por el capitalismo han construido al deporte en uno de los blancos mayor facilidad de acceso. Por ese motivo, bien viene tomar algunos de los conceptos expresados por Joel Kovel (2005) y relacionarlos con el ámbito de este trabajo. *Asociada con la comprensión del tiempo vemos la homogeneización y la comprensión del espacio, y con el tiempo y el espacio así preparados, se acelera la penetración del capital en todos los aspectos del mundo vital de los individuos y las comunidades”* (2005:78).



Entender al mundo del deporte actual en su esfera profesional como una de las industrias más fuertes del sistema ha sido uno de los objetivos previamente a la redacción del informe. Por ese motivo, será pertinente la utilización como marco de referencia teórica de un artículo que denote el rol del mercado deportivo dentro de las nuevas tendencias capitalistas. Según Dimitriu (2001:2), el deporte se encuentra dentro de uno de los sectores privilegiados, debido a su adaptabilidad y movilidad, para ubicarse dentro de la dura competencia de destinos: *“ la industria del deporte puede identificar con rapidez nuevos nichos de mercado, aprovechar sitios o recursos no explotados y acelerar tasas de rentabilidad en una sinérgica combinación con otros sectores, como transporte, servicios bancarios, hotelería, arquitectura, publicidad y medios”*.

El último eje conceptual a definir será el que corresponde a los cambios en la percepción del tiempo y el espacio, principalmente definidos por los medios de comunicación. Si bien el texto de Héctor Schmucler y Patricia Terrero (1993) tiene sus principales fundamentos en las variaciones espacio temporales dentro de las ciudades, hay conceptos que ayudarán para comprender como en el campo del deporte se han ido transformando estas percepciones como consecuencia de la creciente repercusión que tiene este ámbito dentro de los medios.

### **Del otro lado de la pelota: identidad y mercado en el fútbol argentino**

Las primeras manifestaciones deportivas que se conocen dentro del territorio argentino son las relacionadas con las comunidades aborígenes que habitaban estas tierras con anterioridad a la llegada de los colonizadores. Durante la etapa de dominación española, las primeras notas que se tienen sobre actividades relacionadas con el deporte datan de 1610, cuando en Buenos Aires se desarrollaron las primeras corridas a caballo que, en su evolución, terminaría conociéndose por lo que hoy se define como el “deporte nacional” : el Pato.

Más allá de estos antecedentes, el verdadero auge en el deporte argentino llegó junto con los inmigrantes que arribaron a Argentina a principios del siglo XX. De la mano de los ingleses comenzó a conocerse el deporte que en la actualidad es el más popular del país y el que mayores cantidades de dinero maneja en concepto de recaudaciones por entradas, transmisiones televisivas, transferencias de jugadores y ventas de productos.

Precisamente, las transmisiones televisivas forman el núcleo en torno al cual giran muchas de las preguntas que orientaron este trabajo. Es que la situación en la que se dan las concesiones de los derechos de los encuentros por parte de la Asociación del Fútbol Argentino conforman uno de los terrenos más criticados por el ambiente del deporte – negocio. La entidad rectora del fútbol en Argentina firmó a inicios de la década de los noventa un contrato con la empresa Torneos y Competencias, a través del cual se cedían todos los derechos de la retransmisión de los partidos hasta 2014, incluyendo torneos oficiales y amistosos. De esta manera, la empresa se aseguró manejar los tiempos del fútbol argentino a su gusto, moderando también, los contenidos que son comunicados.

Este, es quizás, el acontecimiento que más relevancia tenga en lo que respecta al análisis que desea hacerse desde este trabajo, ya que el poder que acumula Torneos y Competencias como consecuencia de poder disponer de la totalidad de recursos para manejar el total de la información relacionada con este deporte.

Teniendo en cuenta que en la actualidad uno de los factores que inciden en la construcción de la identidad colectiva es el de los medios de comunicación, hay que pensar en el rol que cumple la única empresa que cuenta con la posibilidad de utilizar imágenes correspondientes al deporte con mayor poder de convocatoria de nuestro país. Para ello hay que tener en cuenta algunas cuestiones básicas que hacen a la estructura del sistema de significaciones que se establece en Argentina en cuanto al fútbol, trazando relaciones con productos que partan de esta empresa.

Considerar los 'roles' que se construyen a partir de la producción de sentidos realizada por Torneos y Competencias hace a la consolidación de pilares fundamentales del escenario del fútbol. En los programas que se emiten por la señal TyC Sports no se realizan investigaciones acerca de los negociados de la Asociación del Fútbol Argentino con empresas multinacionales, ni los arreglos de los clubes más cercanos a la entidad con clubes extranjeros para el traspaso de adolescentes jugadores a cambio de escasas cantidades de dinero.

Hay que tener en cuenta, también, la construcción que se realiza de los barras brava, ya que en la actualidad es un tema que ocupa la atención de todos los medios. Si bien en este caso los periodistas e informes que hacen a la expresión de este medio sobre el tema tienen como objetivo la crítica a la violencia, todo queda en eso y no se realizan investigaciones profundas. Se muestra a los integrantes de los sectores violentos en su ámbito, en la tribuna y se los suele describir como gente de recursos económicos escasos, generando así la idea de que el contar con poco poder económico engendra ese tipo de violencia. Estas actitudes de la señal logran confirmarse cuando se descubre a los líderes de la "barra brava" del Club Atlético River Plate, quienes pertenecen a familias de un alto poder adquisitivo, lo que causó sorpresas en los conductores del programa 'Estudio Fútbol'.

La relación con el capitalismo forma parte de uno de los debates más complejos en la actualidad alrededor del deporte. Es que cientos de empresas se encargan de hacer publicidad de sus productos en los diversos equipos, lo que llevó a la consecuencia de que se considere al fútbol como negocio. Pero ¿qué factores han influido en esta concepción?

En nuestro país, el fútbol representa una de las industrias que mayor caudal de dinero genera. El costo total de las transferencias anuales se encuentra por encima de los veinte millones de dólares, sin considerar todo lo que se produce en concepto de entradas y el popularmente moderno merchandising . Esta nueva concepción, ha derivado en la repentina quiebra y desaparición de muchos clubes tradicionales argentinos que ante la imposibilidad de poder gestionarse y mantenerse al nivel económico del resto de los clubes debieron cerrar sus puertas, dejando de prestar los servicios sociales que se relacionan directamente con las actividades deportivas.



El espacio y el tiempo han sufrido modificaciones también en cuanto a sus acepciones típicas. Es que a partir de la mediatización de las transmisiones deportivas se han acortado las distancias para aquellas personas que desean seguir la actividad deportiva que se desarrolle en cualquier parte del mundo. Debido a esta visión globalizadora es que se ha llegado, por ejemplo a 2.500.000.000 de televidentes para un partido de fútbol . Así, en la actualidad, se suele dar mayor importancia a encuentros de ligas europeas que a los partidos que se juegan sobre suelo argentino.

### **Conclusión:**

En el marco de un sistema capitalista y globalizador es difícil que las actividades más cotidianas resulten ajenas a los marcos rectores establecidos. Esto es sin dudas lo que sucede con la actividad deportiva. Se ha convertido durante la segunda mitad del siglo pasado en un foco de atracción para las ambiciones políticas y económicas de los sectores más poderosos de la sociedad.

En la actualidad, y con el creciente desarrollo de los medios masivos de comunicación se han difundido por los más remotos rincones del planeta todos los elementos que conforman el universo de significación de esta esfera. Como se vio en el ejemplo argentino, las visiones carecen de heterogeneidad en muchos casos, debido a los distintos monopolios que se conforman en torno al poder de la información deportiva.

El crecimiento de la industria del deporte es una constante que día a día provoca cambios significativos en las sociedades, comenzando por las planificaciones urbanas en donde se construyen estadios hasta la explotación de los jóvenes africanos en las ex colonias europeas. Por ese motivo, el mercado deportivo debe estar constantemente bajo una mirada interdisciplinaria que permita ver en su totalidad las problemáticas generadas a partir de las ambiciones de quienes ven en el rodar de la pelota un botín colmado de dinero.

Artículo

El fútbol europeo se gasta 3.000 millones de euros al año en fichajes

Portal web: público.es

**Público.es**

Iniciar sesión  
Regístrate

Portada Opinión Internacional Política Actualidad España Dinero Ciencias Culturas **Deportes** Motor  
Fútbol Liga BBVA Baloncesto Tenis

# El fútbol europeo se gasta 3.000 millones de euros al año en fichajes

Bruselas reclama el fin de los "traspasos exorbitantes" en el deporte rey en Europa

EFE | Bruselas | 07/02/2013 17:49 | Actualizado: 07/02/2013 18:49 |

Me gusta 21

25 Comentarios



Media: 3.67

Votos: 6



La Comisión Europea (CE) [cuestionó este jueves](#) en un informe los traspasos exorbitantes de los jugadores y reclamó una mayor equidad en la distribución de los beneficios que genera el fútbol para acabar con la "hegemonía" de los grandes clubes.

Los clubes de fútbol europeos gastan alrededor de 3.000 millones de euros en traspasos al año, según [informe publicado por la Comisión Europea](#).

Los gastos en traspasos se multiplicaron por 7,4 entre 1994 y 2011, pasando de los poco más de 402 millones de euros a los más de 3.000 de 2011.

Por ello, la CE reclamó una mayor distribución del dinero en el deporte que compense los costes de formación y de educación de los jóvenes jugadores, y que **frene las diferencias entre los clubes pequeños y los grandes**. En el informe, el Ejecutivo comunitario recalcó que la mayor parte de los gastos se concentró en un número de clubes, mientras que en los más pequeños los traspasos sólo representaron el 2%.



Cristiano Ronaldo, durante el partido de Copa contra el Barcelona. REUTERS/Sergio Perez

## DOCUMENTOS RELACIONADOS

Informe de la UE sobre los traspasos en el fútbol europeo

La comisaria europea de Educación, Juventud y Cultura, Androulla Vassiliou, aseguró en un comunicado que **las normas actuales no garantizan el "justo equilibrio" en el fútbol**, motivo por el que reclamó un sistema de traspasos que contribuya al desarrollo de todos los clubes y de los jugadores jóvenes.

### Mejor redistribución de fondos

Por otro lado, desde la CE se ha respaldado el actual sistema de traspasos en línea de la FIFA (TMS, por sus siglas en inglés), que, a su juicio, ha aumentado la transparencia en las operaciones internacionales, aunque se ha insistido en que se debe trabajar más a escala nacional.

---

**Entre sus recomendaciones, el Ejecutivo comunitario aboga por aplicar una "tasa de equidad deportiva"**

Entre sus recomendaciones, el Ejecutivo comunitario aboga por aplicar una "tasa de equidad deportiva" para fomentar una mejor redistribución de fondos, cuyo umbral, importe y ámbito de aplicación correspondería a los órganos rectores del fútbol internacional, tras consultar a los clubes.

Asimismo, **aconseja la imposición de límites en el número de jugadores por club**, y una mejor regulación en las cesiones para poner fin a prácticas contractuales que

provocan un incremento de la cuantía de los traspasos.

Bruselas ha hecho además un llamamiento a los organismos deportivos para que mejoren la cooperación con las autoridades para luchar contra el blanqueo de capitales y la corrupción.

En concreto, el texto también **entra a valorar la propiedad por parte de terceros de los derechos de los jugadores**, y cree necesario la adopción de normas que protejan la integridad y la libertad de los mismos.

### **Análisis de expertos**

Esta iniciativa se incluye dentro del marco del programa Erasmus para todosA, en concreto, dentro del capítulo sobre deporte, que cuenta con un presupuesto de 34 millones de euros al año para el periodo entre 2014 y 2020.

Según informó la Comisión Europea, los resultados del estudio serán analizados por un grupo de expertos de la UE sobre Gobernanza en el Deporte en su próxima reunión de abril.

El grupo de alto nivel, que está debatiendo también medidas para abordar el amaño de partidos, estará compuesto por expertos nacionales y observadores de la FIFA, la UEFA, la Asociación Europea de Ligas de Fútbol Profesional, la Asociación de Clubes Europeos y la Federación Internacional de Futbolistas Profesionales.