



# La globalización del fútbol como expresión del capitalismo: el caso de la Superliga

## *The globalization of football as an expression of capitalism: the case of the Super League*

Álvaro Rodríguez-Díaz  
Universidad de Sevilla  
[jalvaro@us.es](mailto:jalvaro@us.es)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-3016-6557>



### Palabras clave

- Clubs de Fútbol
- Globalización
- Capitalismo
- Lucha de clases

### Key words

- Football clubs
- Globalization
- Capitalism
- Class struggle

### Resumen

La globalización capitalista afectó a la estructura del fútbol como representación del resto de la sociedad, expresando similares desigualdades económicas y estatutarias. A nivel micro, el fútbol como espectáculo es un argumento muy importante para la interacción social cotidiana, cohesionando a los sujetos alrededor de un consumo que es transnacional. A nivel macro, está integrado en un proceso económico de acumulación que abrió brechas entre los clubes, polarizando las diferencias en un símil de una lucha de clases. El sucesivo control de la violencia estuvo relacionado con el aumento de la comercialización del espectáculo para lo que fue necesario un nuevo diseño de los estadios y a una mayor cobertura televisiva para una audiencia global e interclasista. Los grandes clubes europeos y las organizaciones que los integran pugnan por la centralización de poder en una agresiva competencia por un mercado en aumento. El proyecto de la llamada *Superliga* europea sirve para ilustrar las pugnas por el control económico de los clubes bajo el rol monopolístico que desempeñan los organismos internacionales del fútbol.

### Abstract

*Capitalist globalization affected the structure of football as a representation of the rest of society, expressing similar economic and statutory inequalities. At a micro level, football as a spectacle is a very important argument for daily social interaction, joining the subjects around its transnational consumption. At the macro level, it is integrated into an economic process of accumulation that opened gaps between the clubs, polarizing the differences in a simile of a class struggle. The successive control of violence was related to the increase in the commercialization of the show, and a new design of the stadiums was necessary, focused on a greater television coverage for a global and interclass audience. The big European clubs and*

*the organizations that comprise them are fighting for the centralization of power in an aggressive competition for a growing market. The project of the so-called European Superleague serves to illustrate the struggles for economic control of the clubs under the monopolistic role played by international football organizations.*

### El *fair play* y el poder político del fútbol

El intelectual Jorge Semprún (1977) contaba que cuando viajó clandestinamente a Madrid en los años cincuenta, enviado como dirigente del Partido Comunista, observó que la mayoría de la gente en los bares y en las calles hablaban de fútbol, por lo que muy pronto entendió que debería al menos saber quién era Di Stéfano o Puskas, por ejemplo, pues su total ignorancia sobre esa materia le impedía integrarse adecuadamente. Así es: hablar de fútbol supone un diálogo inofensivo que sirve para destemplar ciertos encuentros con personas conocidas o desconocidas, pues es un lenguaje que permite la entente, cierta *pacificación social*, pues no incluye posibles agravios como si se hablase de política o religión. El fútbol sirvió para socializar, lo que fue impulsado primero por los periódicos y la radio y después por la televisión y por internet. Hoy sigue siendo casi imprescindible saber algo de fútbol para estar mejor integrado en la cultura varonil. Por ello, el fútbol se convirtió en un objeto de deseo para su comercialización por lo que no fue posible la extensión del fútbol sin el capitalismo.

Parafraseando a Ferdinand de Saussure, el fútbol sería un signo lingüístico, y por tanto sociocultural. Su *significante* expresa una disciplina laboral basada en el *fair play*, en la honestidad y la igualdad como principio, en el esfuerzo, el reconocimiento de las derrotas y la felicitación al vencedor, etc. De otro lado, el *significado* del fútbol se define por las señales materiales que ofrece, que son señales equiparables a las del resto de la sociedad capitalista donde prima la producción y el beneficio. Así, la clasificación de los clubes competidores ofrece la misma racionalidad que el ranking de las empresas que cotizan en Bolsa, que la jerarquía salarial, que los resultados de unas oposiciones o la lista *Forbes*. El fútbol es consustancial al capitalismo, forma parte de unos mismos criterios basados en la competición y la catalogación cuantitativa, en ganar gracias a la unión y la superación, gracias también al talento y más aún al sacrificio.

Bajo ese prisma, luterano en su origen, el fútbol se extendió como el viento gracias a la sencillez de sus

reglas, que apenas han variado respecto a las aprobadas en el Código de Cambridge en 1848, y también gracias al sencillo material necesario para su juego. Al principio, tras su fundación oficial en 1863, estuvo restringido solo a las clases altas que lo practicaban en las exclusivas *Schools* de las élites británicas. Después se extendió a las clases populares, proliferando clubes de obreros que representaban a sus fábricas. Las primeras contiendas de clubes de *gentlemen* contra los clubes de la *working class* constituyeron una especie de metáfora de la lucha de clases (Fellowes, 2020). Ya entrado el siglo XX, la clase obrera acabó incorporándose plenamente a su práctica. Y la burguesía se desplazó a otras modalidades deportivas más exclusivas, para no asimilarse a sus trabajadores/subordinados. Y el imperio británico sembró la práctica en sus colonias, fundando clubes en factorías, minas o astilleros para el entretenimiento de sus obreros.

El fútbol se insertó en un modelo económico basado en la productividad. Según escribía Marx en *El Capital*, el proceso capitalista se define por la acumulación y concentración de capital. Lo publicaba en Londres, en 1867, en la metrópoli imperial donde se estaba exportando al mundo un modo diferente de relacionar a las personas convertidas en trabajadores y a los objetos convertidos en productos, donde se empezó a difundir el fútbol como un juego entretenido. El fútbol fue una pieza más en el puzzle cultural y económico del capitalismo. Decía el escritor Eduardo Galeano (1998, 27) que lo que antes se llamaba imperialismo ahora se llama globalización. En el mundo actual el fútbol es global, no está controlado por una nación como en el imperio británico sino por grandes empresas transnacionales, entre las que se incluyen los *clubes mundiales*, dirimiendo el reparto de las inversiones y beneficios más allá del poder de los Estados neoliberales. Pero el proceso de globalización capitalista del fútbol ha precipitado la polarización entre los clubes: los más ricos se hacen más ricos y los más pobres se hacen más pobres (Rodríguez-Díaz, 2008). Se trata de una competencia *darwinista* que aboca a una polarización que está presente en todos los sectores de la economía. Bajo las "leyes naturales" del

capitalismo es lógico que la competición productiva devenga, por la inercia de acaparar mercado, en la concentración de empresas, y en el caso del fútbol en la aparición de "oligopolio de clubes", pues la competición de cada país suele ser ganada por dos o tres clubes favoritos.

El fútbol espectáculo es el producto más publicitado en los medios de comunicación. Se trata de una información que cubre una parte importante de los noticieros, y es una información alegre, donde los locutores sonríen, una información complementaria a las noticias sobre política, economía, guerras o desastres. Por ello, se suele hablar del fútbol como "opio del pueblo". Pero tal idea marxiana resulta errónea en su traslación pues supone que los aficionados, tildados como masa social, son sujetos fáciles de engañar, de "drogar" o convertir a modo religioso. Pero los aficionados no son marionetas de los clubes o de los medios de comunicación, sino que mantienen unos principios regulados por una fe tan decisiva que les hace vulnerables a cierta manipulación por parte de los dirigentes.

El fútbol fue asumido con entusiasmo gozoso por los trabajadores sin necesidad de ser inducidos por el Estado o la patronal. Otra cuestión es la imagen del presidente del club como líder carismático, en el que los seguidores normalmente depositan su confianza y celebran sus decisiones en defensa de la entidad. En todo caso, el discurso manifiesto de los presidentes se basa en agitar las emociones psicosociales de los seguidores, aunque subrepticamente el contenido latente de tal discurso pretende agitar tales emociones como un medio para mejorar la economía de la entidad. Las consecuencias del consumo de opio son el adormecimiento, el repliegue mental y la indiferencia al exterior. Pero el fútbol agita a las poblaciones, les moviliza, hace subir la adrenalina, espabila la atención de los espectadores y aviva la interacción social.

Hablar de fútbol es una *necesidad* en tanto que sirve para que los sujetos construyan *fantasías* en el sentido freudiano, como envolverse con la ardorosa masa de las gradas, donde el aficionado ha pagado demasiado dinero para eludir su represión cotidiana y diluirse en el anonimato agresivo del estadio. El fútbol sirve para expresar emociones *infantiles*, y como tales basadas en conductas perversas, eso sí, mayormente delimitadas en el tiempo de un partido y en el espacio de un estadio. Al igual que se permite cierta violencia en el terreno de juego, una "violencia" mínimamente necesaria, como una excepción social, también se tolera cierta violencia en las gradas, que es agresivamente verbal. Esas conductas facilitan que el fútbol sea atractivo y por ello impulsado por los

medios de comunicación. El *infantilismo emocional* que genera el fútbol en los adultos favorece canalizar puntualmente la conducta de los aficionados, que es una conducta gregaria y hostil por naturaleza. La conducta que se expresa en base a las emociones más innatas, como la alegría exacerbada que se procura en ciertas manifestaciones colectivas, normalmente religiosas o musicales, son reflejo de la invasión de los signos más tempranos del desarrollo humano, de cierta conducta infantil, donde desde el inconsciente resurge la modificación continua de las emociones (polimorfia) así como la inducción a la violencia sea física o verbal (perversidad).

Tras la Segunda Guerra Mundial la lucha de clases se vino expresando de modo cada vez menos violento, siendo controlada institucionalmente, pero se sigue tolerando cierta violencia material mediante el sucedáneo de la lucha de clubes.

La dialéctica del fútbol no es solo mercantil sino también emocional, de ahí su éxito en el inconsciente social o su fuerte presencia en el arquetipo colectivo, siguiendo a Carl Gustav Jung. El ser humano, en tanto que *sapiens*, hizo que el juego inherente a su origen mamífero se reconvirtiese en un elemento de la cultura, con reglas que definían la victoria y la derrota. Podríamos decir que en todas las civilizaciones hubo su correspondiente "opio del pueblo", desde el circo romano o los torneos medievales, pues participar o ser espectador en un juego resulta una necesidad social. Así pues, no es adecuado decir el fútbol como recreo masivo esté instrumentalizado por los poderes políticos para que las personas se alejen de sus problemas. El fútbol no es una imposición sino un recurso para cubrir un ocio que la misma población eligió democráticamente, aunque determinados sectores de aficionados sean muy proclives y fieles, a aceptar las decisiones arbitrarias de sus dirigentes.

### **Los estadios antiviolencia, el fútbol televisado de los trotskistas y la lucha de clases**

La organización del fútbol se fue convirtiendo en un modo de extracción de recursos basados en un consumo de espectáculo universal. Tal espectáculo fue medievalmente violento en sus inicios para irse atenuando mediante reglas de seguridad física. Su historia se expresó en la pacificación de sus jugadores, cuya conducta violenta fue cada vez más sancionada. A ello contribuyó una mejora del diseño arquitectónico de los estadios, que en un principio eran simples vallados hasta convertirse en coliseos comerciales organizados para facilitar la seguridad de los seguidores, para impedir que se produzca cual-

quier incidente violento y para mejor las retransmisiones televisivas.

El fútbol es una metáfora de la lucha entre dos grupos de hombres elegidos por su comunidad para *invadir* un territorio ajeno y *defender* el propio, en base a unas reglas de cortesía social, en base a un *contrato social*, en el sentido del filósofo John Locke, un acuerdo para la convivencia basado en la tolerancia y el reconocimiento leal del vencedor. Uno de los elementos atractivos del fútbol es que se permite cierta violencia, que es un elemento necesario para cualquier *invasión*, lo que lo hace más llamativo, pero se trata de una violencia consensuada entre los jugadores, una violencia que sería delictiva y punitiva fuera del terreno de juego. Tal violencia atrajo a los espectadores, asistiendo en masa a los estadios, cuya evolución arquitectónica, continuamente renovada, expresó la racionalización del progreso para evitar precisamente la violencia. Según John Bale: "Los espacios confinados del fútbol son las manifestaciones de la modernización y la racionalización, tendencias que han tenido lugar desde el siglo diecisiete, tendencias dirigidas a perfeccionar y hacer más eficiente el confort, el control y la disciplina de las masas" (Bale 1993, 9). Hasta finales del siglo XX la mayoría de las localidades en las gradas de los estadios eran de pie. Eran baratas y permitían que acudiese mucha gente. En 1985 en el estadio de Heysel en Bruselas murieron 71 aficionados aprisionados contra las vallas de seguridad, tras los disturbios provocados entre los seguidores del Liverpool FC y la Juventus de Turín. Y en 1989, una avalancha humana en una grada del estadio Hillsborough del Sheffield Wednesday causó la muerte de 96 seguidores. Tras esos sucesos en 1990 la UEFA obligó a que todas las localidades fueran de asiento para impedir aglomeraciones. Obviamente, los clubes subieron el precio de las entradas, impidiendo que los aficionados más desfavorecidos pudieran seguir asistiendo regularmente a los estadios (Rodríguez-Díaz 2012). La modernización de los estadios fue paralela a la intensificación del espectáculo: más partidos en más competiciones, más retransmisiones televisivas, más espectadores, más apostantes, más publicidad, más dinero. La sucesiva división de las gradas, con tarifas y servicios más diferenciados, servían también para separar a los diferentes sectores sociales, desde el palco para las clases altas hasta los fondos de gol para los menos favorecidos. En cierto sentido la prevención de la violencia en las gradas estaba relacionada con la necesaria separación de las diversas fracciones de clase social entre las distintivas localidades donde se apostan los aficionados.

Paralelamente, las gradas también eran intensamente filmadas con la vigilancia policial. Sabemos

que existe una relación entre la violencia en las gradas con la violencia de los jugadores en el campo. Sabemos que la agitación de los seguidores induce o presiona al equipo local para actuar con más agresividad. La hipótesis de que con ausencia de espectadores habría menos violencia en el terreno de juego solo se pudo verificar como consecuencia de la prohibición de asistencia a los estadios de fútbol debido al confinamiento domiciliario decretado por el Covid 19 en 2020. En la Liga Santander, antes del confinamiento (jornadas 26 y 27) hubo un total de 121 tarjetas amarillas, pero bajaron a 90 durante el confinamiento ya sin público (Jornadas 28 y 29).

La teoría de la pacificación de Norbert Elias es muy recurrente para interpretar la evolución del fútbol, basándose en un control progresivo de la violencia, como modo de pacificación social. Es un enfoque que no es conservador, aunque es diferente a la teoría marxista ortodoxa, que indicaría que el fútbol es un elemento clave de la infraestructura cultural impuesta por la burguesía dominante para dominar a las clases trabajadoras, lo que Gramsci (1987) llamaba *hegemonía cultural*. Pero el Estado se define por poseer el monopolio de la violencia. Y podríamos interpretar la "violencia" bajo un concepto más extenso, no solo como una acción físicamente agresiva. Por ejemplo, que algunos ciudadanos tengan una urgencia médica, digamos que un infarto de corazón, pero no disponen de un hospital cercano para atenderlos podría interpretarse como una "situación violenta". Desde luego, que el Estado no invierta lo suficiente en equipamientos como hospitales es un motivo que puede promover cierta indignación ciudadana al no tener seguridad y protección. A este respecto, ante la pregunta de un periodista al presidente del Atlético de Madrid, Enrique Cerezo, sobre el motivo por el que su club no pagaba la deuda que tenía con la Hacienda Pública, que superaba los 500 millones de euros, contestó lo siguiente:

"Entiendo que Hacienda quiera cobrar y tal y cual, pero que tenga en cuenta también que el fútbol genera un factor social magnífico, que desde septiembre a mayo tenemos entretenida a gran parte del país" (Alsedo 2014).

No hay reparos en declarar que el Estado "tenga en cuenta" que "tenemos entretenida a la gente", que tal vez si no fuera por los dirigentes del fútbol la gente se aburriría, incluso podría decirse que están evitando conflictos en las calles gracias a ese "factor social magnífico" y que, en definitiva, los clubes cumplen una función pública que los gobiernos deben estimar antes de exigirles el pago de una deuda. En esa cita

se expresa que los dirigentes del fútbol son también *dirigentes políticos*, en tanto que representan a una masa importante de la población sin necesidad de coincidir en la ideología, por lo que poseen poder de movilización y, en definitiva, pueden negociar con el Estado con más ventaja. De ahí que los partidos políticos, sin distinción ideológica, suelen beneficiar a los clubes más representativos.

La modernización de los estadios coincidió con una mayor incorporación de tecnologías orientadas a la retrasmisión televisiva. Desde los años ochenta del siglo XX se empezaron a retransmitir más partidos por televisión. En España empezaron con la FORTA, un acuerdo por el que los canales de televisión autonómicos convinieron la retrasmisión conjunta de los partidos de la liga española. Aquella iniciativa le emprendieron unos jóvenes trotskistas, militantes de la Liga Comunista Revolucionaria, que trabajaban como funcionarios en la televisión pública catalana. Estaba dirigida por Jaume Roures, que es actualmente el mayor propietario de Mediapro, una de las más importantes productoras audiovisuales de Europa. Roures, que sigue acumulando importantes derechos para la televisión privada, es conocido popularmente como "el rey del fútbol". Se sigue definiendo como trotskista y afirma que "El Manifiesto Comunista no dice que la gente tenga que ser pobre. Al contrario" (Moreno, 2020). Aquellos comunistas convencidos iniciaron la revolución del fútbol, lo que constituye hasta hoy una "revolución permanente". El pay per view supuso un avance en la comercialización del espectáculo. Canales privados como Canal+ multiplicaron las cámaras de televisión en los estadios, reproduciendo primeros planos de los jugadores, repitiendo las jugadas desde dispares ángulos y a diferentes ritmos. Ver el fútbol en la televisión de pago se convirtió en un reclamo publicitario de las operadoras de comunicación. Sin embargo, cuando se inició el pago para ver fútbol se estableció una división entre los seguidores, entre una minoría de clientes y una mayoría sin acceso.

El fútbol representa fielmente el espíritu de la democracia liberal ligada al capitalismo. De un lado, su espectáculo se ha privatizado y encarecido. De otro lado, es una de las escasas vías, tal vez la única, que tiene un varón para ascender desde una clase social baja a una clase social alta gracias a su talento y esfuerzo. No es probable que se produzca un ascenso social tan rápido y accesible en el resto de los sectores económicos. Dicha aspiración masculina se ha internacionalizado con el caso de los jóvenes inmigrantes africanos que llegan ilegalmente a Europa, muchos de ellos con la esperanza de ser contratados por un club de fútbol exitoso. Sus referentes son

los jugadores africanos que triunfan en las grandes ligas europeas. Pero esa aspiración es casi inalcanzable. En 2020, en España entraron de forma irregular 41.861 inmigrantes africanos, pero probablemente ninguno de los que quieren ser futbolistas, y son muchos, acabará jugando en un equipo importante. En cierto sentido, el fútbol sirvió para reducir la conciencia de la lucha de clases entre los más desfavorecidos, dando lugar a la lucha contra uno mismo para ascender de clase.

En el fútbol se acentúa una mayor distancia entre el fútbol aficionado, sustentado en lo social, y el fútbol profesional, sustentado en lo económico. En 2019 había 1.095.614 futbolistas federados en España, de los que unos 2300 son profesionales (Ministerio de Cultura y Deportes 2020)). Es un sector laboral elegido cuyos trabajadores fueron alcanzando mayores ingresos gracias al fuerte desarrollo de la economía del espectáculo. A nivel popular se estableció la idea de que todos los futbolistas son millonarios y sus ingresos son envidiosos. Pero podemos encontrar diferencias salariales entre jugadores de un mismo equipo de hasta diez veces más. Se calcula que un futbolista de la liga española de primera división puede retirarse con unos ahorros de unos tres millones de euros (Larrazza 2020). Desde luego es un ahorro imposible de conseguir para cualquier trabajador joven después de una docena de años en un empleo normal. Pero Leo Messi, por ejemplo, ingresa esos mismos tres millones de euros en apenas quince días. Entre los futbolistas profesionales se contempla una fuerte brecha, una escala social muy vertical, entre las grandes estrellas y el resto. Esta polarización de salarios es paralela a la polarización de los clubes. Por ello, la victoria de un equipo modesto contra uno elitista es socialmente celebrada por la mayoría, trasladando la idea de la victoria bíblica de David contra Goliath.

Contrariamente a lo que se suele entender, la retirada de los futbolistas de alto nivel suele tener consecuencias sociales más negativas en comparación con la retirada de los jugadores de nivel modesto. Janet Lever (1979), en un estudio sobre los futbolistas en Brasil, concluyó que los grandes clubes abandonaban a su suerte a sus jugadores una vez que estos se retiraban, como si fueren productos caducados. Contrariamente, que en los clubes modestos los jugadores que colgaban las botas solían seguir contratados para desempeñar otros empleos en el mismo club, lo que les permitía seguir integrados y protegidos económicamente. En ese sentido, Rodríguez Díaz y Herretero (1995) constataron que el objetivo principal de los clubes modestos en España no era tener un mejor balance económico, ni ascender de categoría, ni ser cantera de los clubes grandes sino mantener su ac-

tividad social, primando los aspectos sociales antes que los competitivos o económicos.

Así es: la red de clubes populares del fútbol es una red social, enraizada en las culturas suburbanas y en las prácticas de las clases más desfavorecidas. Los miembros de un club popular tienen metas que son más recreativas que competitivas, más cualitativas que cuantitativas, más simbólicas que materiales. Los clubes populares de fútbol son casi la única red social –junto con las asociaciones de vecinos– que organiza e impulsa el ocio activo en los barrios españoles. Ninguna institución, ni pública ni privada, convoca a tantas personas ni produce tantos acontecimientos para el esparcimiento reglado. Son eficaces agencias de socialización que prolongan a la familia o a la escuela. No ocurre lo mismo con el fútbol profesional, cuya categoría habremos de incluirla en la industria del espectáculo.

### **Neocolonialismo futbolístico bajo un mercado global: empresarios chinos, oligarcas rusos y jeques árabes**

El neocolonialismo liberal fue una respuesta a la crisis de acumulación sufrida por el capitalismo desde los años setenta del pasado siglo, caracterizada por un descenso de las inversiones y un incremento de las luchas sociales. Se aprovechó de la debilidad de los estados frente a los bancos, los cuales pudieron imponer las privatizaciones y reducir las garantías laborales (Harvey 2007). En ese contexto, grandes inversores globales apostaron por relanzar la industria del espectáculo futbolístico con fuertes inyecciones financieras. Algunos clubes británicos e italianos empezaron a cotizar en la Bolsa de Valores. El último aniversario de la fundación de la Federación Española de Fútbol se celebró en la Bolsa de Madrid, ilustrando la vocación financiera del fútbol español.

Tradicionalmente, los presidentes de los grandes clubes eran empresarios, generalmente relacionados con el negocio inmobiliario. De hecho, el patrimonio más importante de las entidades es el suelo donde se asientan sus estadios. Pero a estos dirigentes le sucedieron desde principios del siglo XX otros propietarios extranjeros con posiciones financieras en el mercado global. Es el caso de los inversores chinos, los oligarcas rusos o los jeques del petróleo de los Emiratos Árabes que adquirieron importantes clubes europeos a un precio en ocasiones sobredimensionado, invirtiendo en jugadores con mayor nivel para alcanzar más rendimiento económico. Los millonarios fichajes hay que entenderlos como expectativas especulativas. Futbolistas como Mbappé, Haaland o Neymar

son, en definitiva, productos financieros, mercancías con valor añadido a medio plazo, asentados en una inversión que se considera bancariamente fiable. Por ejemplo, dos meses después del fichaje de Cristiano Ronaldo las acciones bursátiles de la Juventus de Turín subieron hasta un 130%, alcanzando su máximo en 15 años. La compra-venta de inmuebles es otro producto que puede aportar amplio margen de beneficio a los propietarios de club. Así, con la entrada de capitales exteriores se acometieron remodelaciones, traslados o nueva construcción de estadios en las ciudades europeas más importantes, lo que constituía una de las premisas de la inversión previa, desde el *Wang Metropolitano* del Atlético de Madrid (310 millones de euros), construido con capital chino, hasta el *Emirates Stadium* (581 millones de euros) del Arsenal FC, construido con capital de Dubái.

Se globalizó el éxito del fútbol europeo, atrayendo a inversores no europeos. Tal capitalización contribuyó a que el espectáculo fuese más competitivo y difundido, a cambio de modificar hasta los horarios de los partidos para encajarse con otras audiencias continentales o a cambio de renovar el menú de la competición con nuevos torneos o ligas prospectivas sustentadas en el marketing, ofreciendo productos renovados, más atractivos para los consumidores.

Puede hablarse de un neocolonialismo en el fútbol europeo propiciado por la invasión de empresas de países con economías emergentes, notablemente China o los países petroleros del golfo Pérsico. Este neocolonialismo empresarial se basa en la producción de entretenimiento futbolístico con unos beneficios sin fronteras. En España, las retransmisiones televisadas de fútbol por todo el mundo suponen unos ingresos de unos 10.000 millones de euros al año. Cada partido televisado de las cinco grandes ligas (Inglaterra, España, Alemania, Italia y Francia) es un importante producto de exportación, aunque la mayor parte los ingresos generados quedan en manos de marcas comerciales foráneas.

El colonialismo capitalista se basa en la explotación de los sujetos, que se identifican como *recursos*. Tal como indica Brohm (1993), los futbolistas se convirtieron en mercancías, con un valor añadido a medida que se les hace circular, y como mercancías están disponibles para su exhibición a través de las retransmisiones televisadas. La pandemia del Covid de 2020-2021 demostró la vulnerabilidad de los futbolistas profesionales, expuestos a contagios del virus, también sometidos a continuos test en tanto que objetos valiosos, a cambio de mantener su visibilidad publicitaria. Peter Donnelly (2015) señaló la necesidad que fuesen los mismos deportistas los que democráticamente decidieran la organización de sus compe-

pciones, por lo que dejarían de ser mercancías para ser trabajadores con independencia de los intereses ajenos.

### La Superliga: 48 horas que “estremecieron” a Europa

El 18 abril de 2021 se presentó públicamente la llamada *Superliga* europea de fútbol. Sus fundadores y promotores procedían de tres países: Inglaterra, España e Italia. Participaban 12 clubes: Manchester United, Arsenal FC, Chelsea FC, Tottenham Hotspur, Manchester City, Liverpool FC, Real Madrid CF, Barcelona FC, Atlético de Madrid, FC Internazionale Milano, AC Milán y Juventus FC. No obstante, la mayor parte de la propiedad de esos clubes tienen origen en fondos de inversión no europeos: Emiratos Árabes, China, Rusia y Estados Unidos. El torneo empezaría en agosto de 2021. Habría partidos todas las semanas en una competición paralela a la *Champion League* con 15 equipos fijos más otros cinco que “se clasificarán anualmente sobre la base del rendimiento de la temporada anterior”. El anuncio supuso un bombazo informativo. Los mejores clubes de Europa, especialmente por su presupuesto económico, irían a enfrentarse entre sí temporada tras temporada, a modo de una liga por puntos. Se trataba de elevar el listón competitivo de modo regular, de elevar el interés por el fútbol en Europa, de mejorar los estadios, de engrandecer el espectáculo, pero el objetivo más importante era obviamente obtener mayores ingresos económicos. Las acciones en Bolsa del Manchester United y la Juventus FC se incrementaron notablemente tras la nota de prensa. En las primeras horas la iniciativa llegó a contar con el beneplácito y hasta entusiasmo en las redes sociales. Diversos medios de comunicación presentaron resultados de encuestas online que apoyaban mayoritariamente el proyecto. Florentino Pérez, presidente del Real Madrid fue el encargado de ofrecer la histórica noticia a los medios. Su argumento principal fue que la pandemia mundial había acelerado el modelo económico del fútbol europeo. Sin duda la pandemia del Covid había debilitado la economía de los clubes, aunque en realidad su proyecto venía fraguándose desde hacía tres años. Pero ciertamente el Real Madrid necesitaba financiación, pues estaba acometiendo las obras de remodelación del estadio Santiago Bernabéu con un coste de 796,5 millones de euros. En realidad, la pandemia afectó muchísimo más a los clubes de fútbol modestos, cuyas ligas fueron suspendidas en casi toda Europa. Los partidos de las grandes ligas nacionales o los campeonatos europeos se recuperaron en el calendario, debido a las

presiones de los patrocinadores. Los futbolistas profesionales se vieron obligados a jugar un partido casi cada tres días, sin confinamiento estricto, produciéndose numerosos contagios por el Covid. En realidad, una de las razones para crear la *Superliga* fue que en la liga española se venían perdiendo ingresos por taquilla, presumiblemente por falta de competitividad al existir dos clubes muy dominantes y por el menor interés de los jóvenes. El porcentaje de personas que asistieron a un partido fútbol en España descendió a más de la mitad, pasando del 9,8% en 1996 al 4,4% en 2020 (Statista 2021).

La *Superliga* pretendía dar un salto cualitativo en la competición continental. Se supone que los aficionados tendrían más interés en ver más partidos entre los mejores clubes, todo sería más competitivo, habría más espectáculo, los medios de comunicación y las marcas comerciales tendrían más difusión, todo el mundo ganaría, todo el mundo estaría “entretenido”, etc. Pero en contra del proyecto se indicó que los aficionados no tendrían tanto interés en seguir sus ligas nacionales, aunque en realidad casi siempre suelen ganar los mismos clubs, o incluso tampoco tendrían, se decía, mucho interés en seguir las eliminatorias de la *Champion League* donde también hay mucha desigualdad entre clubes. Así que la denominada “guerra del fútbol” empezó al poco de anunciarse el proyecto. Y se expresó hasta en la alta política. Al día siguiente, el primer ministro británico, Boris Johnson, rechazó la propuesta: “Los planes de una *Superliga* europea serían muy dañinos para el fútbol. Golpearían el corazón del deporte doméstico y preocuparían a los aficionados de todo el país. Los clubes implicados deben responder ante sus aficionados” (Johnson, 2021). A esa proclama presidencial se sumaron los *hooligans* ingleses que salieron a las calles, expresándose con manifestaciones hostiles alrededor de los estadios, esgrimiendo slogans como “Fuck Pérez” e incendiando vehículos. Los mismos directivos de los clubes ingleses que habían firmado el acuerdo se retiraron cortésmente de su propia iniciativa. El neoliberal Boris Jonsson se negó a que se liberalizara el mercado del fútbol continental, a modo de Brexit futbolístico. Al indicar que “golpearían el corazón del deporte doméstico”, entendió que podrían competir con la *Premier* inglesa, que es la liga nacional más rentable y retransmitida del mundo. El primer ministro de Francia Emmanuel Macron también se mostró contrario a la nueva competición por amenazar el principio de solidaridad y mérito deportivo”.

Por su parte, la Unión Europea (UE) a través del vicepresidente Margaritis Schinas señaló que “Debemos defender un modelo de deporte basado en valores europeos como la diversidad y la inclusión.

No cabe reservarlo a algunos clubes ricos y poderosos". También se manifestó en contra el Parlamento europeo: "La competición cerrada propuesta de clubes superricos formaría una casta privilegiada fuera de las estructuras del fútbol europeo de clubes, sin otro propósito que el de producir beneficios". Esta declaración del parlamento resultaba contradictoria con las leyes, pues los promotores de la *Superliga* poseían un dictamen del Tribunal de Justicia de la UE que les otorgaba derecho a ejercer la libre competencia. Incluso el mismo Parlamento Europeo venía aprobando sanciones contra diversos monopolios para facilitar el mercado abierto. Resulta paradójico que las leyes de la UE fomenten la libertad de mercado, pero sus representantes critiquen la iniciativa empresarial de unos clubes acusándolos de querer "producir beneficios".

Con máximo motivo, la UEFA, como organismo que regula los derechos asociados al fútbol continental, también se mostró tajantemente en contra de la *Superliga*:

"Si esto sucediera, deseamos reiterar que nosotros, la UEFA, la FA inglesa, RFEF, FIGC, la Premier League, La Liga, Lega Serie A, pero también la FIFA y todas nuestras federaciones miembro, seguiremos unidos en nuestros esfuerzos para detener este proyecto cínico, un proyecto que se fundamenta en el interés propio de unos pocos clubes en un momento en el que la sociedad necesita más que nunca la solidaridad".

En su caso también tenían argumentos económicos pues el proyecto paralelo les quitaría ganancias, aunque no lo declararon explícitamente, ciñéndose al concepto "solidaridad". En realidad, La UEFA es un monopolio que controla el mercado del espectáculo futbolístico europeo por lo que la aparición de un torneo paralelo lo definen como "un proyecto cínico", en tanto que iría en contra de los convencionalismos sociales y morales. Como monopolio, la UEFA impide emprender un mercado de competición ajeno. El artículo 51 de sus estatutos señala que están prohibidas "las alianzas entre las federaciones nacionales dependientes de UEFA, ligas o clubes afiliados, directa o indirectamente, con asociaciones diferentes a la UEFA formadas sin el permiso de la propia UEFA".

Por tanto, aconteció que algunos de los clubes más selectos que participaban en el monopolio de la UEFA decidieron organizar su propia competición, intentando formar un oligopolio, aunque pretendiendo mantener su participación en sus ligas tradicionales y en los torneos europeos existentes. A pesar de ello, tanto la UEFA como la FIFA les criticaron con el

calificativo "separatistas", amenazando con expulsar de las competiciones a los clubes que insistían en el proyecto (Real Madrid CF, Barcelona FC y Juventus). Se trataba de una cuestión basada más en la competencia económica que en la "solidaridad", pues la UEFA ya no sería el intermediario beneficiado por el mercado que abriría la *Superliga*.

Un argumento contrario al nuevo torneo era que eliminaba el principio del mérito, pues salvo los clubes fundadores (15) y los anualmente invitados (5) ningún otro tendría derecho a ser campeón por estar excluidos de participar. Así es, se eliminaría la transición piramidal, de abajo a arriba, por la que cualquier equipo, gracias a su esfuerzo y talento, pudiera emerger y ser competitivo incluso internacionalmente. Muchos aficionados perderían el aliciente de ver algún día a su equipo local entre los mejores de Europa en una *Superliga* porque su formato estaría cerrado solo a un puñado de clubes. Sin duda, tal aliciente responde a un valor competitivo. Pero es un argumento parcialmente objetivo, basado en la ilusión de un sueño, un sueño que es posible pero inalcanzable, pues es obvio que casi ninguno de los miles de clubes que integran las 55 federaciones nacionales asociadas a la UEFA podrían aspirar a clasificarse entre los veinte mejores de Europa.

En la opinión pública, u "opinión publicada" según Bourdieu (2000) el *significado* que sirvió para rechazar la *Superliga* se basaba en que se descartaba esa emoción por la que cualquier club pudiese llegar a lo más alto, se descartaba ese posible mérito. Ese fue el sentimiento que cundió entre los aficionados. De otro lado, el *significante* se basaba en la posible pérdida económica que podría tener la *Champion League* y las ligas nacionales ante la aparición de una seria competencia, que además estaría impulsada deslealmente por sus clubes asociados más poderosos. Esa manifestación basada en lo económico es la que dominó, aunque no fuese explícita, no dicha textualmente, en el rechazo de la UEFA, de las Federaciones nacionales o de los clubes. Todo abocará a una negociación corporativa en la que las entidades involucradas se pondrían de acuerdo en repartirse el futuro beneficio del fútbol. Obviamente, se acabará celebrando un torneo europeo similar a la *Superliga*, y de hecho la UEFA tenía un proyecto en ciernes, pero cambiando criterios o formato para dar entrada a otros clubes, respetando el criterio de movilidad competitiva o siendo flexible de otro modo. La historia del capitalismo enseña la fuerte resistencia con la que actúa cualquier monopolio, como la UEFA, ante su posible pérdida de poder económico, político y estatutario.

Pero, en última instancia serán las marcas comerciales globales, incluidos los canales de televisión,

las que también decidan, especialmente las casas de apuestas que la temporada 2020-2021 de Liga Santander patrocinaban a todos los equipos menos a la Real Sociedad de Fútbol. En la segunda división, la llamada *Liga SmartBank*, 16 de los 22 equipos exhibían publicidad de casas de apuestas en sus camisetas. Serán las marcas las que decidirán en que eventos futbolísticos les interesa invertir más. Quienes quieran organizar la competición de los mejores clubes europeos deben negociar con los posibles patrocinadores de los que dependerán. En ese sentido, las entidades financieras también serán agentes decisivos para invertir en un tipo de campeonato u otro, siendo sectores estratégicos en dichas iniciativas, como por ejemplo la banca americana *JP Morgan*, que es propietaria del Manchester United, y que fue el impulsor financiero de la *Superliga* al ofrecer un préstamo de 3.983 millones de euros para iniciar la competición. En un comunicado final señalaron su frustración ante la cancelación del torneo.

El 20 de abril de 2020, apenas 48 horas después de su presentación, la *Superliga* había finiquitado y sus promotores reconocieron su fracaso. Un periódico lo tituló como "Superridículo". Florentino Pérez, a la deriva tras ser abandonado por sus potenciales socios y por los organismos que creía controlar, justificó su derrota debido a "un problema de comunicación", desviando la culpa a la consultora francesa que habían contratado para marcar la estrategia publicitaria y de relaciones públicas. Pero la única opción de que la *Superliga* fuese aceptada era que lo aceptara la UEFA y la FIFA y las ligas nacionales, que fueron las que ciertamente desarrollaron una eficaz ofensiva en la opinión pública para acabar enterrando aquel proyecto fugaz con clubes exclusivos.

El concepto de la *Superliga* no es históricamente nuevo pues cuando se fundó la Copa de Europa en 1955 también accedieron directamente unos clubes selectamente invitados. Incluso alguno como el Chelsea FC, el campeón inglés, rechazó participar. La selección de los contrincantes fue arbitraria. Igualmente, uno de los que encabezan el torneo fue el presidente del Real Madrid, Santiago Bernabéu que reconoció que promovía el nuevo campeonato porque necesitaba liquidez para costear la construcción del reciente estadio que llevaba su nombre. El periódico *L'Équipe* fue el principal promotor, en unos años en los que la prensa deportiva se extendía popularmente. Presentaron el proyecto a la UEFA que, al contrario que en la actualidad, era una entidad reciente y económicamente débil, por lo que aceptaron la propuesta con entusiasmo. Todos los partidos fueron un éxito total de taquilla. El Real Madrid, con Di Stéfano y Puskas, inició su leyenda al ganar en los campos fríos de Europa. El

periódico *Marca*, que se declaraba fascista, multiplicó sus tiradas. Desde entonces, la Copa de Europa de Fútbol, alentada por los medios de comunicación, fue remodelando su formato hasta el actual *Champion League*, fomentando el atractivo de la competición y dando entrada a más clubes, en un proceso que sigue gestionado exclusivamente por la UEFA.

## Conclusiones

No podría entenderse el éxito del fútbol sin el éxito del capitalismo y la aparición de las clases trabajadoras. Y podemos interpretar la violencia del fútbol como una violencia desviada de la lucha de clases: formó parte de la cultura obrera en paralelo a su inevitable comercialización. Los aficionados pueden presionar políticamente pues se alimentan de emociones colectivas, necesarias para dicha comercialización. La afiliación de fe inquebrantable de los aficionados con su club facilita que los dirigentes sean más capaces de manipular sus conductas. El mercado del espectáculo del fútbol se abrió a nivel global donde los clubs más capitalizados se presentaron como empresas financiadas por los canales de televisión y las casas de apuestas. El capitalismo neoliberal mantuvo sus contradicciones como consecuencia de los conflictos entre los agentes que entran en la liza competitiva: clubes, federaciones nacionales, confederaciones internacionales y el mismo Estado, que entretejen estrategias de alianzas para mejor posicionarse en un mercado con una demanda creciente. En esta tesitura el aficionado pasó a ser consumidor y el futbolista profesional se reconvirtió en mercancía. El poder económico del fútbol dejó paulatinamente de estar en manos de empresas europeas para ser colonizado por inversores de otros continentes, en paralelo a un proceso donde Europa se especializó en la producción de espectáculos futbolísticos al servicio de una audiencia global.

## Bibliografía

Alsedo, Quico. 2014. "Entrevista al presidente del Atlético de Madrid Enrique Cerezo: 'Hay que meter el fútbol en la seguridad social'". Madrid: Diario El Mundo. 18 de agosto. <https://www.elmundo.es/deportes/2014/08/18/53f0fbffca474130568b458d.html>.

Bale, John. 1993. "The spatial development of the modern stadium". *International Review for the Sociology of Sport*. Vol. 28, Nº 2+3. 121-133. Londres.

Bourdieu, Pierre. 2000. "La opinión pública no existe". *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Istmo. 220-232.

- Brohm, Jean Marie. 1993. "Tesis sobre el cuerpo". En: Barbero, José Ignacio; Brohm, Jean. Marie; Bourdieu, Pierre; Dunning, Eric; Hargreaves, Jennifer; Todd, Terry; Young, Kevin (eds.). *Materiales de sociología del deporte*. Madrid: La Piqueta. 39-46.
- Donnelly, Peter. 2015. "What if the players controlled the game? Dealing with the consequences of the crisis of governance in sports". *European Journal for Sport and Society*, 12:1. 11-30. DOI: 10.1080/16138171.2015.11687954.
- Elias, Norbert. 1987. *El proceso de civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Fellowes, Julian (dir.) 2020. *Un juego de caballeros* (The English game). Los Gatos: California, Netflix.
- Gramsci, Antonio. 1987. *Cuadernos de la Cárcel*. México: Era.
- Harvey, David. 2007. *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Akal.
- Huizinga, Johan. 1995. *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial.
- Larrazá, José. 2020. *Los Otros: Arruinados* (Documental). Madrid: Movistar+.
- Lever, Janet. 1979. "El fútbol en Brasil". En: Gunther, Lueschen; Weiss, Kurt. *Sociología del deporte*. Valladolid: Península. 192-203.
- Ministerio de Cultura y Deporte. 2020. "DEPORTE-Data". Acceso 18 mayo 2021. <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultu-ra/mc/deportedata/>
- Moreno, Marisu. 2020. "Entrevista con el presidente de Mediapro". Madrid: Periódico *El Plural* (Lunes, 4 de mayo de 2020).
- Rodríguez-Díaz, Álvaro. 2012. "Los nuevos estadios de fútbol: procesos y conflictos". *Panorama Social*. Vol. 14. Núm. 14. 149-158. <http://www.funcas.es/Publicaciones/Detalle.aspx?IdArt=20478>.
- Rodríguez-Díaz, Álvaro. 2008. *El deporte en la construcción del espacio social*. CIS, Madrid.
- Statista 2021. "Porcentaje de individuos que asistió al fútbol en España de 1996 a 2020" Acceso 18 mayo 2021. <https://es.statista.com/estadisticas/570601/evolucion-del-porcentaje-de-individuos-que-fueron-al-futbol/>
- Semprún, Jorge (1977). *Autobiografía de Federico Sánchez*. Barcelona: Planeta.