

## El oro y la pasión. Cruces, solapamientos y conflictos entre la dimensión económica y la dimensión deportiva en el proceso formativo de futbolistas en Argentina y en Francia

Gold and passion. Intersections, overlaps and conflicts between the economic dimension and the sports dimension in the training process for footballers in Argentina and France

Diego Murzi

Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de San Martín. Correo: [diegomurzi@gmail.com](mailto:diegomurzi@gmail.com)

### Resumen

**Problema:** influencia de la dimensión económica en el proceso de formación de futbolistas en clubes profesionales. **Objetivo:** analizar las maneras en que aparece la dimensión económica en la preparación deportiva que reciben los jóvenes futbolistas de divisiones inferiores, tanto desde la visión del club como de los futbolistas. **Método:** a partir de una etnografía de seis meses realizada en las divisiones formativas de dos clubes de fútbol profesional, Estudiantes de la Plata (Argentina) y Olympique de Marseille (Francia), se llevó a cabo una observación participante, para dar cuenta de las prácticas y el ambiente en cada Centro de Formación; luego, se realizaron entrevistas en profundidad con futbolistas y formadores, para observar las representaciones que los actores realizan de su propia práctica. **Resultados:** a través de cuatro elementos: la forma de los contratos, la existencia o no de salario, las representaciones sobre el dinero, y el rol de los managers o agentes de futbolistas, se desplegó un análisis comparativo que muestra diferencias y similitudes en Argentina y en Francia, que dependen menos de las estructuras materiales que de sentidos y valores asociados al deporte, al juego y al esfuerzo. **Conclusiones:** se observó que, pese a que el fútbol formativo no constituye una práctica profesional, alrededor de él existe un mercado que reproduce en buena medida las lógicas del fútbol profesional. Esto genera, entre otras, la autonomización de las carreras de los futbolistas respecto a sus clubes ya desde temprana edad, y un proceso de individualización de la relación de los jugadores con su profesión. Sin embargo, dado que la económica es una dimensión que contradice valores tradicionales del deporte, el dinero siempre aparece colocado como subsidiario a la gloria deportiva en el discurso de futbolistas en formación y formadores.

**Palabras clave:** fútbol amateur, fútbol aficionado, fútbol profesional, formación deportiva, profesionalización deportiva, economía deportiva.

## Abstract

**Problem:** influence of the economic dimension in the process of training footballers in professional clubs. **Objective:** to analyze the ways in which the economic dimension appears in the sports training received by young footballers from lower divisions, both from the club's and footballers' perspective. **Method:** based on a six-month ethnography carried out in the training divisions of two professional football clubs, Estudiantes de la Plata (Argentina) and Olympique de Marseille (France), a participant observation was carried out, to account for the practices and environment in each Training Center; Then, in-depth interviews were carried out with soccer players and trainers, to observe the representations that the actors make of their own practice. **Results:** through four elements: the form of contracts, the existence or not of wages, representations about money, and the role of managers or agents of soccer players, a comparative analysis was carried out that shows differences and similarities in Argentina and in France, which depend less on material structures than on senses and values associated with sport, play and effort. **Conclusions:** it was observed that, although formative soccer does not constitute a professional practice, around it there is a market that largely reproduces the logic of professional soccer. This generates, among others, the autonomization of the careers of footballers with respect to their clubs from an early age, and a process of individualization of the relationship of the players with their profession. However, since the economy is a dimension that contradicts traditional sports values, money always appears as a subsidiary to sports glory in the discourse of soccer players in training and trainers.

**Key words:** amateur football, amateur football, professional football, sports training, sports professionalization, sports economics.

## Introducción

En Argentina, el número de jóvenes que se convierten en futbolistas profesionales es muy reducido en relación con la cantidad que lo intenta. Los entrenadores coinciden en que solamente alrededor del 3% de quienes componen la Séptima categoría juvenil de un club (chicos de 15 y 16 años), llegarán a firmar un contrato profesional. Y si bien la firma del contrato representa la meta más ansiada para el futbolista en formación, esa instancia tampoco es sinónimo de un futuro de fama, reputación y tranquilidad económica en todos los casos. El porcentaje es mucho menor, si pensamos en jugadores que logran alcanzar la elite del fútbol argentino y realizar una carrera extensa, para no hablar de aquellos que consiguen llegar a mercados más competitivos como el europeo o triunfar en la Selección Nacional.

Pero esos pocos, esa cifra mínima de jugadores estrella, logra construir una aspiración de vida que permea sobre una gran cantidad de niños y adultos. Con ellos como espejo, los chicos se incorporan a espacios de entrenamiento de alto rendimiento en los que practican a diario con un régimen disciplinario sumamente exigente, compiten para *demostrar* a sus entrenadores que son verdaderas *promesas* en las que vale la pena hacer una inversión, se construyen como hombres-machos que no temen sacrificar el cuerpo, se alejan de sus familias y pasan a convivir con compañeros con los que comparten su vida, pero que a la vez son rivales directos en la competencia por seguir en el club la temporada siguiente.

El ingreso de los aspirantes a futbolistas en edades tempranas a una actividad reglada, estructurada y con alto grado de especialización, donde la organización-club despliega protocolos y rutinas que apuntan a transformar sus cuerpos y sus conductas, supone para los jóvenes la inscripción a un proyecto de vida que es intenso y a la vez sumamente incierto. Esto, inevitablemente tiene consecuencias para los chicos, que son confrontados diariamente con nociones como el éxito y el fracaso en el marco de una actividad socioprofesional que es competitiva pero no rentada, y que se sostiene en buena parte sobre deseos de gloria deportiva, de dinero, de comprar una casa a sus padres, de conseguir parejas sexuales, de salir en TV, es decir, todo tipo de deseos.

Analizar la formación de atletas desde las Ciencias Sociales, abarca entonces un conjunto de elementos que atraviesan una práctica que se presenta antes que nada como deportiva, que posee como valores principales la victoria y el éxito, y que tiene como organización central a los clubes de fútbol, espacios que, en general, asumen que son responsables de la formación de los jugadores como *personas*, pero que no dudan en desprenderse de ellos si no demuestran el rendimiento esperado.

El presente artículo surge de una investigación realizada durante 2015 en el marco del *Programa Joao Havelange*, impulsado por la FIFA y por el Centre International d'Études du Sport (CIES) de la Université de Neuchatel, en la cual analizamos de manera comparativa las estructuras formativas de dos Centros de Formación de jugadores de fútbol de clubes profesionales, uno en Argentina y otro en Francia. De manera específica, indagamos en las estructuras materiales y simbólicas que sostienen la práctica deportiva en uno y otro caso, y observaron las representaciones sociales que poseen los actores centrales del proceso formativo –jugadores y miembros del staff técnico– respecto de sus prácticas en ambos países.

## Método

Investigación etnográfica realizada en los clubes Olympique de Marsella (Francia) y Estudiantes de la Plata (Argentina). La elección de los clubes se hizo teniendo en cuenta la factibilidad de un análisis comparativo entre ambos, pues se trata de instituciones centenarias, de magnitud similar, situación económica estable, trayectorias ligadas a los

éxitos deportivos, actualmente participan en la Primera División de sus respectivas ligas y poseen una identidad muy ligada a sus respectivas ciudades.

Para la observación, se tomó como base a los jugadores nacidos en 1999, que en Francia correspondían a la categoría U17 y en Argentina a la Séptima (7ma). Se eligió ese año debido a que, en esa edad, los jugadores se encuentran a *mitad de camino* entre el inicio de la formación –que en general comienza a los 12 años– y la Primera División (considerando que el debut profesional se suele producir a los 20 o 21 años). Esencialmente, el investigador realizó observación participante en los entrenamientos y partidos de los equipos respectivos, aunque la propia práctica etnográfica le fue abriendo camino a la vida social de los clubes y le permitió relacionarse con sus actores de manera personal. El abordaje metodológico se complementó con entrevistas semi dirigidas en profundidad con los jugadores, y numerosas conversaciones espontáneas con valor de entrevista con el staff técnico, que se suman a las entrevistas formales.

Finalmente, los datos se sometieron a análisis comparativo para observar las diferencias y particularidades, porque más allá de los elementos comunes que sustentan la organización futbolística (equipos que pertenecen a la principal liga de cada país, una estructura formativa que procura promover jugadores de la canteras, sistemas de reclutamiento y selección, entre otros aspectos), aquí se propone que no existe “una esencia” del proceso formativo, sino que lo que motorizaría cada institución-club son los propios procesos simbólicos sedimentados y que se dan por ciertos. En consecuencia, el análisis comparativo procura sacar a la luz aquellos elementos que en ambos países –por separado– están naturalizados, y exponer la arbitrariedad de los modos de formación de jugadores.

Para presentar los resultados que surgieron de la indagación, decidimos trabajar en dos dimensiones. Una, expuso la estructura organizacional de los clubes y la propuesta que estos realizan a los jugadores en términos de concepción del fútbol, de relación con la práctica y también de valores a partir de los cuales intentan generar el máximo rendimiento por parte de los futbolistas. Para llevar a cabo este apartado, las fuentes informativas fueron, en primer lugar, la observación participante –para priorizar el modo en que la propuesta se lleva a la práctica– y en segundo término conversaciones y entrevistas con los staff técnicos.

La otra dimensión abordó el trabajo realizado con los futbolistas, donde el investigador se propuso observar cómo ellos *reciben* (una recepción activa) la propuesta de sus clubes y, en consecuencia, a partir de qué representaciones llevan a cabo el deporte y gestionan sus incipientes trayectorias. Para realizar esta parte, la fuente informativa fueron sustancialmente las entrevistas en profundidad.

Si bien a lo largo del trabajo etnográfico se abordaron múltiples aspectos del proceso formativo de futbolistas, el presente artículo se centra únicamente en presentar los modos en que la dimensión económica, entendida como la presencia del dinero, atraviesa la práctica futbolística de los jóvenes. A partir de indagar en las representaciones que los jóvenes

jugadores tienen del dinero, en la mirada que tienen sobre la posibilidad de ser comprados o vendidos, si tienen ligazón con representantes y cómo manejan sus ingresos (en los casos en que tengan), observaremos cuál es la función que cumple el dinero, tanto para su práctica cotidiana, como para la gestión de sus trayectorias. También se intentará problematizar, a partir de la figura del manager o representante, las tensiones existentes entre la propuesta organizativa de la institución-club y los deseos subjetivos de los jugadores en torno a *llegar* a convertirse en profesionales.

### **La formación socio-profesional de futbolistas en el marco de los Estudios Sociales del Deporte**

La investigación de la que se deriva este artículo se inscribe, de manera general, en el campo de los estudios sociales del deporte. Desde ese ámbito, partiremos de la idea de Bromberger (2001) según la cual el deporte, en general, y el fútbol en particular, constituyen prácticas sociales que habilitan a la representación de significados e imaginarios sociales. Los estudios desarrollados en Latinoamérica, sobre todo en Argentina y Brasil, en los últimos 30 años, partieron de una mirada culturalista y se centraron principalmente en la ligazón del fútbol con la identidad nacional (Archetti, 1985; Alabarces, 2002), y como espacio fértil para la construcción de modelos de masculinidades (Alabarces, 2002; Garriga, 2007). Allí, el foco de análisis ha estado puesto casi invariablemente sobre los aficionados y sus prácticas, quedando los jugadores en un lugar subalterno dentro de las preocupaciones académicas.

Es por esto que, respecto a la formación de jugadores, todos los trabajos especializados se produjeron desde el campo deportivo, o desde la psicología, y están centrados en la enseñanza y perfeccionamiento técnico (Griffa, 1991; Roffe, 2000). El antecedente más relevante que aborda el tema desde las ciencias sociales latinoamericanas, es el trabajo etnográfico de Damo (2007) quien analiza los dispositivos que operan para la transformación de jóvenes talentosos, en atletas de alta performance, en un club profesional de fútbol brasileño.

En Europa, los estudios sociales del fútbol han generado una bibliografía mucho más profusa y diversificada, entre los que podemos mencionar textos clásicos como los de Elias y Dunning (1994), Giulianotti (1999) y Mignon (1998). Con relación a la formación de jugadores, son relevantes los trabajos de Faure y Suaud (1999), Slimani (2000) y Roderick (2006), aunque una gran parte de ellos pone el foco en la idea de la autonomización, es decir, que el fútbol sería un espacio relativamente autónomo de luchas, donde los actores generan estrategias de conquista de un capital específico.

Bertrand (2012), por su parte, en un trabajo etnográfico realizado en el Olympique de Lyon, propone un enfoque que busca resituar las performances deportivas dentro de las condiciones sociales que las hacen posibles, para analizar la manera en que ellas estructuran las experiencias subjetivas de los jugadores. A partir de ello, observó los agentes que intervienen en el proceso de socialización, sus modalidades y mecanismos, y los efectos de

estos mecanismos (*las disposiciones*). En paralelo, observa el *saber-hacer*, al que diferencia del capital futbolístico porque implica poner el foco en los aprendizajes, en el estilo de juego transmitido y legitimado.

En la línea de Bertrand (2012) y de estudios socio-etnográficos clásicos como el de Wacquant (2006) sobre boxeo, en esta investigación se tomó al Centro de Formación<sup>1</sup> como un espacio de socialización, y como el punto de confluencia de trayectorias individuales. Desde esta perspectiva, la investigación parte de la premisa de que la manera en la cual se forman deportistas profesionales es producto de estructuras simbólicas sedimentadas. Y una de las ideas que sustenta la investigación, es que tanto la tradición cultural y futbolística de cada contexto nacional (es decir, la estructura simbólica con eje en el fútbol), como la dimensión socioeconómica de los países y las trayectorias biográficas de los actores (jugadores y staff), dieron lugar a diferentes propuestas en los clubes y en los *esquemas y disposiciones* (Bourdieu 2010) de los jugadores en formación.

El abordaje que se propone en este artículo ubica a la noción de representaciones sociales en el centro del análisis. En primer lugar, porque la materia prima son representaciones, signos, mediaciones de lo que el fútbol *es*; y en segundo término, porque se considera a dichas representaciones como el efecto de sentido de una estructura social que promueve unas, y no otras formas de ver el mundo, propicia deseos, aspiraciones y devenires. En ese sentido, lo primero que se afirma es que el deseo de los chicos por devenir jugadores y que lo consideren factible, es efecto de dicha estructura social y no únicamente de procesos individuales psíquicos. Como afirma Moscovici (2004), lo individual no está separado de lo social: no es posible analizar al individuo por fuera de sus relaciones, ni a la estructura social sin tomar en consideración a los individuos en que se encarna.

En los Centros de Formación de jugadores de fútbol, este conflicto se pone de manifiesto en los actores con los que los jugadores se relacionan a diario: el club como organización, el cuerpo técnico, sus familias, los representantes deportivos, los medios de comunicación y los patrocinadores. Al interior de la organización, se consensuan y disputan representaciones sobre lo que es un buen jugador, qué significa ser profesional, qué estilo de vida debe llevar o qué sentimientos debe portar, asuntos que están en permanente transformación a partir de dichas pugnas y consensos.

Para pensar el concepto de representaciones, nos basamos en la concepción de Charles Sanders Peirce (1974), que habilita a pensar al fútbol en función de sus recepciones. Así, lo que el fútbol sea depende del *para alguien* individual y colectivo. En este sentido, Durkheim (1912) propone que las *categorías de la percepción* no surgen de la experiencia misma, sino que vienen del pasado. Esto significa que los futbolistas no son pasivos frente a las

---

<sup>1</sup> El término *Centro de Formación* designa en Francia a la estructura formativa completa. El equivalente en Argentina es *Divisiones Inferiores* o *Divisiones Juveniles*. En este artículo usaremos ambos conceptos de forma alternada, dejando en claro con esta nota que ambos hacen referencia a lo mismo.

representaciones y absorben todo lo que se les presenta, sino que, a partir de la cultura en que se nace, se van construyendo en el individuo. En el caso de este trabajo, postulamos que dichas representaciones son relevantes, porque propician el esfuerzo de los jugadores y funcionan como combustible simbólico en el desarrollo del proceso formativo.

## Resultados

### **Contratos en el fútbol juvenil: ¿Deporte amateur o práctica rentada?**

El activo principal de un Centro de Formación (en adelante CdF), son los jugadores de fútbol que eligen ingresar a la institución para recorrer las diferentes etapas de la carrera que los llevará a convertirse en profesionales. La incorporación de jóvenes talentos al club, se realiza a través de una célula de reclutamiento que presenta diferentes grados de especialización, según los medios económicos y la política formativa de cada club. Luego de ser detectados, probados y aceptados, los jóvenes futbolistas oficializan su vínculo con el club mediante registros o contratos que, según la legislación vigente en cada país, pueden o no implicar una retribución económica.

La pregunta sobre si los jugadores juveniles deben, o no, recibir un salario de parte del club, se encuentra en el centro del debate cuando se habla de la formación de futbolistas. ¿Se trata de trabajadores que prestan un servicio al club, y por lo tanto deben ser remunerados, o en realidad es el club quien les presta un servicio a los jugadores al formarlos en la profesión de futbolistas, y por ende deben jugar gratis? Las posturas que sostienen que los jugadores no deben cobrar, se basan en que el fútbol de divisiones juveniles no genera ingresos por venta de entradas, televisación o sponsors, es decir, que se trata de un fútbol puramente amateur (Damo, 2007). Quienes sostienen que los jugadores deben recibir una retribución, se amparan en que se trata de trabajadores que cumplen horarios y normas, y tienen obligaciones con una institución (Bertrand, 2012). Atravesando el debate, se encuentra la figura del dinero y las implicancias que posee a nivel simbólico en el mundo del deporte (Branz et al., 2012; Mignon, 1998).

Por otra parte, como los jugadores de inferiores son, en su gran mayoría, menores que no tienen la edad legal para firmar contratos de trabajo con una organización, se plantea para los clubes el desafío de generar estrategias para conservar a los jugadores que forman, y no perder su inversión si otro club los quiere contratar. En este sentido, la formación de jugadores es una actividad que se desarrolla en un equilibrio precario entre capacitación deportiva, intereses particulares e influencia del mercado.

Con relación a los contratos, los dos clubes estudiados en esta investigación son casos representativos de lo que sucede en Francia y Argentina respectivamente, ya que la existencia, o no, de contratos económicos en el fútbol juvenil, depende de reglamentaciones federales y normativas legales de cada país. La diferencia fundamental entre ambos contextos es que en Francia existen contratos remunerados que ligan al jugador con el club,

mientras que en Argentina los jugadores no reciben dinero de parte de la institución deportiva bajo ningún concepto. Se puede afirmar así, que, en Francia, el fútbol de divisiones inferiores es una actividad rentada, mientras que en Argentina es absolutamente amateur.

### Los contratos en Francia

En Francia existen 2 grandes tipos de contratos: los de la Liga Profesional de Fútbol y los lazos *convention*. Respecto de los primeros, se trata de contratos de trabajo que implican responsabilidades de ambas partes, y determinan que el jugador es un asalariado del club<sup>2</sup>. La *convention*, en cambio, es válida sólo por un año y no implica una retribución económica. Para tener un panorama de cómo se distribuyen los contratos, podemos observar datos de 2010, cuando había 1800 jugadores en los Centros de Formación de los clubes profesionales franceses, de los cuales 1000 habían firmado un contrato y los otros 800 estaban bajo *convention* (Potet, 2010).

El hecho de que algunos jugadores cobren, y otros no cobren por realizar la misma actividad, es un punto de conflicto en Francia. ¿Cómo y por qué se da esta diferencia entre jugadores que comparten el mismo plantel? Más allá de que exista un marco contractual oficial establecido por la Federación que regulariza la actividad y protege a clubes y jugadores, lo que se observa es la existencia de un mercado de jugadores juveniles organizado con base en la oferta y la demanda, similar a la del fútbol profesional. Cuando un niño-jugador prometedor que aún no juega en ningún club es tentado por varios Centros de Formación, uno de los argumentos de peso para reclutarlo es el contrato, con lo cual, si el club no quiere perderlo, lo más probable es que le ofrezca un contrato rentado.

A diferencia del fútbol profesional, el club no abonará el dinero de la transferencia del jugador, pero en la medida en que existen contratos en el fútbol juvenil, ese elemento se volverá clave en el proceso de reclutamiento. Esto es reconocido y aceptado por los miembros del staff del Olympique de Marsella (OM) (“es algo que se arregla entre el club y el jugador”, sostiene uno). En la medida en que las *reglas del juego* introducen el dinero, se vuelve necesario pagar y ofrecer más que los competidores para obtener los mejores jugadores disponibles.

I: De todos los jugadores que están hoy en el CdF, ¿cuántos reciben un salario?

E: Depende. No sé. Tenemos 37 jugadores viviendo en el club (“internos”), y ahí tenés 20 o 25 que reciben salario. Y tenés externos también.

I: ¿De qué depende que algunos cobren y otros no?

---

<sup>2</sup> Dentro de estos hay tres categorías: 1) Aspirant: contrato base que firman los jugadores que ingresan al Centro de Formación de un club. Puede ser firmado a partir de los 15 años y tiene una duración máxima de 3 años, es decir, hasta los 18 años; 2) Stagiaire: puede ser firmado a partir de los 17 años por 3 años (por 2 si el jugador tiene 18 años y por 1 año si tiene 19); 3) Elite: se firma a partir de los 18 años, pero implica 2 años en el Centro de Formación, más 3 años de primer contrato profesional.

E: Depende del nivel del jugador. Depende de la edad también, porque también hay contratos que se firman que dependen de la edad del jugador.

(Entrevista con Paul Ruiz, director del CdF).

Según las cifras que menciona Paul Ruiz<sup>3</sup>, director del CdF del Marsella, se puede afirmar que la mayoría de los jugadores tiene un contrato rentado. El hecho de que el contrato dependa *del nivel*, no parece ser una evidencia para otros miembros del staff, quienes mencionan que no hay concordancia entre nivel y contrato, y que ese es un punto a modificar en el futuro:

Es un poco como en todos los trabajos. Hay algunos que, porque son buenos, se les ofreció una determinada cosa y el club se ve obligado a hacerles propuestas y pagarles. Y es también porque en un momento el club puede permitirse de pagar y en otros momentos ya no puede permitirse más de pagar. Y esa es un poco la política actual: ya no hay más plata, entonces no se puede seguir pagando mucho a los jugadores. Ahora el club dice que al jugador hay que ofrecerle un proyecto, una carrera, y a partir de eso intentar que se interese en el club y hacerlo venir. No tiene que venir al OM por la plata. A un jugador que es bueno, por ejemplo, se lo invita a venir uno o dos años, a entrenarse, hacer la escolaridad, alojarse. Le proponemos eso. Y después dependerá si él está de acuerdo o no, y si no está de acuerdo se verá el nivel que tenga: si es muy bueno quizás el club haga un esfuerzo para pagarle, y si no el club dirá que no puede ir más allá de sus posibilidades. A partir de ahora esa es la política que el club va a poner en práctica, entonces habrá jugadores que se irán. Hasta hoy nos permitimos traer jugadores ofreciéndoles contratos de un año, de dos años, y yo creo que en otros clubes algunos jugadores que hay acá no tendrían ese tipo de contrato. (Philippe Sylvestre, entrenador de la U17):

Entre los miembros del staff del OM hay divergencia de opiniones respecto a que los jugadores perciban un salario:

I: ¿Crees que está bien que el jugador del CdF cobre un salario?

E: No, no estoy de acuerdo. Porque de movida genera desigualdades, ya que hay algunos que cobran y otros que no cobran. Además, no dicen nada porque hay algunos que son remunerados y que no son los mejores.

I: ¿Y eso lo saben los chicos?

E: Sí, desde ya, ellos hablan entre ellos y todo se sabe. Por eso a este nivel no me parece bueno. (Entrevista con Haifa Mihrab, entrenadora adjunta del OM)

I: ¿Está bien que los jugadores jóvenes cobren, o sea, que cobren antes de ser profesionales? ¿estás de acuerdo con que los chicos reciban un salario?

E: Sí, sí.

---

<sup>3</sup> Los nombres de las personas que aparecen en este artículo fueron cambiados a fin de respetar la confidencialidad, si bien alguien que conozca las jerarquías del club puede identificar a algunos de los informantes por su cargo en cada institución. Sin embargo, se decidió dejar el cargo real porque para la interpretación es significativa la jerarquía de quien habla.

I: ¿Pero estás de acuerdo porque si no se van a otro club, o estás de acuerdo porque consideras que es un trabajo que es necesario pagar?

E: Pienso que es un trabajo. Y hay que pensar que los jugadores le dan cosas al club. No son ladrones que van a robarle al presidente. Hacen vivir al club, y si tenés jugadores importantes beneficia al club. Sabes que vas a ser campeón o a jugar en Europa. Y ellos ganan plata, pero hacen entrar plata al club también. Entonces es normal que se les pague. (Entrevista con Paul Ruiz)

Aparecen en los testimonios todas las posturas: desde los que se oponen totalmente, a los que creen que es necesario, y también la opción intermedia de quienes creen que el salario debería estar atado a rendimientos, y ser más una recompensa que un derecho. En suma, lo que observamos es que la cuestión de los salarios no es algo indiferente a los miembros de la institución y acerca el mundo de los jugadores juveniles al mundo de los profesionales.

A medida que los jugadores progresan en la carrera dentro del CdF, lo que significa que son buenos y que tienen más chances de convertirse en profesionales, aparece para el club la inquietud de cómo retenerlos para que no sean tentados por otros clubes. En Francia, la única herramienta que tienen los clubes es hacer que los jugadores firmen un contrato como profesionales. Durante la temporada que analizamos en el OM, siete jugadores del CdF habían firmado su contrato como profesionales, pero entre ellos la mayoría casi no había jugado minutos en la Primera del club. Esta situación es percibida como un problema para Paul Ruiz, director del CdF del club:

I: ¿Cuáles son las estrategias para que un chico de 17 años que es bueno no se vaya del club?

E: Hay formas. El año pasado a Lopez y Porsan, que tenían 16, los hicimos jugar con los U19 la Copa de Europa, y jugaban contra Arsenal, Dortmund. Y se hicieron notar por Scouts. Entonces nosotros, para que no se vayan, les hicimos firmar contratos profesionales.

I: ¿Es la única forma de que no se vayan?

E: Sí, es la única.

I: ¿Y eso es un problema?

E: Sí, puede ser un problema. Antes, cuando yo, por ejemplo, firmé como profesional, ya había jugado 30 partidos en Primera. Y ahora ni siquiera juegan un partido en Primera y ya firman. Y ahí volvemos con lo del mérito. Si quieres un contrato, lo tenés que mostrar sobre la cancha, ser parte de un equipo que gane. Y ahora no pasa así. Es culpa de la Ley Bosman, que dice que se pueden firmar contratos profesionales desde los 16 años. Eso es un problema y pienso que no es bueno tampoco para el jugador. (Entrevista con Paul Ruiz).

Los contratos pueden ser vistos, entonces, como una herramienta estratégica de los clubes para no perder su patrimonio a manos de competidores económicos más poderosos. La desregulación del mercado del fútbol a partir de la Ley Bosman, en 1993, aparece como un elemento disruptivo para Ruiz, y esto se condice analizando las representaciones de los

jugadores entrevistados acerca de los equipos poderosos de otros países, sobre todo de Inglaterra, que aparecen como un objetivo de carrera y un lugar anhelado. La amenaza del mercado tiene así consecuencias sobre el proceso formativo, en la medida en que acelera procesos que antes contemplaban mayor tiempo, como el acceso al primer contrato profesional.

### Los contratos en Argentina

En Argentina el escenario es diferente, debido a que los jugadores de las divisiones inferiores no perciben nunca un salario por parte del club. El fútbol juvenil no es una práctica rentada, y los clubes no establecen contratos de tipo económico con los jugadores de sus CdF, por regla general. El único contrato rentado es el contrato profesional, y en ese sentido en Argentina ocurre el mismo proceso que en Francia: cuando un futbolista juvenil tiene potencial para jugar en Primera División, y el club desea conservarlo, le hace firmar un contrato profesional para evitar que sea tentado por otro equipo o que elija irse de la institución. Como sucedía en el ejemplo que mencionaba Paul Ruiz para Marsella, en Estudiantes también hay jugadores con contrato profesional que no debutaron en Primera. Durante nuestra estadía en el club, alrededor de 10 jugadores de 4ta categoría firmaron contratos profesionales sin haber jugado ni un minuto en Primera.

A pesar de que no existan contratos en el fútbol juvenil en Argentina, sí existe un documento que certifica la ligazón del jugador con el club. Se llama *Ficha* y es la inscripción que se realiza del jugador amateur a nombre de un club, en los registros de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA). Esa inscripción expresa el compromiso entre el jugador y la institución e introduce esa relación en un esquema regulatorio legislativo y reglamentario, determinado por la AFA, la FIFA y la legislación de fondo civil y laboral argentina (Ley 20.160 del Estatuto del Futbolista Profesional y Convenio Colectivo 430/75). La Ficha supone un compromiso por dos años entre ambas partes y en ese lapso el jugador no puede cambiarse de club ni irse a jugar al fútbol a otra institución. Esta cláusula, cuya función es proteger los “derechos de formación” de los clubes, es generadora de conflictos que muchas veces terminan con intervención de la Justicia ordinaria.

Durante el trabajo de campo, asistimos a un diálogo ocasional entre el padre de un jugador juvenil de otro club, que estaba junto a su hijo futbolista presenciando un partido de la Séptima de Estudiantes, y Enzo Garro, coordinador del CdF del club. El padre del chico le decía a Garro que había sacado a su hijo del club donde jugaba, para llevarlo a un club más importante. Este club lo había *fichado* y su club de origen recibiría a cambio el 30% de una eventual transferencia, cuando el chico llegara a ser profesional. Luego, un *ojeador* de Estudiantes nos confirmaría que los arreglos de ese tipo son una de las formas de transferencia de jugadores juveniles, sin dinero ni contratos de por medio. En esta historia aparecen algunos elementos habituales de este mercado informal: el padre de un jugador que presiona para sacar a su hijo del club, un club poderoso que ofrece mejores perspectivas

de carrera a un jugador en formación, o el acuerdo entre dos clubes sobre la base, no de un intercambio económico, sino de la apuesta a futuro (que el jugador triunfe, la eventual venta futura).

En la medida en que no hay en Argentina una legislación que contemple la dimensión económica del deporte amateur, esta actividad se rige por normas estatutarias y reglamentos de las asociaciones deportivas. En ese marco, se concibe al fútbol amateur desde un paradigma del deporte previo a los procesos de mercantilización y especialización que tuvieron lugar en los últimos años, pasando por alto la fuerte imbricación que la formación de futbolistas tiene con el mercado y con la dimensión económica del deporte. Y esto da lugar, en el mundo del fútbol juvenil en Argentina, a la existencia de transacciones, *arreglos* y acuerdos privados entre los clubes y los padres o representantes de los jugadores.

En Marsella veíamos que, para incorporar a un jugador, el OM se valía de ofrecerle al joven un contrato como elemento de atracción. En Argentina no existe tal dimensión, con lo cual son otros los elementos que juegan en la persuasión. La posibilidad de una carrera deportiva exitosa es uno de ellos, de allí que los grandes clubes con prestigio y reputación se favorecen, tal es el caso de River, Boca o San Lorenzo. El proyecto formador es otro elemento, o también la cercanía del club al domicilio del jugador. Sin embargo, en algunos relatos de los jugadores éstos se describen envueltos en intercambios mercantiles, que nos permiten pensar que existe un mercado de jugadores juveniles en Argentina.

E: Allá jugaba en una escolita (...) yo tenía seis años y me ficharon a escondidas para que yo pueda jugar con los 97 [jugadores dos años más grandes]. (...) el club puso plata a la Liga [hizo un soborno] para que pueda jugar. Porque si no, yo no podía jugar, por el tema del seguro (...)

I: ¿A los siete años ya tenías pase?

E: Claro, ya tenía pase, ya tenía un contrato y el pase, y el pase era del club y no me lo querían dar. Y mi papá tuvo que pagar. El pase era en esa época como 1500 pesos, y era mucha plata en esa época, año 2006. Y mi papá (...) terminó pagando como doce pelotas y cuatro juegos de pecheras (...) para que me dieran la libertad; si no, no podía jugar en el torneo. (Entrevistado E9)

Si bien no hablamos de una cifra relevante, en este relato aparece de forma embrionaria la transacción económica de jugadores de fútbol. Al respecto, un miembro del staff de Estudiantes comenta que:

Acá en el club se respetan las edades de los contratos, pero en otro club, el año pasado, se pagó 500 mil dólares por 4 jugadores de categoría 1999.

En Argentina, la cuestión de los salarios no aparece como un tema de conflicto, simplemente porque, al no pagar sueldos a los jugadores, la institución queda al margen de esa discusión, al menos formalmente. Leído así, a simple vista, existiría la tentación de pensar que en Argentina los CdF son espacios donde lo único que prima es el espíritu amateur y donde la

influencia del mercado aún no ha llegado. Sin embargo, lejos de esto, lo cierto es que, ante la ausencia de sueldo oficial por parte del club, se despliega entre los jugadores una serie de estrategias alternativas para generar ingresos. Una de ellas son los acuerdos privados entre clubes y jugadores: es posible que el club otorgue dinero por concepto de *viáticos* a algunos jugadores, lo que consistiría en una especie de sueldo no declarado. En Estudiantes, un miembro del staff reconoce que estos acuerdos existen, generalmente orientados hacia los chicos con menores recursos, o cuyos padres experimenten problemas de empleo.

También algunos jugadores reciben dinero, ropa o botines de sus representantes. Ese dinero, muchas veces se presenta directamente en forma de salario mensual que el representante da al jugador, como veremos más adelante. Otra forma de ingreso son los partidos fuera del club, que algunos jugadores juegan a cambio de dinero, por ejemplo, en campeonatos barriales o ligas amateurs. En el club, niegan que este caso se dé entre los jugadores de Estudiantes.

Tenemos entonces una diferencia central en los vínculos contractuales, ya que en Francia los jugadores cobran por jugar y en Argentina no lo hacen. Ahora bien, ¿qué implicancias tiene esto, tanto para la institución como para los jugadores? En cuanto a los clubes, hemos visto cómo en Marsella el salario de los jugadores funciona en primera instancia como una herramienta para atraer a los niños más prometedores, pero luego es motivo de discrepancias entre el staff. En Estudiantes no constituye un tema de conflicto, porque la responsabilidad no pertenece al club, pero la inexistencia de sueldos da lugar a la aparición de prácticas alternativas no institucionalizadas, entre las que se encuentra la figura del representante, que abordaremos más adelante.

### **Representaciones sobre el dinero entre los jóvenes jugadores**

La cuestión de la retribución salarial, o de su ausencia, sirve como puerta de entrada para observar las representaciones que los jugadores tienen del dinero. A priori, se podría postular que en Estudiantes la ausencia de salarios incrementa las distinciones y posibilidades entre los jugadores a partir de sus diferencias económicas, pero en las entrevistas esa hipótesis no apareció con contundencia. Por el contrario, aparecían críticas a aquellos jugadores que, por haber sido titulares en el pasado o por contar con un manager, se sentían excesivamente confiados y no entrenaban con el mismo ímpetu que sus compañeros. En un momento en el que el equipo acumulaba derrotas, el foco de la desunión del equipo fue puesto en esos factores y no en elementos económicos.

Una clasificación similar se podría observar como producto de las diferencias salariales entre los jugadores del Olympique de Marsella. Estas asimetrías ofrecen una pauta clara de quiénes son los jugadores en los que el club invierte con más énfasis, y en consecuencia puede ser un factor diferenciador al interior del equipo. Por otra parte, la presencia del dinero es relevante porque implica que a los 17 años ganan sumas de dinero a las que pocos jóvenes de su edad tienen acceso.

El consumo de bienes que pueden realizar marca una distinción respecto de sus pares no futbolistas, y a partir de ahí incrementan su estatus: viven la imagen del jugador *famoso*, no como una aspiración a futuro sino en tiempo presente, con dos salvedades: que la mitad de ellos viven en la casa-club –y en consecuencia no tienen espacios de ostentación de su *riqueza*– y que el 70% de ellos indican que son sus familiares los que administran su dinero.

Otro de los elementos que influyen en las representaciones de los jugadores sobre el dinero es el contexto social del cual provienen. Es en el caso de Estudiantes de la Plata donde los jugadores lo enuncian con más claridad, ya que dicho contexto influye sobre las motivaciones para jugar al fútbol que pusieron en escena: el 50% expresó claramente que se proponen transformarse en profesionales “para ayudar a sus familias”, concepto que en general abarca a los padres y a los hermanos:

I: ¿Vos estás pensando en poder ayudar a tu familia?

E: Claro, eso es lo que más pienso yo. Yo siento que muchos piensan que cuando haces el primer contrato comprás un auto.

I: ¿Y vos en qué pensás?

E: En mi primer contrato ayudar a mi familia e ir juntando para una casa, porque si no ¿a dónde vas a vivir?, ¿arriba de un auto?”. (Entrevistado E3)

El principal deseo, en ese sentido, consiste en *comprarles una casa*, retribuir de esa manera el *esfuerzo* que, sostienen, la familia realizó por ellos. Esto está ligado a que los jugadores inscriben su discurso en el de la *humildad*, un valor que no sólo significa el esfuerzo diario, la ausencia de ego y de ostentación, sino que, al mismo tiempo, es un eufemismo para hablar de la pobreza económica. De esa manera, hacen propia la imagen del obrero, para contraponerla con la imagen del futbolista afamado y rodeado de lujos.

En Francia aparece un concepto similar, *reussir*, tan ligado a *sacar la vida adelante* desde el punto de vista material, como a lograr los objetivos que una persona se propone. Cuatro jugadores lo mencionan, y, a diferencia de la noción de *futuro*, lo que se presenta es que el fútbol es una alternativa más para conseguirlo: si en Argentina los jugadores definían al fútbol como *su futuro*, en Francia, si no consiguen salir adelante, pueden *reussir la vida* por otras vías.

I: Cada vez se escucha más que los jugadores juegan sólo por el dinero, ¿estás de acuerdo?

E: Creo que es falso porque el dinero está en todos los trabajos, pero hace falta pasión en lo que uno hace para que le vaya bien (*reussir*), divertirse (Entrevistado OM7).

I: ¿Y si no llegas a Primera?

E: *Reussir* mi vida, tener un buen trabajo. Primero, mi sueño es ser futbolista, pero si no, es *reussir* mi vida, tener un buen trabajo. (Entrevistado OM9)

Más allá de las diferencias, a través de nociones como *humildad*, *reussir* o *futuro*, los chicos se asumen trabajadores y disciplinados, y exponen de sí mismos un estilo de vida asceta,

alineado con la propuesta institucional de esfuerzo cotidiano. No obstante, es indudable que la imagen de los jugadores que surge de los medios de comunicación masiva es una referencia con la que dialogan. Lo que encontramos, en este sentido, es que el consumo de bienes onerosos –y el auto de alta gama es su emblema– está presente entre las aspiraciones que tienen los jugadores, pero en un segundo plano, detrás del placer por el juego, por la competencia y la gloria deportivas, que no son otra cosa que los valores tradicionales de deporte de competición:

I: ¿Qué es lo que te gusta de la vida del futbolista? Cuando vos pensás en los futbolistas ya famosos, ¿qué es lo que te gusta?

E: Y, a ver... no sé, lo más lindo es que trabajás de lo que te gusta, eso es lo mejor que te puede pasar. Y después, que podés estar bien económicamente, podés ayudar a tu familia, a tus hijos.

I: ¿Soñás también un poco con eso de tener un buen auto?

E: Obvio, creo que todos lo soñamos, todos queremos eso. Todos queremos lo mismo, todos queremos llegar a ser profesionales, en primera división y poder llegar a tener esos lujos que se dan otros (Entrevistado E7).

Lo que esto nos indica con claridad, es que el tradicional placer por el deporte, o el éxito de gloria deportiva, no es contradictorio con el anhelo de bienestar económico o incluso de lujos económicos. Los chicos juegan atravesados por fantasías y por la responsabilidad de darles nuevas posibilidades a sus padres y hermanos, y la imagen de gloria deportiva condensa el haber alcanzado todos esos elementos.

En tercer término, les preguntamos si estaban de acuerdo con la idea de que los profesionales *juegan sólo por la plata*. Si bien es una interrogación engañosa –porque implica pensar en un solo motivo cuando el placer por el juego y el deseo de ganar altas sumas de dinero pueden ir de la mano– permitió comenzar a observar en qué tipo de campo deportivo están deseando incorporarse y qué percepción tienen de las relaciones económicas entre los profesionales.

En Marsella, las respuestas fueron parejas: 40% de los jugadores se opusieron a la idea, 30% sostuvieron que los profesionales sí juegan mayoritariamente por el dinero y 20% que depende según el caso. Entre los que rechazaron tal idea, podemos observar que se destacan valores como la pasión por el juego y la búsqueda de gloria deportiva, que son presentados como los verdaderos motores de alcanzar la Primera División.

E: Creo que es falso [que los jugadores juegan solo por la plata] porque la plata está en todos los trabajos, pero hace falta pasión en lo que uno hace para que le vaya bien (reussir), divertirse. (Entrevistado OM7)

E: No. A mi edad yo juego porque me gusta el fútbol. Es mi pasión, cuando juego estoy contento, si no me gustara jugar dejaría. Después, los profesionales no sé, pero a mi edad yo no juego por la plata.

I: ¿Creés que tus compañeros también juegan sólo por el placer de jugar?

E: Sí, es lo mismo. (Entrevistado OM10)

Aparecieron también tres testimonios expresando que el dinero sí es una motivación clara para dedicarse al fútbol, pero ninguno asumió que juega “por el dinero”, sino que siempre es una referencia a lo que hacen otros compañeros.

I: ¿Estás de acuerdo en que los jugadores juegan sólo por la plata?

E: Sí [su tono indica que es una pregunta obvia] ¡Hay muchos! Incluso acá [en referencia a sus compañeros] Sí, de una. Yo pienso que, si el futbolista ganara 1500 euros por mes, no habría muchos jugadores acá, ja ja ja. Yo juego por la gloria deportiva. Juego porque me gusta y porque quiero demostrar que soy el mejor. No estoy por la plata yo. Si por ejemplo el OM me propone quedarme por 20 mil euros y el Tottenham me ofrece 50 mil euros, yo me quedaría en el OM. Es mi club. Ahora, si el Barcelona me propusiera más, bueno, habría que estar loco para decirle que no al Barca. (Entrevistado OM2)

E: Sí, creo que hay muchos que juegan más por la plata que por la pasión. Acá en el OM seguro que hay, entre mis compañeros. (Entrevistado OM4)

En este caso es interesante que aun cuando se les pregunta por los profesionales, el 70% de ellos se refieren a su propio equipo o a sus propias fantasías de lo que harían a futuro, lo cual da la pauta de que esa relación con el dinero no está distanciada, no es una relación que pudieran ellos establecer a futuro, sino que la experimentan o la imaginan en tiempo presente.

En Estudiantes de la Plata, los testimonios son similares y aparecieron las tres tendencias que observábamos en Francia: hay jugadores que, incluso desde las etapas formativas, tienen como propósito ganar dinero.

I: ¿Vos creés que, en esta etapa, entre tus compañeros que vos conocés, hay alguien que juegue por la plata?

E: Yo creo que sí. Mucha gente que sí, incluso en la pensión [algunos dicen] “yo vine a jugar acá, no vine para hacer amigos ni nada, yo vine por la plata”. Si venís por la plata, no sé. Si venís por la plata no vas a llegar a ningún lado; si a vos lo que te tiene que gustar primero es el fútbol antes que la plata. (Entrevistado E2)

Y aquellos que interpretan que el dinero es importante, pero no en todos los casos ni para todos los jugadores, y aquellos que rechazan esa posibilidad y plantean que se juega por pasión o placer por el deporte

E: No, a mí la plata no me importa. A mí, o sea, lo importante... me importa, pero yo al fútbol lo juego porque es mi pasión, es un placer. No porque sea, yo no veo que quiera jugar al fútbol porque son todos multimillonarios ricos, no les falta nada; yo lo hago por gusto, más allá de la plata. Pero obvio, a quién no le gusta tener plata y ser millonario, pero yo no, yo lo hago por el gusto, por el placer que me da jugar. Y entrenar todos los días me encanta. (Entrevistado E9)

Otro aspecto de la relación con el dinero está ligado a las sumas que se perciben por los contratos y a la opinión que tienen los jugadores sobre la posibilidad de ser comprados y vendidos en un mercado. En ambos países es indudable que los jóvenes han naturalizado e incorporado la propuesta económica del campo futbolístico: los jugadores entienden que el salario depende de la capacidad de cada jugador y que se corresponde con su nivel de juego. Por ese motivo, la posibilidad de *valer mucho* es percibida con alegría y orgullo. En algunos casos, los jugadores parecen fantasear con las sumas de dinero que podrían valer.

I: ¿Qué te genera que los jugadores sean comprados o vendidos?

E: Y... la verdad genera entusiasmo a llegar y... cómo te puedo decir, todos queremos llegar a Primera y que nos vendan al exterior a jugar en algún club de Europa, que son los más grandes del mundo. Pero también... qué sé yo, incertidumbre, por cuánto te venden y eso.

I: ¿Cómo es eso de la incertidumbre?

E: Incertidumbre, no sé, vos te ponés a pensar si alguna vez llegás a Primera y te quieren los clubes de Europa a ver cuánto ponen por vos, qué apuestan por vos, eso. (Entrevistado E7)

Pero otros mencionan no haberlo pensado, y aun cuando en entrevistas se planteó la hipótesis de un club que *se los venía a llevar*, también rechazaron desear hablar de dinero y dijeron que, en ese caso, el club debería hablar con sus padres, como si buscaran enfatizar que no hay espacio en ellos para pensar en dinero, sino que están plenamente dedicados al fútbol:

I: Vos como jugador de futbol, ¿tenés un valor de mercado? ¿Pensaste alguna vez en eso?

E: No, nunca pensé.

I: Y si te propongo que lo pienses ahora, ¿te genera algo?

E: Y, hay que ver... si me llegan a comprar de algún club, no iría.

I: ¿Por qué?

E: Primero me gustaría debutar acá en Primera y después haría el sueño, como te dije, de ir a la Selección, y después de ahí sí, iría (Entrevistado E1)

Aún lejos de reconocerse conscientemente como mercancías, los jóvenes registran, desde edad temprana, la posibilidad de ser participantes del mercado de futbolistas. Más allá de que algunos se sientan a gusto y vean en una eventual transferencia una confirmación de su valía deportiva, y otros prefieran mantenerse al margen de ese universo, lo cierto es que todos parecen haber interiorizado que, a diferencia de otras profesiones, el fútbol es una actividad en la cual las personas poseen un precio de compra y venta. Esta particularidad, junto a otros factores, es la que habilita la presencia de los llamados representantes o managers de jugadores.

## La influencia del manager o representante

El aumento del negocio futbolístico y de las sumas que se abonan por los jugadores, llevó a un incremento del número de actores que median entre estos y el club, y específicamente a que los representantes comiencen a trabajar no sólo con profesionales, sino también con las promesas. La popularización de herramientas de video y difusión de los *mass media*, ha suscitado la fantasía de que en todo el mundo nacen permanentemente nuevos Lionel Messi a ser descubiertos; chicos que, si son apoyados (y la inversión económica es baja), pueden permitir generar un negocio millonario al ser transferidos, ya que los acuerdos normalmente implican que, una vez se firma un contrato profesional, el representante percibe el 10% del salario del jugador.

En lo que respecta al presente trabajo, este proceso es importante porque incorpora un nuevo actor a la formación futbolística, con intereses distintos de los del club: si el cuerpo técnico de la cantera tiene como misión generar la mayor cantidad de jugadores posible para el primer equipo, intuimos que el objetivo del manager consiste en que dicho jugador llegue, sí, pero cuanto antes y donde mejor paguen. Y Europa, por su volumen salarial y porque el Euro es una moneda valorizada en el mercado internacional, es un destino deseado para los jugadores latinoamericanos. Un informe del sitio Futbolistas AXEM (argentinos por el mundo), detalla que, en 2015, 1693 argentinos que se desempeñaban en ligas del extranjero, de los cuales 945 jugaban en equipos de la UEFA (La Nación, 2015).

El primer dato a mencionar es estadístico: en Estudiantes de la Plata, el 40% de los jugadores afirmó tener un representante que no es su padre, cifra a la que se debe agregar que uno de los que actualmente no tiene, sí tuvo en el pasado, y por decisión de su padre decidió cortar el vínculo. En el OM, la cifra es menor: el 20% cuenta con representantes y otro 20% indicó que un familiar es quien maneja las cuestiones de dinero, de modo que el porcentaje termina siendo similar con relación al establecimiento de una figura activa a cargo de la dimensión económica de la tarea del futbolista.

En Argentina, el acuerdo general entre ambos consiste en que el representante brinda una suma de dinero, mas calzado e indumentaria deportivas. En algunos casos incluye un contrato por dos años y en otros es puramente *de palabra*. Dado que el club no ofrece ninguna remuneración, que los jóvenes se encuentran alejados de sus familias y que en muchos casos estas no cuentan con recursos materiales para enviar a sus hijos, en ocasiones esa suma es la que permite al jugador continuar con su carrera deportiva. En el caso francés, como habíamos visto, la presencia del salario en el 60% de los jugadores elimina el interés de los jugadores por una figura proveedora de dinero, reduce el costo económico a las familias y funciona como barrera de entrada para el ingreso de este actor a partir de la posesión de dinero.

En ambos países, aquellos jugadores que tienen relación de este tipo destacan que su representante tiene otros jugadores que están en Primera o en ligas del exterior. Esto puede

significar dos cuestiones: o bien que proyectan sobre esos otros jugadores sus propias posibilidades de éxito –si ellos pudieron, yo también– o bien que proyectan sobre el manager las posibilidades de éxito, es decir, si consiguió que aquel jugador esté en Primera, también puede conseguir que yo lo haga.

Sucede algo interesante en el caso argentino: los jugadores destacan el *apoyo* que el manager les brinda, la confianza y la confirmación de que *están haciendo las cosas bien* y que, en consecuencia, si continúan trabajando como hasta el momento, van a alcanzar el objetivo deseado. Así, los beneficios económicos son minimizados en el discurso, como refiere un joven:

E: ... y me da un viático, me da todo lo que yo necesite en torno a lo deportivo, a la ropa y eso, y lo que más me importa es el apoyo que me da” (Entrevistado E7).

Y asegura que lo que más valora de su representante es el apoyo que le da, algo que se manifiesta, no tanto en los beneficios materiales, como en la posibilidad de pasar un fin de semana con él en su casa, y lo vaya a ver a los partidos:

E: ... y, por ahí algunos representantes no se dan el lujo de llevarte a la casa, de [...] disfrutar tiempo que ellos tienen libre para estar con sus representados.

I: ¿Y es pesado tenerlo a él también en la tribuna?

E: No, es un alivio que te vaya a ver.

I: ¿Por qué es un alivio?

E: Y, porque quiere decir que te está viendo y está apostando en vos a algún futuro. (Entrevistado E7).

Otro de los jóvenes declara:

E: Sí, me da una plata todos los meses, pero, como te digo, es por corazón. (Entrevistado E5)

Esto también está ligado a que, como la cantidad de jugadores que llega a Primera División es muy escasa en relación con el número de aspirantes, contar con un representante es un indicio de que se pertenece a la gama de jugadores que se están destacando lo suficiente. Esto también implica pasar a contar con los recursos de este sujeto, es decir, los contactos con otros clubes, en el caso de que el club decida prescindir del jugador o de que otro club decida invertir en ellos de manera directa a través de una compra.

En el club francés, los jugadores parecen menos preocupados por la posibilidad de cambiar de club a corto plazo. De hecho, en tres testimonios se menciona que, como tienen un contrato con el Marsella, no se pueden ir a otro club, de modo que para ellos no tiene sentido ese rol del manager. Esto que puede parecer natural, en Argentina no lo es tanto, ya que aun cuando los jugadores están fichados, poseen la fantasía de ser *llevados* –aun sin la autorización del club– a Europa. Esto está ligado no solamente a la percepción de que la aplicación de las normas en Argentina es de bajo rigor, sino a la historia de los jugadores:

como hemos visto, muchos de ellos han pasado por varios clubes antes de arribar a Estudiantes, en algunos casos con transferencias por valores simbólicos, en otros gracias a intermediarios que ya apostaban por ellos desde pequeños. En consecuencia, podemos observar que, en los jugadores, el crecimiento futbolístico no consiste únicamente en la mejoría deportiva, sino que también implica aprender *a moverse*, a exhibir su juego y a aprender a prometer, a ser promesa de éxito deportivo y económico.

Lo que aparece en Marsella, es que los dos jugadores que han incorporado managers lo realizan como un acompañamiento o seguimiento sin intercambio monetario: en uno de los casos, se trata de un jugador que no cuenta en su familia con un entorno capaz de dedicarse al fútbol, de modo que el manager es una especie de adulto que lo acompaña en su carrera deportiva y se encarga de él en caso de lesión. En el segundo, sí es una estrategia a futuro – “después hará lo que tenga que hacer”, dice sobre el futuro de su carrera– pero con la claridad de que en el momento no tiene que hacer más que acompañarlo. En otro orden, aparecen aquellas personas que *manejan* el dinero que ganan, que en Marsella son los padres.

Consideramos que los casos en los que el jugador piensa en el representante como aquel que le puede abrir las puertas de diferentes clubes, ponen en evidencia la agencia del jugador (Giddens, 2011), su capacidad y/o deseo de influenciar el recorrido de su trayectoria, de no estar atado a la propuesta institucional sino de hacerlo “por sus propios medios”, el intento de propiciar su ascenso no únicamente a través del mérito deportivo sino mediante el establecimiento de tácticas para conseguirlo. Es decir, si los Centros de Formación piensan en los jugadores como sujetos que llegarán a Primera en la medida en que se desarrollen de acuerdo con su propuesta, la relación entre jugadores y managers expone que esa *receta* no es estrictamente necesaria ni suficiente, que el jugador es un actor con margen de independencia del club, que hay muchas formas de ver a un jugador, ya que se considera que quien no es valorado en un equipo, sí puede serlo en otro, y que entre los jugadores existe la representación de que el camino a Primera en Argentina está más cerca de ser zigzagueante que lineal.

El desarrollo de estas tácticas no es un gesto gratuito, sino que genera resistencias de distinto tipo. Entre los jugadores que no poseen un representante –por deseo o falta de ofertas– circula la idea de que quienes sí lo tienen, realizan la práctica con menos esfuerzo porque piensan que si el club decidiera prescindir de ellos, van a tener una alternativa en otra institución:

E: Son medio agrandados. (Entrevistado E1)

E: Hay algunos que tienen representantes y se piensan que ya está (...) no entrenan lo máximo que pueden, porque saben que si se van a quedar juegan en otro lado. (Entrevistado E4)

Dentro de este grupo mayoritario, también aparece de manera recurrente la idea de que el manager se va a aprovechar de ellos:

E: Esos se fijan más por la plata que ganan que por vos. Si vos estás enfermo ni se preocupan. Para mí, no sé. El año pasado [nombre de un entrenador] me dijo que los representantes solo quieren ganar plata, debe haber alguno bueno, pero... (Entrevistado E1)

El representante es también semilla de conflictos entre los jugadores, porque su presencia está directamente ligada a lo mercantil. Esto significa que introduce la posibilidad de que los beneficios no vayan exclusivamente a los jugadores, sino también a los entrenadores y, en consecuencia, que el mérito deportivo sea dejado de lado en beneficio de las dádivas económicas para promover que unos jugadores tengan un camino hacia la Primera División, *más directo* que otros. Dos ideas pueden surgir del rechazo de la figura del manager entre aquellos que no cuentan con uno: en primer término, podemos pensar que es un intento de afirmación en la carencia –necesidad hecha virtud, como diría Bourdieu (2010, p.88)–, una forma de mantener el orgullo en una situación relegada de la distinción. Sin embargo, preguntémonos si acaso el rechazo de los que no poseen, junto con el desdibujamiento de la relación comercial en los que sí cuentan, no tiene que ver con una resistencia a la figura que mejor representa la condición mercantil del jugador, su situación de potencial producto de mercado.

En resumen, el trabajo realizado expone que la influencia del manager en la percepción del fútbol por parte de los jugadores no es sumamente importante, ya que –con excepción del jugador que menciona que pasa tiempo libre junto a él– lo que indican las entrevistas es que mantienen una relación distante y esporádica, incluso con resistencias. En Francia, su influjo es incluso menor. Sin embargo, es un intermediario cuya influencia se hace sentir por las diferencias y conflictos que generan al interior de los clubes, por las diferencias que marcan entre los jugadores y porque –en Argentina– le marcan la pauta al club de que siempre se pueden llevar al jugador a otro equipo.

## Discusión

El presente trabajo expuso que la figura del dinero atraviesa el proceso de formación de muchas maneras y está presente en el modo en que los jugadores llevan adelante su práctica. Afecta directamente a las relaciones entre los jugadores, de los jugadores con el club y entre los integrantes del cuerpo técnico. Sin embargo, dado que es una dimensión que contradice valores tradicionales del deporte como la competitividad o el deseo de gloria, no apareció de manera explícita en el discurso de los jugadores, sino que fue necesario elaborar diversas estrategias retóricas para abordarla provechosamente.

En el recorrido que planteamos en este artículo, abordamos tres instancias del mundo de la formación de futbolistas, en donde la figura del dinero posee centralidad: los vínculos contractuales entre clubes y jugadores, las representaciones que poseen los jóvenes

futbolistas sobre el dinero derivado de la práctica deportiva, y el rol de los representantes de jugadores.

Una gran diferencia entre el caso argentino y el francés es que mientras en el primer contexto los jugadores de divisiones inferiores no perciben un salario por jugar, en el país europeo más de la mitad de los chicos de 15 y 16 años cobran dinero por su actividad, porcentaje que se incrementa a medida que avanzan en su trayectoria por las divisiones juveniles. Como vemos, la relación de los jugadores con el dinero en Francia se produce desde muy temprano, en tanto la oferta de un contrato funciona para los clubes como una herramienta privilegiada de persuasión para atraer a los jóvenes prometedores a su Centro de Formación. El contrato asegura así el vínculo entre el jugador y la institución, al mismo tiempo que protege a esta última de las eventuales solicitudes de otros clubes para hacerse con los servicios del jugador. En este sentido, la emergencia y generalización de los contratos son reveladoras de la constitución de un mercado competitivo de la formación de futbolistas que tiende a autonomizar la carrera de los jugadores con relación a sus clubes de origen. Como señala Bertrand (2012), “la instauración de una relación de tipo salarial rompe, en parte, con el modo de adhesión de los jugadores basado estrictamente en el compromiso y sentimiento al club que prevalecía hace unas décadas”.

El hecho de que en Estudiantes no se abone un salario hasta la firma del contrato profesional, no está únicamente ligado a los costos que implicaría para la institución. Además, según el discurso del staff técnico del club, existe la idea de que una recompensa material podría limitar o mermar el esfuerzo de los chicos por llegar al profesionalismo, lugar donde sí se recompensa económicamente la práctica deportiva. Hemos comprobado que esta idea está expandida en el mundo de la formación en Argentina y no es sólo privativa de Estudiantes. Este razonamiento se sostiene desde los entrenadores-educadores sobre una doble presunción: por un lado, que los productos y servicios a los que se accede con el dinero desviarían a los jóvenes jugadores de su foco central, que es la práctica deportiva, y por otro, que el dinero debe ser un premio, algo que se gana con esfuerzo en la cancha, y no un beneficio cotidiano que se acuerda en un escritorio.

Sin embargo, el hecho de que no se paguen salarios no significa que en Argentina no exista un mercado de jugadores juveniles. Las transacciones de jugadores se hacen con base en ganancias futuras, proyectadas en el esperado acceso del chico a un contrato profesional (por parte del club) y a la visibilidad que el traspaso a un club más prestigioso otorga al futbolista (desde el punto de vista del chico y de su padre).

Un hallazgo de la investigación radica en constatar que, pese a tratarse de escenarios opuestos (el francés, donde el fútbol juvenil es rentado, y el argentino, en donde no lo es), en ambos países, la aparición de los representantes de jugadores se puede explicar como consecuencia de las condiciones económicas que rigen cada contexto. En Francia, los jugadores interiorizan el hecho de ser parte de un mercado desde el momento en que firman

un contrato a sus 15 años, y perciben la relación con un representante como un elemento inherente a su profesión, pero más proyectado a futuro que como herramienta del presente. El capital principal que ven en un representante es su red de relaciones, que puede permitirles transferencias hacia clubes más prestigiosos, una vez convertidos en profesionales. En este sentido, Slimani (2000) señala la existencia de un cambio en los modos de pertenencia de los jugadores para con sus clubes, y habla de “proceso de individualización de la relación de los jugadores con su profesión” (p.365), cuyas pautas centrales se evidencian ya en el fútbol juvenil.

En Argentina, en cambio, la inexistencia de salarios habilita una gama de arreglos económicos no oficiales que tienen al representante como tercer actor, mediando entre el club y el jugador. Muchas veces el representante se transforma incluso en sostén económico del jugador, pagándole un sueldo mensual. Estos acuerdos son privados y se realizan entre partes, amparados en el menor control que impone la legislación argentina de deporte amateur, lo que deja a los actores más librados a la imposición de fuerza y a la efectividad de sus estrategias. Las implicancias que esas relaciones económicas tienen en la formación son muy difíciles de medir, ya que la variedad de acuerdos es tan grande como representantes, jugadores y clubes existen. Pero sí es preciso señalar que, pese a la demonización habitual de la figura del representante por parte de los clubes, el sostén económico que éste representa para algunos jugadores permite que muchas carreras no queden truncas por falta de recursos materiales. Como vimos en los testimonios de los jugadores de Estudiantes, los vínculos entre éstos y sus representantes tienden más a ser percibidos como paternales o sentimentales, que como mercantiles o interesados.

Entre los jugadores argentinos entrevistados, encontramos una gran fascinación por el fútbol como práctica y como zona de promesas. La dimensión lúdica ocupa un espacio central en sus discursos, y aun cuando se les pregunta específicamente sobre el dinero, responden ubicándolo como subsidiario de la gloria deportiva. En este sentido, vale retomar la idea del *don* de Mauger (2004): “la ideología del don, ampliamente compartida por las clases populares, me acredita un ‘don para los estudios’ (...) creencia que ayuda, sin duda, a “creer”, a tener el ánimo y la moral correspondiente (la del esfuerzo)” (p.154), y complementarla con la noción de *vocación* de Bertrand (2012), quien la entiende como la adopción de un proyecto de vida fuertemente interiorizado que inculca el sentimiento de *estar hecho*, o *haber nacido* para el fútbol. De esta forma, el compromiso y el sacrificio suponen una coherencia: el jugador trabaja para cumplir un destino que le está predeterminado; es por eso que moviliza el discurso de la *fe* o de la “pasión”, y que el sacrificio se hace en pos de un destino. Así, el lenguaje de la pasión pone a ese sacrificio como desinteresado, como desligado del interés económico.

Sacrificio y pasión son dos términos que aparecieron recurrentemente en Argentina y en Francia, respectivamente, y que podríamos señalar como motores simbólicos de la práctica, según el relato de los jugadores. Así, entre los futbolistas argentinos el dinero aparece

vinculada al sacrificio y es percibido, en primera instancia, como una herramienta que les permitiría devolver la abnegación con que padres y familiares los ayudaron en sus carreras. Su primera función, según estos relatos, sería funcionar como moneda de cambio para *pagar* la fe y la esperanza que sus seres próximos depositaron en ellos. En Francia, la referencia al dinero aparece ligada al concepto de *reussite*; el dinero forma parte de un conjunto de elementos englobados en el verbo *reussir*, que serían las conquistas que los jugadores observan como objetivo, como punto de llegada para imaginar una trayectoria satisfactoria. Esos elementos son, además del dinero, la familia propia, el bienestar, el placer por el juego o la pasión, siempre manifestados en términos individuales.

El dinero aparece entonces, para todos los jugadores entrevistados, en un lugar secundario de sus prioridades, al menos desde el discurso directo. Lo que prima son los valores tradicionales del deporte: competir, jugar, obtener victorias. Ningún jugador puso al dinero como su prioridad, aunque sí se permitieron señalar que entre sus compañeros había chicos que *sólo jugaban por la plata*. Esto implica que, si bien como señaló un entrenador del OM, *a los 15 años aún viven la etapa del sueño*, es indudable que los jóvenes de ambos países han naturalizado e incorporado la propuesta económica del campo futbolístico. Pero en sus relatos lo que se observa es que el dinero les interesa en primera instancia como medida de su valía deportiva, entendiendo que los salarios dependen de la calidad del jugador y lo perciben como una retribución por su nivel de juego. A los chicos les interesa el dinero porque es una medida de lo buenos futbolistas que son, y lo perciben más como un indicador de la competencia y del juego, que ligado a la vida material. Por eso mismo encontramos chicos que declaraban que estarían *orgullosos* si un club quisiera pagar una suma importante por sus transferencias, interpretando esta situación más como un logro deportivo que como un logro económico.

Sin embargo, en las experiencias vistas en campo y en las intenciones que adivinamos en las charlas con los jugadores, encontramos que el tradicional placer por el deporte o el éxito de gloria deportiva no es contradictorio con el anhelo de bienestar económico o incluso de acceso a lujos. Los chicos juegan también atravesados por fantasías y por la responsabilidad de darles nuevas posibilidades a sus padres y hermanos, y la imagen de gloria deportiva condensa el haber alcanzado todos esos elementos.

Pero los chicos saben que la gloria y el dinero sólo llegan siendo profesionales, de allí que todos sus esfuerzos están orientados a alcanzar ese objetivo. Y ese objetivo es individual, más allá de que la práctica del fútbol sea colectiva, lo cual implica que la competencia se da entre compañeros. Pero, además, ese objetivo también puede alcanzarse no necesariamente en el club en el que se encuentran, sino en otro.

Uno de los objetivos de esta investigación consistía en observar la recepción por parte de los jugadores juveniles de las ideas, valores y sentidos que la institución-club desplegaba en el proceso formativo con el objetivo de promover la mayor cantidad posible de jugadores al

profesionalismo. Lo que observamos es que esa recepción se produce de forma activa, y que los jugadores despliegan estrategias en el proceso. El hecho de tener un representante es una de esas estrategias que les permite contar con un respaldo en caso de ser descartados por el club, o con una herramienta de negociación en caso de continuar en la institución.

La figura del representante es disruptiva porque subvierte muchos de los preceptos básicos de una institución deportiva y de la práctica formativa amateur, lo que genera que, a ojos de los clubes, esta figura sea percibida negativamente. Para nuestro análisis, el manager demuestra la capacidad que tienen los jugadores de generar estrategias subjetivas, y por ende de poner en tensión la propuesta organizacional del club con sus propias representaciones.

## Referencias

- Alabarces, P. (2002). *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo.
- Archetti, E. (1985). Fútbol, violencia y afirmación masculina. *Revista Debates en la Sociedad y la Cultura*, 3.
- Bertrand, J. (2012). *La fabrique des footballeurs*. Paris: La Dispute.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Branz, J., Garriga, J., & Moreira, V. (comps.) (2013). *Deporte y ciencias sociales*. La Plata: Ediciones Universidad de La Plata.
- Bromberger C. (2001). *Le Match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*. Paris: Editions de la Maison des sciences del homme.
- Damo, A. (2007). *Do dom à Profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França*. Sao Paulo: Anpocs, Aderaldo & Rothschild.
- Durkheim, E. (1912). *Las formas elementales de la vida religiosa*. México: Colofón.
- Elias, N., & Dunning, E. (1994). *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*. Paris: Fayard.
- Faure, J. M., & Suaud, C. (1999). *Le football professionnel à la française*. Paris: PUF.
- Garriga, J. (2007). *Haciendo amigos a las piñas. Violencia y redes sociales en una hinchada de fútbol*. Buenos Aires: Prometeo.
- Giddens, A. (2011). *La constitución de la sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Giulianotti, R. (1999). *Football: a sociology of the global game*. Cambridge: Polity Press.
- Griffa, J. (1991). *39 años en divisiones inferiores*. Buenos Aires: Planeta.
- La Nación (2015, 8 de abril). De exportación: hay 1657 futbolistas argentinos por el mundo. <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/de-exportacion-hay-1657-futbolistas-argentinos-por-el-mundo-nid1782681>

- Mauger, G. (2004). Entre engagement politique et engagement sociologique. En S. Tissot, C. Gaubert & M. Lechien (Eds.), *Reconversions militantes* (pp.177-192). France: Presses Universitaires de Limoges.
- Meneses, J. P. (2013). *Niños futbolistas*. Barcelona: Blackie Books.
- Mignon, P. (1998). *La passion du football*. Paris: Odile Jacob.
- Moscovici, S. (2004). Precondiciones para la explicación en psicología social. *Polis*, 2, 11-47. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/437/432>
- Murayama, C. (2014). *La economía del fútbol*. México: Cal y Arena.
- Murzi, D., & Czesli, F. (2016). *De aprendices a profesionales. Un análisis comparativo de la formación de futbolistas en Europa y en América Latina* (Investigación inédita). Zúrich: FIFA, João Havelange Research Scholarship.
- Murzi, D., & Czesli, F. (2016). De la humildad a lo mental. Un análisis comparativo del proceso de formación de futbolistas profesionales en Argentina y en Francia. *Apuntes de Investigación del Cecyp*, 28, 162-182. <http://www.apuntescecyp.com.ar/index.php/apuntes/article/view/604>
- Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Potet, F. (2010, octubre 29). Sait-on encore former de bons joueurs de foot?. *Le Monde Magazine*. [http://www.lemonde.fr/sport/article/2010/10/29/sait-on-encore-former-de-bons-joueurs-de-foot\\_1432620\\_3242.html](http://www.lemonde.fr/sport/article/2010/10/29/sait-on-encore-former-de-bons-joueurs-de-foot_1432620_3242.html)
- Roderick, M. (2006). *The work of professional football. A labour of love?* London: Routledge.
- Roffe, M. (2000). *Fútbol de presión. Psicología aplicada al deporte*. Buenos Aires: Lugar Editorial S.A.
- Slimani, H. (2000). *La professionnalisation du football français: un modèle de dénégation*. (Thèse de doctorat). Université de Nantes, Centre Nantais de Sociologie. France.
- Wacquant, L. (2006). *Entre las cuerdas. Cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires: Siglo XXI.