

Fútbol para todos, un fenómeno de inclusión social

Luis Alberto Rivera*
Argentina

*F*útbol para todos es el programa desarrollado por el Gobierno argentino por medio del cual el Estado se queda con los derechos de televisación de los partidos del fútbol nacional para transmitirlos mediante los canales de televisión abierta, sin ningún tipo de costo para los aficionados. Rompe de esta manera la estructura tradicional de “pague por ver” que caracteriza a las transmisiones de este deporte a lo largo y ancho del planeta; así, se constituye en una política de inclusión social que permite a todas las clases sociales disfrutar y ser parte de un fenómeno cultural profundamente arraigado en el pueblo argentino.

Poner el fútbol a disposición de todas las personas, gracias a esta medida, es otro paso de empoderamiento popular que le da al deporte profesional un cariz inclusivo, tal como lo es el deporte social cuando apunta a la participación de todos los estratos sociales en su práctica y en su desarrollo.

* Periodista y Licenciado en Comunicación Social. Especializado en Periodismo Deportivo. Docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Profesor en el posgrado Especialización en Edición, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Jefe de redacción en *Diagonales.com*.

Fútbol para todos constituye así un programa revolucionario que puede ser tomado como ejemplo por cualquier gobierno del mundo, ya que no rompe la lógica de mercado y se transforma, al mismo tiempo, en una herramienta profundamente inclusiva.

Desde el año 2009, los argentinos disfrutan de su pasión más fuerte, el fútbol, sin restricciones, al menos cuando se trata de ver los partidos por televisión. Al decir “sin restricciones” se hace referencia a la más amplia acepción de la palabra: en efecto, las transmisiones de los partidos de los principales torneos de fútbol organizados por la Asociación del Fútbol Argentino son libres, gratuitos y de acceso universal.

Esto, que podría ser analizado apenas como un fenómeno comercial en el que entran en juego los derechos de televisación y el interés de los clubes afiliados a la AFA (en la Argentina los clubes son todas asociaciones civiles sin fines de lucro y no se autorizan las sociedades anónimas cuyo objetivo exclusivo sea el rédito económico), en realidad es un fenómeno de profunda inclusión social que da a los sectores menos favorecidos en la escala social la posibilidad de acceder a un espectáculo muy arraigado en la base cultural de los argentinos, sin más trámite que prender el aparato de televisión en sus hogares o donde cada uno lo quiera ver. Es más, por imperio del avance de la tecnología, hoy es posible ver los partidos, en directo y con alta definición, por medio de internet o con un dispositivo especial en los teléfonos móviles. La universalidad queda consagrada en su máxima expresión.

La creación de *Fútbol para todos* es el programa del Estado que controla, organiza y difunde los partidos de los torneos oficiales argentinos, los que juega la Selección Argentina de fútbol en todos sus torneos oficiales y hasta las citas deportivas más trascendentes del mundo en la que estén presentes deportistas argentinos. Este programa representa un hito en la construcción de derechos en un país que durante años fue relegando estrepitosamente el rol de un Estado constructor para dejar todo en manos de los privados, quienes terminaron haciendo su gran negocio a costillas de un pueblo que se fue acostumbrando a que eso era lo normal mientras perdía derechos año tras año.

Y en línea con un sinfín de políticas sociales que implementó el kirchnerismo desde su asunción al poder del país en 2003, la democratización del fútbol vino a completar una serie de restitución de derechos que se habían perdido casi de manera insalvable y que no hizo más que empoderar a millones de argentinos que volvían a descubrir esa sensación de ser parte del todo y de no sentirse excluidos.

Pero para entender perfectamente el alcance de esta una medida verdaderamente revolucionaria y con escasos antecedentes (el fútbol en el mundo es esencialmente un espectáculo por el que hay que pagar si se lo quiere ver), hay que recordar cuál era el escenario previo a la decisión que tomó el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner antes de que comenzara la temporada 2009-2010.

Los derechos de televisación del fútbol argentino estaban en poder de una empresa denominada Torneos y Competencias, que tenía firmado un contrato con la Asociación del Fútbol Argentino con preeminencia por más de veinte años y con vigencia hasta 2014. Su poder de decisión era total, ya que no solo determinaba cómo se transmitía cada partido, sino también establecía los horarios y, en algunos casos, los escenarios de esos encuentros de los torneos oficiales organizados por la AFA.

Torneos (como se denominaba popularmente a esta empresa) era una asociación de capitales privados en la que en los últimos años había tomado decididamente su control el poderoso Grupo Clarín. Tenía en su órbita la transmisión de los partidos de Primera División, del torneo de la Primera B Nacional (la segunda categoría en la Argentina) y de la Primera B Metropolitana (una de las dos terceras categorías de esa pirámide). Mientras en el certamen más trascendente transmitía la totalidad de los encuentros, en las dos categorías subsiguientes la empresa elegía algunos partidos para su difusión, lo cual hacía de manera discrecional.

Todas sus transmisiones se realizaban mediante el sistema de televisión por cable y jamás por medio de los canales abiertos de acceso universal. En el caso de los clubes de mayor repercusión popular y en los denominados “clásicos”, es decir, los partidos de mayor audiencia televisiva, los encuentros se ofrecían por un sistema codificado que exigía un pago previo adicional al sistema básico

de cable. Como queda claro, ningún partido del fútbol argentino era abierto ni mucho menos de acceso para todos.

En el sistema codificado se daba una particularidad: apenas un 10 % de los abonados al cable pagaban ese abono adicional. En Argentina, al momento de la aparición de *Fútbol para todos*, existían unos 6 millones de abonados al cable y apenas unos 600 000 se habían adherido al sistema Fútbol Codificado. En términos de costos, el abono básico era de unos 35 dólares, mientras que por el codificado se abonaba un diferencial de unos 5 dólares más, y otros 10 dólares por los partidos en sí mismos; a cualquier argentino ver fútbol en su casa le costaba unos 50 dólares.

Esto se convirtió en un gasto casi suntuoso en millones de hogares argentinos, sobre todo en momentos de crisis profunda, con pérdida de empleo y caída estrepitosa del salario, como sucedió en la década del 90, cuando se impusieron las ideas neoliberales que sumieron en la pobreza al 25 % de la población.

Este escenario de fútbol para pocos generó costumbres atípicas: era increíble ver a miles y miles de argentinos buscar el hogar de un amigo o familiar para poder ver a su equipo por televisión, o trasladarse hasta un bar en el que tuvieran el servicio de fútbol codificado. Claro está, esta última posibilidad no era posible para muchos. Para ver los partidos en un bar, había que consumir y pagar: la ecuación para un vasto sector de la sociedad seguía sin cerrar.

Aún en los peores momentos de la economía de esta parte del mundo, el negocio para los dueños de los derechos televisivos era floreciente. El Grupo Clarín elaboró una audaz y agresiva planificación que lo convirtió en el señor todopoderoso el fútbol argentino.

Primero se hizo de la mayoría accionaria de la empresa Torneos, la que suscribió el millonario contrato con la AFA. Se aseguró así de tener el control de la organización del fútbol argentino. Y con la exclusividad de transmisión de los partidos, empezó a condicionar a los cientos de prestatarios de los servicios de cable en todo el país: aquel que no aceptaba las condiciones que imponía, no tenía el fútbol en su grilla. Eso llevó a la asfixia de esas pequeñas empresas cableras del país, las que terminaron vendiendo sus acciones a las poderosas –controlan cerca del 80 % del mercado– Cablevisión o

Multicanal, las dos empresas pertenecientes al Grupo Clarín, que se quedó nada menos que con 320 licencias de cable en todo el país y concentró más del 80 % de la señal de cable; su posición dominante estaba más que asegurada tras una política agresiva y extorsiva que terminó rindiendo sus frutos. Así, impuso su sello y se convirtió en actor preponderante. Fijó tarifas y condiciones. Y armó un negocio fenomenal: vendía el servicio de cable, los derechos de transmisión del fútbol y la publicidad que todo ello conllevaba. Todo en una sola mano. La recaudación total de la empresa en su último año de vigencia del contrato con la AFA superó, según cifras oficiosas, porque las reales nunca fueron dadas a conocer, los 750 millones de dólares, mientras que lo que pagó por canon apenas superó los 55 millones.

La discusión por un negocio más justo para las dos partes (la AFA reclamaba enfáticamente un aumento del canon mientras que Torneos ajustaba a voluntad porque un contrato de larga duración lo avalaba) tensó la situación en el invierno de 2009 y fue entonces cuando la presidenta argentina, Cristina Fernández de Kirchner, hizo la propuesta y dio origen a una revolución de derechos en el fútbol argentino.

Fue el momento en que el Estado se convirtió en el poseedor de esos derechos y los ofreció al pueblo en transmisiones públicas, abiertas y sin ningún tipo de costo adicional: cada argentino que lo deseara podía ver, desde entonces, los partidos de su equipo sin más trámite que prender el aparato de televisión en su casa. Y, como adicional, se instrumentó a través de TV pública la transmisión en HD con la más sofisticada y última tecnología.

Esa decisión de darle más derechos al pueblo estuvo en sintonía con una batería de medidas de gobierno, que incluyeron políticas de mayor impacto como la Asignación Universal por Hijo y Embarazada, la Ley de Matrimonio Igualitario, la implementación de las paritarias libres, la creación de más de cinco millones de puestos de trabajo, el plan Progresar, de estímulo a los jóvenes para que prosiguieran sus estudios; el plan Procrear, de acceso a la vivienda mediante préstamos a muy baja tasa; los aumentos a jubilados por Ley de Movilidad Jubilatoria y el plan Conectar Igualdad, con más de cinco millones de computadoras entregadas a los niños y jóvenes en edad escolar, por citar a las más destacadas.

Entonces, los grupos económicos concentrados respondieron con una profunda avanzada mediática que se enfocaba en la máxima que reza que el Estado no debe meterse en el negocio de los privados. La frase más elocuente de esos tiempos fue la del CEO de la empresa Torneos, Marcelo Bombau, quien señaló: “Esto es inaudito. Lo más democrático es que el que quiere ver, pague”. Toda una declaración de principios para entender la etapa que se cerraba y, fundamentalmente, la que se abría.

La palabra *derecho* se torna fundamental para entender esta medida como una política de inclusión social. Esto implica poner en marcha un nuevo mecanismo de intervención estatal, que contempla tres dimensiones para entender la política de derechos (CEPAL, 2006): la primera constituye una dimensión ética, pues se rige por principios plasmados en los derechos que deben ostentar un carácter vinculante; la segunda puede definirse como una dimensión procesal, es decir, mecanismos previstos que sirvan para facilitar el diálogo entre actores sociales y políticos, y que permitan traducir los acuerdos logrados en instrumentos normativos y dichos instrumentos, en políticas; por último, existe una dimensión de contenidos relativos a la protección social, para que oriente acciones concretas en los campos donde la población se sienta más desprotegida, como la salud, la educación, la seguridad social, etc.

Conforme a esta perspectiva, las acciones de política social que se emprenden no deben ser consideradas como el cumplimiento de mandatos morales o justificadas solamente sobre consideraciones políticas y económicas, sino, fundamentalmente, como la vía escogida para hacerle mejor la vida a la población.

De eso se trata, claramente, el haber puesto al fútbol argentino al alcance de todos. Es, ni más ni menos, otro acto de empoderamiento que tiene como marco un fenómeno de inclusión social en el que se igualan los derechos de toda una sociedad, sin importar la clase social, su poder adquisitivo o la región en la que se asiente cada uno de sus miembros.

Difícilmente pueda igualarse esta situación a la aplicación de los derechos humanos básicos como la salud, el trabajo y la educación; pero, en un plano de ampliación de derechos, no puede ser

considerado menos que otro fenómeno de inclusión social el haber puesto al alcance de todos un bien cultural de profunda raigambre popular como el fútbol.

Si es verdad, como señalan Abramovich y Pautassi (2009), que “las situaciones de pobreza determinan la privación de algunas libertades básicas” (p.72), no es menos cierto que los periodos de estabilidad o de crecimiento obligan a los conductores de los procesos políticos a tomar medidas de inclusión social que reparen los daños cometidos en aquellas situaciones.

En el trabajo citado, los autores explican que “la pobreza y, por qué no, la exclusión social, no estarían solo ligadas a la carencia de recursos económicos, sino que dependerían de múltiples factores, entre otros los políticos institucionales”. (Abramovich y Pautassi, 2009, p.104). En esta afirmación se concentra gran parte de la explicación de por qué se trata de un acto de inclusión social la universalización de las transmisiones televisivas del fútbol en Argentina. Si se da por hecho que la exclusión social no es solo una cuestión económica, sino que depende de múltiples factores, entre los cuales los políticos institucionales son determinantes, la inclusión social no debería ser solamente consecuencia de un bienestar económico, sino también fundarse en una clara decisión política.

Esto es lo que hizo el gobierno argentino en 2009. Entendió que la decisión de estatizar los derechos televisivos del fútbol constituía una forma más de darle a su pueblo un elemento que no tenía ya que ver con una cuestión económica (que de hecho también lo es), sino que también era un principio social: darle lo que se les había quitado.

La inclusión social asoma como un concepto bastante nuevo y se ha empezado a nombrar cada vez más insistentemente dados los procesos de concentración de capital que ha puesto a las economías periféricas en franca situación de postergación. La Unión Europea, responsable de muchas situaciones de exclusión social, como lo demuestra el reciente caso de Grecia, define dicha inclusión de la siguiente manera: “proceso que asegura que aquellos en riesgo de pobreza y exclusión social, tengan las oportunidades y recursos necesarios para participar completamente en la vida económica, social

y cultural, disfrutando un nivel de vida y bienestar que se considere normal en la sociedad en la que ellos viven” (Atkinson, Cantillon, Marlier y Nolan, 2002, p.123). La definición viene de maravilla para el tema en cuestión: el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner dotó de recursos y oportunidades a vastos sectores de la sociedad argentina que pudieron así empezar a participar de la vida cultural, pues se entiende que el fútbol ya no es solo una contienda deportiva, sino uno de los fenómenos culturales más populares del país.

Las políticas de inclusión social sirven para corregir los resultados negativos de las políticas, sean estos intencionales (discriminación sistemática) o no (fracaso en reconocer el impacto diferencial de las políticas sobre los individuos o grupos). Una perspectiva que parta de esta inclusión puede contribuir a agudizar estrategias que tengan como propósito lograr el desarrollo humano por medio del acercamiento a la discriminación, la exclusión y la falta de poder.

El *Fútbol para todos* potencia ese desarrollo humano en cuanto ya no solo debe entenderse cual acceso a un bien cultural como el fútbol, sino también en el plano de los lazos familiares y sociales que pueden establecerse en el simple hecho de ver un partido en el ámbito de los afectos más estrechos. ¿Cuánto mejor será para un padre compartir un domingo con sus hijos en torno a un juego que deshacer ese lazo por la búsqueda de otra actividad que no puedan compartir? ¿Qué mejor que un rato con amigos para ver al equipo al que aman?

Hasta 2009, el negocio privado del fútbol actuaba como un agente de discriminación, exclusión y falta de poder. Con la medida revolucionaria de hacerlo para todos, se rompe con esa realidad y se le da otro derecho más a todos los habitantes del país, pero especialmente a los sectores más postergados durante la patria neoliberal y que lentamente se han ido empoderando en el periodo que comenzó en Argentina en 2003.

Referencias bibliográficas

- Atkinson, A. B., Cantillon, B., Marlier, E. y Nolan, B. (2002). *Indicadores Sociales: La Unión Europea y la inclusión social*. Oxford, Inglaterra: Oxford University Press.
- Arriba, A. (2002). El concepto de exclusión en política social. *Revista Trabajo Social Hoy*, (35) , Pág. 72.
- Bisquerra, R. (1996). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid, España: Ediciones CEAC.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. Ciudad de México, México: Grijalbo.
- Castel, R. (1995). *De la exclusión como estado a la vulnerabilidad como proceso*. Barcelona, España: Archipiélago.
- Doelker, C. (1992). *La realidad manipulada*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Durkheim, E. (2004). *Las reglas del método sociológico*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- García Canclini, N. (1985). *Cultura y Sociedad: Una introducción*. Ciudad de México, México: Secretaría de Educación Pública.
- Jaunarena, J. (2012). *Los medios masivos de comunicación audiovisual y la representación de la realidad*. La Plata, Argentina. Cuaderno de cátedra del Taller de Producción Audiovisual I, Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP,
- Jauretche, A. (1996). *El medio pelo en la sociedad argentina: Apuntes para una sociología nacional*. Buenos Aires, Argentina: Corregidor.
- Kaplan, C, con la colaboración de Sebastián, G. (2006). *La inclusión como posibilidad*. Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.
- Nun, J. (2001). *Marginalidad y exclusión social*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Pasquali, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila.
- Tenti, E. (1991). *Pobreza y política social: Más allá del neosocialismo*. En E. Isuani, R. Lo Vuolo y E. Tenti, *El Estado Benefactor: Un paradigma en crisis*. Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila/CIEPP.

