Que el fútbol profesional moderno, a la vez que otros muchos deportes, se ha convertido de forma paulatina en un espectáculo con una finalidad comercial, que conlleva un deterioro del perfil puramente deportivo de las diferentes competiciones, es algo que veníamos analizando en este espacio desde hace bastante tiempo. Por si acaso nos equivocábamos, el devenir de los acontecimientos viene a darnos la razón una vez más con ejemplos cada vez más evidentes y sangrantes.

Y es que hace unas semanas teníamos la noticia de que la Liga de Fútbol Profesional (LFP) tenía planteado celebrar alguno de sus partidos en territorio estadounidense. Y aquí no pasaría nada si un componente esencial de la celebración de un partido de fútbol no fuera la presencia de los aficionados. Aquellos que hemos ido a partidos de fútbol a apoyar a nuestros respectivos equipos lo sabemos perfectamente: un elemento esencial de la emoción y de esa inexplicable pasión que produce el fútbol es el ambiente en el campo. En los últimos años, principalmente en los campos de los clubs más grandes, se ha evidenciado esta tendencia a desplazar al

hincha de de toda la vida convirtiendo los partidos en una atracción turística, donde quienes visitan nuestro país ven los partidos de fútbol como si de una visita al Museo del Prado o al Parque Güell se tratase. La sustitución del aficionado de toda la vida por el turista es parte de la estrategia de los clubs para exportar su marca por todo el mundo y extender su influencia, aunque eso conlleve que los estadios se llenen más de cámaras y silencios que de "tifos" y cánticos.

Esta intención, que aun se está estudiando y todavía parece estar lejos de celebrarse, es un nuevo paso en el proceso que hemos mencionado anteriormente. Ya no es solo que a través de los precios prohibitivos de las entradas se expulse de hecho al aficionado que provenga de la clase trabajadora, sino que lo que se pretende ahora es mover el emplazamiento de los partidos a miles de kilómetros donde este aficionado ya no tendrá ninguna posibilidad de desplazarse para animar a su equipo. Riámonos del atropello que supuso el que pusieran partidos en días laborables o al mediodía para beneficiar la retransmisión de los partidos en el mercado asiático.

Hay demasiados ejemplos que evidencian que los equipos profesionales tienen la clara intención de desplazarnos cada vez más, de que nos les interesan ni lo más mínimo los sentimientos e intereses de los seguidores, que lo que importa es convertir el fútbol en un negocio lo más rentable posible.

Que los clubs de fútbol se conviertan en empresas va en perjuicio de la esencia de este deporte y de quienes verdaderamente lo han hecho grande, que no son otros que los aficionados que cada fin de semana han estado durante décadas animando a sus equipos y dándoles fuerzas con su voz a los jugadores.

No hay excusas que justifiquen este deterioro y este ataque a los intereses de los aficionados. ¿En que nos beneficia a nosotros que en Asia se sigan los partidos de nuestros equipos si aquí nadie los puede ver porque no se lo permiten sus horarios o su economía? Tal vez nos dirán algunos que si no fuera por esta expansión económica de los clubs el "espectáculo" se vería deteriorado por que ya no se moverían tantos millones y los clubs de fútbol no tendrían la posibilidad de acaparar a los mejores jugadores. ¿Pero qué ganamos los aficionados con un modelo de deporte tan costoso al que no podemos acceder? Esto no es más que un ejemplo más de la capacidad del capitalismo para mercantilizar todos los ámbitos, incluido el ocio y el deporte. Sinceramente, mi opinión es que aquellos que solamente valoran este deporte en esos parámetros o no les gusta el fútbol o no han entendido absolutamente nada de lo que ha hecho que el fútbol sea hoy en día el deporte rey.