



REVISTA CENTRAL DE SOCIOLOGÍA

17

ISSN 0718-4379 versión impresa
ISSN 2735-7058 versión en línea

Matías González Torrealba

Aproximación al modelo de sociedades anónimas deportivas chilenas. El caso de Blanco & Negro S.A.

Liber Benítez y Camilo Rua

Pequeños futbolistas para grandes ligas en el estudio del fútbol infantil uruguayo

Marco Bettine y Diego M. Gutierrez

La Copa Mundial de la FIFA: un análisis de Sudáfrica, Brasil y Rusia

Lorenzo Abbona Castagno

El papel del fútbol en la independencia de Argelia (1954-1962)

Felipe Tavares Paes Lopes

La actuación de colectivos activistas de hinchas en las calles y estadios de São Paulo

REVISTA CENTRAL DE SOCIOLOGÍA

Director Revista Central de Sociología

Dr. Nicolás Gómez Nuñez

Editor Revista Central de Sociología

Mag. Rodrigo Larraín Contador

Comité Editorial Revista Central de Sociología

Dra. Beatriz Revuelta Rodríguez
Universidad Central de Chile

Dr. Diego Pereyra
Universidad de Buenos Aires

Dr. Darío Rodríguez Mansilla
Universidad Diego Portales

Dr. Fabio Engelmann,
Universidade Federal do Rio Grando do Sul

Dra. Nélide Cervone
Universidad de Buenos Aires

Dr. Domingo Garcia-Garza
CESSP Centro Europeo de Sociología y
Ciencias Políticas

Dr. Luis Gajardo Ibáñez
Universidad Central de Chile

Dr. Emilio Torres Rojas
Universidad Central de Chile

Consejo de Evaluadores

Dra. Svenska Arensburg Castelli
Universidad de Chile

Dr. Marcelo Martínez Keim
Universidad de Santiago de Chile

Dr. Luis Campos Medina
Universidad de Chile

Dr. Odín Ávila Rojas
Universidad del Cauca

Mg. Edison Otero Bello
Universidad Central de Chile

Dr. Fabien Le Bonniec
Universidad Católica de Temuco

Dr. (c) Sebastián Moller Zamorano
Universidad Católica De Lovaina

Dr. Salvador Millaleo Hernández
Universidad de Chile

Dr. Manuel Gárate Chateau
Universidad Diego Portales

Dr. Juan Carlos Oyadel
Universidad Nacional Andrés Bello

Dra. Jeanne Hersant
Universidad Nacional Andrés Bello

Dr. (c) Javier Ugarte Reyes
FLACSO-Argentina

Dr. (c) Mag. Daniel Palacios Muñoz
Universidad Alberto Hurtado

Revista Central de Sociología. Nº17 - diciembre 2023

ISSN 0718-4379 versión impresa; ISSN 2735-7058 versión en línea.

Edita: Sociología de la Facultad de Educación y Ciencias Sociales. Universidad Central de Chile

Correspondencia: Lord Cochrane # 414, Torre A 2° Piso / Santiago - Chile

Teléfono (56) 2-5826513 / Fax (56) 2-582 6508 / E-Mail: nicolas.gomez@ucentral.cl

www.centraledesociologia.cl

Diseño: Patricio Castillo Romero

SUMARIO

5 Presentación

Artículos científicos dossier Fútbol, Poder y Superligas

8 Aproximación al modelo de sociedades anónimas deportivas chilenas. El caso de Blanco & Negro S.A.

Approach to the model of Chilean's sport corporations. The case "Blanco & Negro S.A."

Matías González Torrealba

33 Pequeños futbolistas para grandes ligas en el estudio del fútbol infantil uruguayo

Little football players for big leagues in the study of Uruguayan children's football

Liber Benítez y Camilo Rua

57 La Copa Mundial de la FIFA: un análisis de Sudáfrica, Brasil y Rusia

The FIFA World Cup: An analysis of South Africa, Brazil and Russia

Marco Bettine y Diego M. Gutierrez

75 El papel del fútbol en la independencia de Argelia (1954-1962)

The role of football in the independence of Algeria (1954-1962)

Lorenzo Abbona Castagno

93 La actuación de colectivos activistas de hinchas en las calles y estadios de São Paulo

The performance of football fan activist collectives in the streets and stadiums of São Paulo

Felipe Tavares Paes Lopes

Reseña

113 El Chile de hoy y del mañana: Una mirada interdisciplinaria a los desafíos del país en el siglo XXI. Germán Sanhueza, Guido Asencio y René Fernández.

Por Diego Durán Toledo

Aproximación al modelo de sociedades anónimas deportivas chilenas. El caso de Blanco & Negro S.A.

Approach to the model of Chilean's sport corporations. The case "Blanco & Negro S.A."

Fecha de recepción: 22 de marzo de 2023 / Fecha de aprobación: 18 mayo de 2023

Matías González Torrealba¹

Resumen

Este artículo utiliza la teoría de campos sociales y el análisis crítico del discurso para abordar el fenómeno de las sociedades anónimas deportivas que administran los clubes deportivos en Chile. Se estudia el caso de Blanco & Negro S.A., concesionaria a cargo del Club Social y Deportivo Colo – Colo.

El objetivo de la investigación es reflexionar en torno a las comunicaciones de los directores de Blanco & Negro S.A. y el uso de estas como estrategia en la disputa del poder. Se realizó una revisión documental, en donde se presentan discursos del grupo estudiado, por medio de fichas de registro documental.

Como conclusión, se identifica al capital político y económico, como los principales objetivos de los agentes que ingresan al directorio de la concesionaria, esto marcado por el campo económico y particularidades propias de los agentes involucrados y de las características institucionales del Club Social y Deportivo Colo – Colo.

Palabras claves: Organización deportiva, mercantilización, fútbol empresa.

Abstract

This article uses the theory of social fields and critical analysis to address the phenomenon of sport corporations managed by Chilean's sport clubs. Study case "Blanco & Negro S.A." under the administration of "Club social y deportivo Colo-Colo".

The objective of the investigation is to reflect on the way "Blanco & Negro S.A." directors communicate and the use of it as a strategy in the dispute of power. A documentary review was carried out, where the speeches of the studied group were presented through documentary record sheets.

As a conclusion, political and economic capital is identified as the main objectives of the agents who enter the board of the concessionaire, marked by the economic field and specific characteristics of the agents involved and the institutional characteristics of the Club Social y Deportivo Colo – Colo.

Keywords: sport corporation, merchandising, soccer's companies.

¹ Investigador independiente, Santiago. Chile. Correo electrónico: gonzaleztorrealbamatias@gmail.com

Introducción

El día 23 de enero del año 2002 marca un quiebre irreversible en la organización deportiva de nuestro país, es la fecha en la que la jueza Marchant declara la quiebra del Club Social Deportivo Colo – Colo² (en adelante, CSD Colo – Colo), siendo la primera organización deportiva en el país en ser declarada quebrada. Lo inaudito de este dictamen es que previo a este suceso, los clubes deportivos eran considerados organizaciones sin fines de lucro, surgidas desde la base social de pequeños grupos (lo cual no niega la posibilidad de transformarse con el tiempo, en grandes instituciones profesionales) (Santa Cruz, 2003) en los cuales las personas se asocian voluntariamente en torno a satisfacer sus expectativas deportivas y sociales, no obstante, este argumento es descartado dada las grandes cifras monetarias que transa la institución. A raíz de este hecho, los clubes deportivos debieron revisar su funcionamiento para evitar la situación de quiebra, posteriormente, en 2005 se promulga la Ley 20.019, de Sociedades Anónimas Deportivas (en adelante, SADP), la cual busca ordenar la administración de los clubes.

Este documento busca contribuir a la comprensión de las relaciones internas que existen dentro del directorio de la concesionaria que está a cargo del CSD Colo – Colo hasta el año 2035, entendiendo que este grupo se compone de individuos reconocidos como empresarios/as que ingresan a un espacio vinculado a una institución de más de 90 años de historia, que cuenta con seguidores a lo largo de todo el país altamente identificado con los valores sociales que ha promovido durante su historia, los cuales se contraponen a lógicas empresariales o neoliberales. Por medio de las comunicaciones de estos individuos se puede dilucidar los conflictos por el poder dentro del directorio y con el entorno cercano; y las estrategias usadas para lograr imponer su influencia sobre el resto del directorio, y en consecuencia, sobre el resto de la institución.

En nuestro país los clubes deportivos han surgido desde diversas asociaciones de la población que busca un espacio de recreación, existen los que representan a localidades, a colonias extranjeras, a casas de estudios, etc. Los hay por todo el territorio, se identifican con colores determinados que los diferencia unos con otros, y sus seguidores proyectan sus expectativas y valores sobre ellos (Acuña y Acuña, 2017). Son también, el motivo de la creación de las barras bravas, organizaciones informales que se caracterizan por su fanatismo por un club determinado y que muchas veces justifican el uso de violencia contra barras de otros equipos, en su afán por ser la mejor. Los miembros de estas organizaciones asumen su vulnerabilidad en la sociedad, dada las múltiples carencias materiales, y ven en su equipo la posibilidad de ejercer el sentido de pertenencia (Santa Cruz, 2003). También, cumplen con un rol integrador en la sociedad, si bien el deporte es el principal motivo de reunión, a partir de éste se involucra no tan solo a los deportistas, sino que también a familias y localidades completas, generando ambientes de compañerismo, solidaridad y fraternidad.

2 El 23 de enero se declara en quiebra al CSD Colo – Colo, dada la solicitud de la Asociación Chilena de Leasing que acusa una deuda que asciende a los 59 millones.

Ofrecen una amplia gama de deportes, no obstante, el balompié es quien reúne recursos económicos y visibilidad que permite en mayor medida su profesionalización, mientras que las otras disciplinas aún mantienen características amateurs.

En nuestro país el nacimiento de los clubes estuvo vinculado con la búsqueda de un espacio de integración, diversión y generación de identidad de comunidades de personas con gustos e intereses similares, siendo estas instituciones sociales y deportivas representativas de aquello. Esas comunidades descubrieron en el fútbol un lugar donde compartir, organizándose en la estructura que la ley les permitía: corporaciones sin fines de lucro cuya labor social es el fútbol (De Ferari y Maino, 2016, p. 16).

En el caso del CSD Colo – Colo, su organización se basó en la democracia, por medio de asambleas, en donde participan los socios y socias del club, quienes son los mismos que por medio de votaciones eligen a sus dirigentes, bajo la lógica de “1 socio/a, un voto”. Este tipo de organización permitió generar una red de socios y socias, que mediante su compromiso en el pago de las cuotas, le otorgó sanidad económica a la institución (Campos y Duran, 2015). El club mantuvo este funcionamiento, salvo en 2 intervenciones particulares por parte de la Asociación Central de Fútbol³, en primer lugar, en el año 1986, cuando se ordena la instalación del grupo Banco Hipotecario de Chile (BHC) en la dirigencia, y en 1980, cuando el club adeuda más de \$127.742.55 (Matamala, 2015), dando señales de que el fútbol más que ser un problema entre privados, es una preocupación de Estado (Santa Cruz, 2003).

Pero tal como plantea Matus, Vilanova, Puig y Vidal (2018) los clubes deportivos más que ser indiferentes a la situación país, responden a su contexto, adaptando y transformando sus prácticas. De esta manera, podemos ver grandes cambios a raíz de las secuelas de la dictadura militar, y que afectó en gran medida a los clubes deportivos profesionales desde la década de los 90's en adelante.

El sistema neoliberal instaurado a fuerzas en el país, por medio la constitución de 1980 promovió la mercantilización de distintos aspectos de la vida, en donde se busca el menor gasto fiscal, otorgándole al sector privado la posibilidad de hacerse cargo de materias sociales, tales como la educación, salud, seguridad social, entre otras (Mondaca, 2019). Si bien, las consecuencias de este giro afectó por completo a toda la sociedad, los efectos varían según la clase social y el nivel adquisitivo de la población, por ejemplo, el sistema propuso como valor el individualismo, que permite a quienes tienen mayor nivel adquisitivo poder aumentar sus riquezas, sin contemplar una repartición equitativa de los bienes generados por el trabajo y asumiendo una competencia deliberada, por otro lado, este mismo valor generó desarticulación entre los sectores trabajadores, quebrando los lazos entre ellos, los cuales permitían

3 La FIFA, organismo mundial a cargo de la organización de la competencia futbolística, ha manifestado en múltiples ocasiones el rechazo de las intervenciones de Estados en clubes deportivos. Estas prácticas pueden llegar a ser castigadas con la desafiliación del país o del club en competencias oficiales.

el apoyo ante situaciones de crisis, en donde el Estado no se hace presente y tampoco es posible el acceso al sector privado, debido al costo que este conlleva.

Paralelamente, los clubes nacionales cosechan grandes participaciones en el plano internacional en la década de los 90's, y la selección chilena logra volver a una competencia internacional en el mundial de Francia 1998⁴. Esta sensación de triunfo atrajo a empresas privadas que se interesaron por promocionar su marca en la indumentaria de los clubes, o en los estadios donde juegan, pagándole a las instituciones grandes montos económicos, sumado a esto, se perciben las ganancias de la competencia de los canales de televisión por transmitir los partidos, y un creciente mercado basado en el *merchandising* de las imágenes de los equipos. En consecuencia, los clubes también comenzaron a invertir más dinero en la contratación de jugadores de renombre internacional y en generar un mayor espectáculo en torno al fútbol -un manejo descontrolado de estas cifras es lo que llevó a distintos clubes a deudas que terminarían quebrándolos económicamente, tal como ocurrió con el CSD Colo – Colo.

Este ambiente fue propicio para el impulso de la Ley de Sociedades Anónimas Deportivas (Ley 20.019), en ésta los antiguos clubes deportivos son definidos como "Organizaciones deportivas profesionales" y deben optar por ser SADP, corporaciones o fundaciones. Las SADP son definidas como "aquéllas que tienen por objeto exclusivo organizar, producir, comercializar y participar en actividades deportivas de carácter profesional y en otras relacionadas o derivadas de éstas" (2005). La ley no hace referencia al cumplimiento de un rol social, y más bien enfatiza en la necesidad de asegurar la estabilidad financiera que permita a las organizaciones deportivas profesionales mantener sus competencias deportivas. Así mismo, tampoco existe un pronunciamiento respecto a la participación de los socios o socias de los clubes que pasan a ser SADP, solamente hacen mención que el club podrá tener representación si adquiere acciones en la sociedad concesionaria.

Existe una serie de críticas que ha recibido el modelo de las SADP, tales como la pérdida del rol social que cumple el deporte, debido a que la legislación no obliga a las SADP a hacerse cargo en esta materia (Campos y Durán, 2015), así mismo se avanza en la línea en donde la idea de club social es remplazada por una empresa que administra el patrimonio, imagen, y con ello la historia de otras instituciones (Lopez-Magnet, 2020). Por otro lado, la desvinculación de los socios y socias en la toma de decisiones dentro del club, los transforma desde hinchas-políticos, a una posición de mero consumidor (Cabello y Vergara, 2020) limitando la estructura de oportunidades en la participación dentro de la organización.

Ahora bien, en el presente se exhibirá el caso de Blanco & Negro S.A., quien fue la primera SADP del fútbol chileno, vinculada al CSD Colo – Colo. El 2005 se firma el contrato de concesión, el proyecto fue presentado por Sergio Guzmán (representante de la Corredora Larraín Vial), Cristian Varela (ex presidente del CSD Colo – Colo)

4 Dentro de los logros destacan: Colo – Colo campeón de la copa libertadores en 1991, Colo – Colo campeón recopa 1992, Colo – Colo campeón copa interamericana 1992, Universidad Católica campeón copa interamericana en 1994

y Patricio Jamarne (síndico) (Valenzuela, 2019), y consiste en que el CSD Colo – Colo cede todos sus activos a la concesionaria, y esta se compromete a pagar sus deudas, recuperar la inversión inicial de los accionistas, realizar inversiones en el estadio Monumental, y ceder acciones de tipo “A” al CSD Colo – Colo que le permite elegir a 2 directores/as que representan al club dentro de la mesa directiva de B&N S.A. (la cual se compone de 9 directivos en total). En lo financiero, la concesionaria aun no logra pagar la deuda inicial, en la junta de accionista del 2022 informa que la deuda al fisco asciende a los 15 millones dólares, a 17 años de haberse firmado el contrato de concesión (Colo – Colo, 2022).

En consecuencia, Colo – Colo, se convierte en el primer club en formalizar un vínculo con una concesionaria, este suceso sirve como ejemplo para el resto de los clubes. El club presenta particularidades que hacen reflexionar sobre el interés de empresarios/as de ingresar al negocio futbolístico, tales como la popularidad de la institución. Colo – Colo, ha liderado los *ranking's* de asistencia al estadio en los últimos años (Estadio seguro, 2020; 2021; 2022), y además, según la 7° encuesta GfK del fútbol chileno (2019) el 42% de los encuestados/as afirman su preferencia por Colo – Colo (Diapositiva 23), según la misma encuesta, el club mantiene preferencia en los estratos socioeconómicos más bajos (Diapositiva 28), y en todas las regiones del país (Diapositiva 32). Este interés en el club, genera una constante presión hacia quienes los dirigen, entendiendo que las malas prácticas administrativas o malos resultados, impactan fuertemente en sus seguidores que ven al club no tan solo como un equipo de fútbol, sino como parte importante de su vida.

Los miembros del directorio de B&N S.A. son variados, hay empresarios del rubro del *retail*, corredoras de acciones, centros comerciales, entre otros. Muchos de ellos han sido cuestionados por su ética empresarial, estando envueltos en casos como: Caso cascada⁵ o el cartel del confort⁶, cabe considerar que los empresarios que ingresan ya cuentan con un capital económico formado y no necesariamente son seguidores reconocidos de Colo – Colo, o bien, tienen cercanía con el deporte, por lo que cabe cuestionarse cuál es su intención de participar en estos ámbitos.

5 Se conoce como “caso cascada” al episodio de corrupción en donde participó Leonidas Vial. Según investigaciones, se descubrieron patrones en la compra y venta de acciones entre el 2009 y 2011, las que favorecen a los accionistas mayoritarios (entre ellos Leonidas Vial) por sobre el resto. Dentro de las empresas que reportaron pérdidas por estos movimientos, se encuentra una serie de empresas en donde se invierten los fondos AFP, por lo que, las pérdidas también se vieron reflejadas en los ahorros de los/as trabajadores/as que imponen en el sistema obligatorio para su jubilación.

6 El “cartel del confort” operó entre 2000 y 2011, y consistió en fijar los precios de productos como papel higiénico, servilletas, entre otros. Las empresas vinculadas fueron CMPC y PISA, ésta última fue representada por el empresario Gabriel Ruiz-Tagle. Durante la investigación se identificaron métodos utilizados por los empresarios para no ser descubiertos, tales como utilizar teléfonos prepagos, comunicarse mediante correos electrónicos con nombres o alias distintos, arrojar computadores con información al río para eliminar evidencia, entre otros.

Marco conceptual

Para abordar el fenómeno de las SADP, se utilizará un enfoque basado en la teoría de campos sociales de Bourdieu, estos son definidos como:

Una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones, por su situación presente y potencial (*situs*) en la estructura de distribución de especies del poder (o capital) cuya posesión ordena el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo, así como por su relación objetiva con otras posiciones (dominación, subordinación, homología, etcétera) (Bourdieu P. y Wacquant L., 2005, p. 150).

En otras palabras, el campo social representa el espacio (muchas veces con límites difusos) en donde diversos agentes compiten constantemente para hacerse poseedor de lo que puede ofrecer el mismo campo. Existen reglas implícitas para los agentes participantes, no obstante, éstas son constantemente redefinidas por aquellos que ostentan las estructuras de poder dentro del campo.

Múltiples campos conviven para configurar la sociedad, éstos son autónomos en la medida que son capaces de conformar sus propias "reglas del juego" pero pese a esa autonomía, se mantienen en contacto con los otros campos.

Las disputas que se generan entre los agentes participantes se deben a que buscan obtener el "fruto" (*enjeux*) ofrecido por el campo, es decir, el capital, el cuál se caracteriza por ser altamente deseado y acumulable, es definido como:

Aquello que es eficaz en un campo determinado, tanto a modo de arma como de asunto en juego en la contienda, que permite a sus poseedores disponer de un poder, una influencia, y por tanto existir en el campo en consideración, en lugar de ser considerado una cifra desdeñable (p 151).

Cabe agregar, que tal como cada campo tiene sus propias reglas, también cada campo tiene su capital específico, lo que significa que ser acreedor de un gran capital en un campo, no ofrece ventaja en otro campo, como se mencionó anteriormente, estos gozan de autonomía que les permite diferenciarse.

Por último, el otro concepto relevante en la teoría de los campos es el de *habitus*, este hace referencia a:

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de *disposiciones* duraderas y transferidas, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser

objetivamente adaptas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta (Bourdieu, 2007, p. 86, cursivas originales del texto).

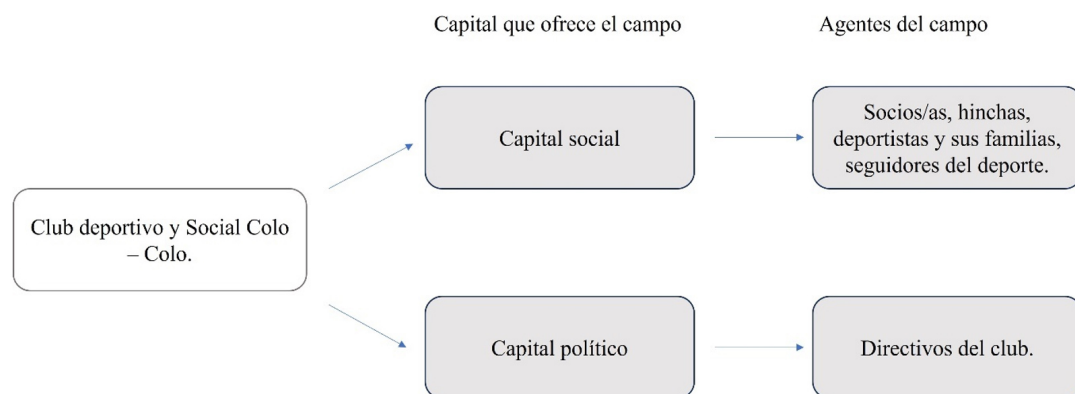
Por lo que, el *habitus* de los agentes, les ofrece un sistema de oportunidades para hacerse del capital dentro de los campos sociales. Estas condiciones responden a los grupos en donde los agentes fueron socializados (Guerra, 2010)

Ahora bien, dado este panorama general, es posible seguir el lineamiento de Bourdieu y hacer el intento de determinar a qué campo social pertenecen los clubes deportivos y las SADP. Según Heinemann (1999) los clubes deportivos se caracterizan por ofrecer satisfacción personal a los miembros, por medio de relaciones interpersonales y grupales, en las que las distintas partes que componen la red pueden beneficiarse, no obstante, no existe un ánimo de lucrar explícito, y dado su carácter voluntario, no son capaces de regular la vida pública de los miembros, sus principales características radican en el voluntariado, orientación hacia los intereses en común que comparten sus participantes, y un control democrático en la toma de decisiones (Heinemann, 1999). Los sujetos al involucrarse con el club, surge un compromiso hacia este, el cual se ve reflejado en el pago de cuotas de socio/a, en asistir a los eventos deportivos o sociales (tanto como organizador/a, como espectador/a), transmitir la historia institucional a otras generaciones y llevar una conducta que represente los valores que propone el club, es decir, existe un estilo de vida que se ajusta a los imaginarios en torno al club, las cuales son reproducidas por sus miembros en el afán de que éste pueda llegar a más personas o posicionarse como el mejor en su disciplina, y al mismo tiempo, permitir que perdure con el pasar de los años.

Dada esta descripción, es posible considerar que uno de los capitales que se disputa en el periodo previo a las SADP, en los clubes deportivos es el social, dado que existe una serie de recursos a los que el agente puede apelar solamente por pertenecer al club deportivo, y mediante la pertenencia se forjan relaciones de confianza recíprocas entre los miembros que comparten la membresía (Cicalese, 2021). Quienes disputan el liderazgo de los clubes (mediante la figura del presidente o de directivos) buscan imponer su manera de organizar al club, para conseguir logros institucionales y deportivos, sin dejar de lado los principios orientadores del mismo. En menor medida, y al mismo tiempo que desarrollan una carrera exitosa, les permite acumular prestigio personal, el cual puede ser invertido en otros campos, tal como el político. En la figura 1 se presenta esquemáticamente los capitales asociados al CSD Colo – Colo desde el campo social.

Figura 1

Capitales y agentes del campo social.



Fuente: elaboración propia.

No obstante, el giro neoliberal de la sociedad chilena ha dejado marginado al amateurismo al tipo de club deportivo descrito en los párrafos anteriores, y esto ha producido que el deporte se transforme más bien en un producto de consumo atractivo para el mercado (Heinemann, 1999), sin lograr una articulación efectiva entre clubes deportivos y empresas que permita colaboración entre ambas partes⁷. El autor propone que existe un riesgo de "autodestrucción" del club si es que estos cambios no son controlados, esto por la distancia entre lo que se espera del club deportivo, y su realidad cotidiana, lo cual debilita su capacidad de atender y servir de nexo entre individuos y sociedad, por lo que dejaría de ser atractivo y eficiente para quienes lo componen (Heinemann, 1999).

Esta discrepancia viene precisamente porque las concesionarias que asumen como SADP responden al campo social económico, en donde el capital se basa en los bienes necesarios para llevar a cabo la cadena productiva, incluyendo recursos financieros, tierras, fuerza de trabajo, etc. (Cicalese, 2021). Por su parte, quienes son seguidores, hinchas, o socios/as de los clubes, también entran en conflicto sobre las expectativas que tienen del club que siguen, puesto que las diferencias en las "reglas de juego" entre un club deportivo y una SADP son abismantes. No es que los socios/as, o seguidores del club no se vean afectados por el giro neoliberal, sino que los beneficios dado este cambio de sistema son menores para ellos, por lo que no existe un apoyo total al nuevo tipo de organización basada en las SADP, más bien surge desconfianza, la cual puede mutar en descontento cuando los resultados del club no son los esperados.

⁷ Existen casos internacionales en donde una relación colaborativa entre clubes de barrio y profesionales permite la captación de talentos jóvenes, o la ayuda del club profesional ante situaciones de emergencia social en donde se ve amenazado el bienestar de la comunidad.

Ahora bien ¿Qué es lo que ofrece una SADP a sus agentes? Proponemos 2 capitales, que no necesariamente son opuestos. En primer lugar, el capital económico, en específico los recursos financieros, dado que el club se transa en la bolsa de valores, se pueden obtener ganancias significativas, que permitan aumentar las riquezas de quienes invierten en la SADP. En segundo lugar, postulamos el capital político, en específico, la reputación, la cual puede permitir a los agentes sumar adherencia, dado el carácter popular del fútbol.

Éste último punto nos permite adentrarnos en otro fenómeno social posible de reconocer en la historia de las SADP: “La puerta giratoria”, hace referencia al cambio de los agentes, desde el sector público al privado, o viceversa. En la historia reciente de las SADP en Chile, se pueden identificar distintos empresarios/as que posterior a su cargo en las concesionarias, pasan a ostentar posiciones importantes en el gobierno y sector público, en donde se puede suponer que ser rostros de clubes altamente populares les permite ganar reputación y legitimidad para ejercer.

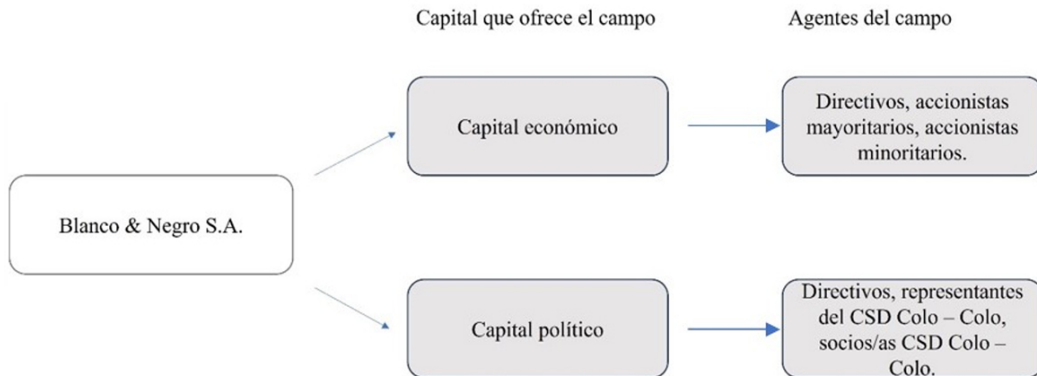
La transición desde el sector público al privado se percibe como una amenaza en tanto que quienes se desempeñan en el sector público, ven la oportunidad de enviar señales a sus futuros empleadores en el sector privado (Maillet, González y Olivares, 2016). Catellani (2018) percibe este fenómeno como una articulación entre las elites económicas y políticas, lo cual viene a respaldar la transversalidad del campo social del poder, por sobre todos los campos sociales, éste les otorga a las clases dominantes -es decir, quienes ostentan gran parte del capital de sus respectivos campos- poder ejercer su influencia sobre el resto (Bourdieu y Wacquant, 2005).

Estas prácticas, se contemplan como parte del *habitus* que permite controlar el directorio de una SADP, es decir, la experiencia en el ámbito gubernamental ofrece créditos para ejercer influencia dentro del grupo, mas allá del resultado de la gestión en el periodo en que el sujeto trabajó en el gobierno, por otro lado, la estructura de las SADP permite que los máximos accionistas tengan mayor poder de decisión que el resto de accionistas, por lo que contar con un capital económico abundante, que permita la compra de acciones, posibilita al sujeto el acceso al directorio.

Se diferencia notablemente con *habitus* en las dirigencias previas a la llegada de las SADP, pues anteriormente eran valorados otros aspectos, tales como la identificación con el club, la participación en el club en periodos largos de tiempo, gestiones exitosas personales, y ser reconocido por el universo que compone el club (socios/as, jugadores, seguidores, etc.). En la figura 2 se presenta esquemáticamente los capitales asociados a B&N S.A. desde el campo económico.

Figura 2

Capitales y agentes del campo económico.



Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, el objeto de estudio del presente son las comunicaciones, ya que detrás de los intercambios lingüísticos, se desenvuelven relaciones de poder simbólico (Bourdieu, 2008), mas no es trascendental para este estudio hacer un análisis interno de la lingüística en cuanto a la composición del lenguaje.

Los discursos son eventos comunicativos y formas de interacción social (Meersohn, 2005), los cuales son capaces de tematizar los intereses, necesidades y problemáticas de grupos determinados. En medida que estos grupos tengan una mayor exposición en la sociedad, también tendrán la posibilidad de estructurar el mundo según sus propios intereses, por lo que, a mayor reconocimiento y legitimidad, mayor es la posibilidad de definir la realidad (Bourdieu, 2008).

En este sentido, los discursos no sólo representan acciones o acontecimientos propios de la vida de una sociedad, sino que evalúan, atribuyen, justifican y, en general, legitiman los aspectos de la realidad representada, con el propósito de convertir lo expresado en un asunto relevante en la práctica social (Pardo, 2012, p 46).

Van Dijk (1999) propone el análisis crítico del discurso, ya que identifica relaciones asimétricas de poder, y de dominación, las cuales son reproducidas desde el lenguaje, o al contrario, los grupos pueden generar resistencia por medio del mismo canal. También afirma, que el discurso reproduce "cogniciones sociales", por lo que orienta y estructura a quienes son sus receptores (Van Dijk, 2002), es así que los valores compartidos por un grupo de personas son altamente influenciados por los discursos que recibe desde los grupos de poder.

Quienes ocupan el rol de emisores con la capacidad de influir cognitivamente en las masas, son quienes poseen recursos escasos en la sociedad, ya sean simbólicos o materiales y que por ende cuentan con el acceso a los medios y tecnologías para la reproducción y distribución de mensajes (Pardo, 2012).

A raíz de esto, se propone el siguiente cuadro resumen con las dimensiones a observar durante la investigación:

Tabla 1

Resumen de dimensiones del estudio.

<i>Dimensión</i>	<i>Definición</i>
Reglas del juego	Estrategias utilizadas por los miembros del directorio para alcanzar sus intereses. Validez y efectividad de las estrategias utilizadas.
Puerta giratoria	Percepción de los miembros del directorio sobre las transiciones del ámbito privado al público o viceversa. Compatibilidad para ejercer múltiples cargos de manera simultánea.
Percepción del modelo SADP	Validación del modelo de SADP para el correcto funcionamiento de la actividad deportiva. Resistencia y crítica al modelo de SADP.
Noción de poder	Percepción de los miembros del directorio en tanto a la capacidad del resto de influir en las decisiones que toma el grupo.

Fuente: elaboración propia.

Metodologías

El presente documento es el resultado de la investigación "Análisis de las comunicaciones del directorio de Blanco & Negro S.A. Estudio de casos de: 'Periodo Varela' (2006 a 2013) y 'Periodo Mosa – Vial' (2017 a 2021)". Esta investigación es de carácter cualitativo, en donde los datos obtenidos expresan las orientaciones, intereses, preocupaciones y formas de hacer de los actores involucrados. Las comunicaciones analizadas fueron recogidas de las cartas que redacta el presidente de B&N S.A., en sus memorias anuales que son reportadas al CMF⁸; en artículos de prensa escritos y audiovisuales (incluye los siguientes medios de comunicación: EMOL, La Tercera, 24

⁸ La Comisión de Mercado Financiero (CMF) es un servicio público que busca mantener el orden y correcto funcionamiento del mercado financiero en Chile.

horas, Radio Cooperativa y Biobío Chile) y publicaciones en las cuentas oficiales de Twitter. Las dimensiones estudiadas son: reglas del juego; puerta giratoria; percepción del modelo de SADP; y noción de poder. La interpretación de las comunicaciones, guiándose por las dimensiones propuestas permitirán contribuir en la comprensión del funcionamiento de B&N S.A., entendiendo la organización como referencia para adentrarse en el estudio de las SADP en Chile.

Tabla 2

Resumen de documentos revisados.

	<i>Cartas del presidente</i>	<i>Artículos periodísticos</i>	<i>Publicaciones en redes sociales</i>	<i>Total</i>
Periodo Varela	8	40	21	69
Periodo Mosa - Vial	5	40	19	64
Total	13	80	40	133

Fuente: elaboración propia.

¿Por qué Colo - Colo?

Junto con el año 2010, se fueron los primeros cinco años de Blanco y Negro, que fue por lejos el lustro más exitoso de la historia del equipo que hoy nos reúne y por el cual compartimos un sentimiento indescribible, Colo Colo. (Mackenna, 2010)

Con estas palabras, Guillermo Mackenna -quien ingresó al directorio en el 2007, y fue presidente el 2010- comienza su carta para la memoria anual de la concesionaria, destacando la creación de B&N S.A. como la administración que más éxito le ha entregado al club y sus hinchas. ¿Cómo podemos medir el éxito de un club deportivo? Si lo hacemos desde un ejercicio de sumas y restas, podemos coincidir que en esos 5 años, el plantel masculino todo competidor⁹ consiguió 6 campeonatos nacionales, y llegó a una final internacional. Si hablamos de la exportación de jugadores formados en el club, también encontramos las más grandes ventas (hasta esa fecha) de jugadores al extranjero, lo cual puede confirmar el periodo como uno de los más exitosos, y atribuirlo a la concesionaria.

9 Se habla del plantel masculino dado que son escasas las declaraciones en torno al plantel femenino, por ejemplo, en las cartas del presidente de las memorias anuales de B&N S.A., las menciones al plantel femenino suelen estar en los últimos párrafos y ocupar pocas líneas, a diferencia del plantel masculino que suele estar al principio, y con más de un párrafo.

Por otro lado, las crisis deportivas del plantel masculino adulto, como la del 2020¹⁰, o las nefastas participaciones en copas internacionales, que también han sido bajo la administración de B&N S.A., responden a que el modelo de SADP como tal, no son los responsables del éxito deportivo, puesto que precisamente los logros deportivos no han sido consecuencia de una política deportiva.

La historia ha demostrado que el éxito es efímero, y lo que hace grande a las instituciones no es tan solo su palmarés, sino el efecto que provoca en la gente que lo sigue – y hasta en sus rivales. Podemos contrastar los números positivos de los triunfos del club, con las bajas cifras de socios y socias activas en dicho periodo, o también con las ramas deportivas o actividades sociales realizadas en esos años, los cuales son bajas o planamente no existen. Entonces ¿basta con ganar copas para hacer de un club exitoso?

Cuando se opta por estudiar a Colo – Colo, esta decisión responde a las particularidades de su historia. El club se forma de la molestia de un grupo de jugadores de Magallanes con su dirigencia, a los cuales acusaban de pocos profesionales¹¹(Faundez, 1991); la elección del nombre del club rompe con la tradición de clubes con nombres en inglés¹² (Marín, 2007), a su vez, busca representar los valores del coraje y sabiduría de la nación Mapuche, ya sea en una manera de expropiación, o de proyectar éstos valores como propios de una nueva “raza chilena” (Tijoux, 2021), sin tener previsto el estigma que en la actualidad trae consigo ser mapuche (o denominarse “indios” tal como lo hacen los mismos hinchas¹³) (Alvarado, 2021); no se identifican con una localidad específica; y con el pasar de los años, el club adquiere popularidad en los sectores más empobrecidos de la población:

El hincha colocolino es identificado de forma automática con los sectores sociales que realizan los trabajos de menor jerarquía en la escala productiva. En este caso en particular, no tenemos antecedentes para suponer que este hecho implique además una condición de pobreza y que esa sea despreciada: tan solo se expone la relación estrecha que percibe entre ser hincha de un club y la pertenencia a una clase social (Álvarez, 2021, p. 133).

10 Colo – Colo nunca ha perdido la categoría de primera división del fútbol chileno, no obstante, durante la campaña del 2020, en donde el campeonato tuvo que adaptarse a las medidas sanitarias por la pandemia de Covid 19, el club terminó en los últimos lugares y tuvo que jugar un partido de definición frente a Universidad de Concepción para mantener la categoría, finalmente Colo – Colo gana el encuentro y mantiene la categoría.

11 Dentro de las prácticas poco profesionales se acusa que los jugadores no podían acceder a duchas, no había horarios, ni días establecidos para entrenar, no todos los jugadores contaban con la misma indumentaria, entre otros motivos.

12 Los nombres en inglés son porque la mayoría de los clubes fueron fundados por migrantes que llegaban a los puertos chilenos, tal como los casos de: Mackay and Sutherland, Victoria Rangers, Valparaíso Wanderers, etc.

13 Existen cánticos de la barra de Colo – Colo, en los que los barritas se autodenominan indios, por otro lado, también es ocupado como ofensa por las barras rivales, atribuyéndole un carácter peyorativo.

B&N S.A. fue la primera experiencia de una SADP en Chile, por lo que se convirtió en un referente obligatorio para el resto de los clubes que necesitaban solución a sus problemas financieros, por otro lado, esta serie de características descritas anteriormente son un atractivo para el modelo de las SADP, puesto que si un club popular, que acumula una serie de triunfos en su historia deportiva, como lo es el CSD Colo – Colo, tiene una gestión positiva con su nueva organización, va incentivar al resto de los clubes a seguir sus pasos. Los grupos económicos en torno a B&N S.A. apostaron por CSD Colo – Colo como un nuevo camino de acumulación de capital, no obstante, no se sabe si tenían contemplado el efecto que produce el club en sus miles de seguidores a lo largo del país.

Periodos estudiados

Se ha optado por trabajar con dos periodos determinados, para contrastar las continuidades y diferencias entre ambos periodos. Cabe considerar que B&N S.A. asume en el año 2005, y su contrato especifica la duración de 30 años, la cual se puede extender a 90 años.

El primer periodo de tiempo es denominado “Periodo Varela”, el cuál va desde 2006 a 2013. Recibe este nombre por Cristian Varela, quien fue el primer presidente de B&N S.A., y simultáneamente, el presidente del CSD Colo – Colo, también participó en la redacción del contrato de B&N S.A. Durante el periodo también fue presidente: Gabriel Ruiz – Tagle, Guillermo Mackenna, Hernán Levy, Carlos Tapia y Arturo Salah. Este periodo se caracteriza por ser los primeros años de una SADP en el país, lo cual sirvió de ejemplo para que la mayoría de los clubes se definan como SADP, y tal como se mencionó anteriormente, el periodo vino acompañado del logro de 6 campeonatos nacionales, 1 final internacional y la exportación de jugadores formados en Colo – Colo. Por otro lado, se aprecia una baja de socios/as activos/as, junto con actividades de índole social, y comienzan las primeras manifestaciones por el desempeño de la concesionaria.

Durante el periodo las barras del fútbol chileno protagonizan graves incidentes de violencia, tanto dentro como fuera de los estadios, en respuesta el gobierno inicia el plan “Estadio seguro” que busca erradicar los actos violentos en torno al espectáculo deportivo. La barra de Colo – Colo no es ajena al comportamiento general, y también protagoniza diversos incidentes. Dentro del plan se señala la prohibición de las dirigencias de fútbol en tener relaciones o apoyar financieramente a los barristas, debido a esto hubo cambios en la relación entre barra y dirigencia.

El segundo periodo de tiempo recibe el nombre de “Periodo Mosa – Vial”, se extiende desde 2017 a 2021, la elección del nombre radica en los empresarios Aníbal Mosa¹⁴, y Leonidas Vial, quienes lideran los bloques del directorio y se encuentran en una constante disputa por conseguir la presidencia. Los presidentes del periodo

¹⁴ Su nombre oficial es Yakob Anibal Mosa, pero la prensa lo nombra generalmente como Aníbal.

son: Aníbal Mosa, Gabriel Ruiz – Tagle, y Edmundo Valladares. En lo deportivo, este periodo tiene escasos éxitos, y durante el 2020 el plantel masculino todo competidor, realiza una nefasta campaña, la cual la deja al borde del descenso. Por otro lado, en este periodo se visibilizan en mayor medida las críticas al modelo de SADP en el fútbol chileno, existen manifestaciones en el estadio y marchas organizadas por la barra de Colo – Colo en contra de B&N S.A., como también se incrementa el número de socios/as activos/as del CSD Colo – Colo, como una manera de actuar para fiscalizar y buscar salidas anticipadas al contrato de concesión. Destaca la figura del CSD Colo – Colo, quien suma fuerza en la tarea fiscalizadora con B&N S.A., llegando a tener al representante del club como presidente del directorio (Edmundo Valladares).

Técnicas y herramientas

La técnica de investigación empleada es el análisis documental, esta permite la clasificación y organización de información relevante para el investigador, a través de fuentes documentales, ya sean escritas o audiovisuales, y considera el contexto desde donde se produce la comunicación, como el mensaje en sí mismo que transmite. Para esto se utilizó una ficha de registro documental, la cual es un instrumento que permite la organización de la información obtenida (Arias y Covinos, 2021).

Resultados

1) Reglas del juego:

Siguiendo la lógica de un campo social, dentro del directorio de B&N S.A. existen estrategias “aceptadas” (en medida que se realizan) que son visibilizadas mediante las comunicaciones de los miembros. Quienes ingresan al grupo de directorio se adaptan a estas formas de hacer, y quienes están socializados con este dinamismo, tienen mayor ventaja para usarlas a su favor en la disputa por el control del grupo, este conocimiento se refiere al *habitus* de los agentes, en el periodo SADP alude a la experiencia en gestiones administrativas exitosas (tanto en el campo empresarial, como gubernamental) y al contar con capital económico acumulado que permita la compra de acciones, y con eso posicionarse como un accionista mayoritario. Como se mencionó en la discusión conceptual, estas estrategias no son inmutables, sino que van cambiando en medida de quienes lideran el directorio, mas allá de eso, existen continuidades en algunos puntos que nos permiten comprender el funcionamiento interno de una SADP, dentro los principales hallazgos destacan los siguientes aspectos:

1.1) Uno de los principales métodos para que los miembros del directorio justifiquen su posición, y al mismo tiempo, busquen prolongar su permanencia en el directorio, es el de atribuirse el éxito deportivo del equipo, en específico del plantel masculino.

Me voy tranquilo de haber entregado todo. Obtuvimos un título con (José Luis) Sierra y otro con Pablo Guede, ganamos 11 clásicos. El archirrival no nos pudo ganar nunca bajo mi administración (Mosa, 2018).

De manera similar al punto anterior, cuando el plantel masculino atraviesa momentos de crisis, se culpa a directorios anteriores o a otros miembros del mismo grupo (pero de un bloque diferente de quien está emitiendo el discurso).

Mackenna no conoce la autocrítica y menos la humildad para asumir su responsabilidad en la crisis de Colo-Colo (Hasbún, 2011, Twitter).

Por ende, es poco preciso adjudicar el éxito o fracaso de las gestiones deportivas a figuras individuales, más cuando las campañas deportivas del equipo (durante los periodos estudiados) han atravesado altos y bajos. La carencia de una política deportiva a largo plazo, junto con la alta rotación de miembros en el directorio nos señalan que la propuesta de B&N S.A. no ha sido capaz de formular modelos a largo plazo, que sean fructíferos independiente de quienes estén a cargo de la directiva.

1.2) En muchas ocasiones, los grupos se conforman dada la similitud en condiciones que permite suponer que los miembros de éstos se comportan de manera semejante y persiguen un objetivo común. Estas condiciones colaboran en reducir la incertidumbre respecto a que quienes ingresen seguirán un lineamiento para aportar en el bien común, y que en ningún caso, perjudicarán al mismo grupo. En específico, en el imaginario en torno al fútbol de actualidad, es cuestionado los jugadores que transitan de un equipo, al archirrival, más aún, cuando esta transición es en hinchas, estos son mayormente cuestionados, dado que rompen con la condición de ser hincha “de la cuna al cajón”¹⁵.

Las contrataciones de Colo-Colo demuestran q muchos de los dirigentes jamás jugaron fútbol. Con suerte saben cuántos jugadores hay en cancha. (Hasbún, 2011, twitter).

Y seguiré siendo (*simpatizante de Universidad Católica*) (Piñera, 2006, palabras en cursiva propias).

He sido azul, verde, rayado, cruzado, naranjo, soy un hombre de fútbol y el medio así me reconoce (Salah, 2013).

No se acaba el mundo si toca descender, no habrá problemas en La Moneda. El país tiene problemas más importantes. (Mayne-Nicholls, 2020).

¹⁵ Múltiples hinchadas en Latinoamérica ocupan esta frase en canciones o en banderas, para reafirmar su identidad y fanatismo por un club, en específico, se refiere a que se debe seguir al club desde que se está en la cuna, hasta que uno muere y el cuerpo descansa en el ataúd (o cajón). El ser hincha “desde la cuna” implica socializarse en un ambiente identificado con el club, condicionando al recién nacido por parte de los padres o familiares.

No obstante, en B&N S.A., el ser identificado con Colo – Colo, o incluso el tener conocimiento no es una condición de entrada para ingresar al directorio, lo cual genera aun mayor incertidumbre en los hinchas del club. Así mismo, se refleja en aquellas declaraciones en donde se minimiza el impacto que generan las derrotas del club, que, si bien es cierto que no incide en el funcionamiento normal de la sociedad, si provoca un impacto en las personas amantes del equipo.

1.3) Pese a que ser identificado con el club no es una condición de entrada formal para ingresar al directorio, esta si permite contar con mayor legitimidad pública para ejercer el cargo. Dado esto, como una estrategia para convencer al universo en torno al club, es comunicar constantemente la adherencia y simpatía por Colo – Colo. Esta estrategia también permite justificar los errores o gestiones deficientes cometidas, bajo la lógica de que el error lo cometió un “colocolino” por ende, no existen malas intenciones, y es más accesible “perdonarlo”.

Todos ellos, todos, son colocolinos, y hasta he visto llorar a algunos por los malos resultados que ha tenido el equipo. Es una invención eso de que no tengan alma colocolina. Aníbal Mosa, Hernán Levy y Leonidas Vial son colocolinos, conocen la historia del club. No llegaron simplemente para hacer negocios. Vibran y sufren con el equipo (Salah, 2013).

Es un momento que cualquier colocolino quisiera. Asumir esta presidencia es un honor en mi vida (Ruiz-Tagle, 2011).

Por otro lado, también existen ideales que son valorados por las personas en torno al club, y los mismos son usados en las comunicaciones para transmitir que éstos están incorporados en las prácticas del directorio.

Hay muchas cosas por hacer, la fiesta de la democracia es un orgullo para Colo - Colo. Estoy agradecido, pero hay espacio para todos (Ruiz-Tagle, 2009).

Colo - Colo es de izquierda, yo soy de izquierda y Colo - Colo debe ser administrado por el pueblo. Quiero que el presidente de Blanco y Negro sea un representante de la Corporación (Mosa, 2017).

Cabe cuestionarse si estos valores son precisamente los que representan a los seguidores y que han estado presente en la historia institucional, o si mas bien, se intentan imponer desde los sujetos que los declaran.

1.4) Es común que los dirigentes realicen promesas al momento de asumir o durante su mandato, éstas promesas buscan aportar en hacer crecer el club y conseguir más éxitos, generalmente se basan en inversiones económicas. Sin embargo, también es común que estas no se cumplan durante el mandato de los dirigentes, ya sea porque salen del cargo antes de lo estipulado, o por factores externos, tales como la no colaboración de los otros miembros del directorio. Es un recurso altamente

usado que permite ilusionar a los hinchas, seguidores y socios/as, pero que su no cumplimiento sirve como motivo de una salida antes de lo previsto de sus respectivos cargos.

Me gustaría que Colo - Colo sea una potencia, no sólo deportiva, sino desde el punto de vista de entusiasmar a los niños. Colo - Colo es algo muy importante en Chile y no hay correspondencia entre lo que significa para la gente y calidad de gestión y administración del proyecto que ha tenido el club en los últimos tiempos (Piñera, 2006).

Hemos comprometido todos los recursos y todos los esfuerzos necesarios y posibles para tener un plantel poderoso el año 2007, para enfrentar los dos campeonatos y la Copa Libertadores. Y por lo tanto, estamos todos en el mismo barco. Y yo creo que Borghi (*director técnico de Colo - Colo del 2006 al 2007*) se equivoca cuando piensa que él es partidario de fortalecer el plantel, y los demás no (Piñera, 2007, palabras en cursiva propias).

Quiero unir lo más posible al club con otras áreas, buscar la participación en diversas ramas, otros deportes (Mayne-Nicholls, 2019).

En específico, esta estrategia se vincula al campo empresarial, en donde los individuos también realizan promesas para sumar apoyo financiero del resto de la organización, por lo que se puede asumir que esta práctica viene desde el *habitus* de los individuos.

1.5) En el "Periodo Mosa – Vial" existe una tendencia que no fue visto anteriormente, y ésta es la acusación formal, mediante la presentación de acciones judiciales entre los miembros del directorio, o hacia el CSD Colo – Colo. Si bien, es un derecho legal que cada persona pueda acudir, demuestra el ambiente hostil dentro del grupo, en donde no necesariamente se actúa hacia el bien común, que es el desarrollo del club.

Bueno, encuentro, primero que nada, decirle a todos los colocolinos, que encuentro insólito, que Ruiz-Tagle esté preocupado de andar haciendo querellas y denuncias a miembros del directorio, pero lo peor de todo, encuentro, en el día que lo hace, y en el momento que se ingresa, hoy día, deberíamos solamente estar, del partido, y la verdad de las cosas que empaña con esta cuestión. Pero, nada, esto hace confirmar lo que he dicho, que Ruiz-Tagle es una persona que es idónea para conducirlo (...) los destinos de Colo - Colo justamente por este tipo de cosas (Mosa, 2018).

Nuestra institución, la que ha sido ninguneada y vilipendiada, le ganó a Leonidas Vial (*refiriéndose a la querrela impuesta por Leonidas Vial que buscaba eliminar los representantes del CSD Colo - Colo en el directorio de B&N S.A.*) y a esa fuerza política y económica que nos ha perseguido

desde nuestra fundación (Edmundo Valladares, 2019, palabras en cursivas propias).

De la misma manera, sorprende cuando la acción judicial está dirigida al CSD Colo – Colo, demostrando que existe una diferencia significativa entre los objetivos que busca el CSD Colo – Colo, y B&N S.A.

2. *Noción del poder*

Los miembros del directorio reconocen que existe una relación asimétrica entre ellos mismos en cuanto al poder, por lo que también se reconoce abiertamente esta disputa. En más de una ocasión se hace alusión a factores que favorecen a unos por sobre otros, los cuales van más allá del mismo desempeño dentro del directorio, sino que responden a trayectorias personales y a estrategias usadas para llegar al directorio.

A él (*Leonidas Vial*) le gusta tener de empleado a todo el mundo y quiere tener una persona para dar instrucciones. No le vamos a entregar este club a la derecha económica de nuestro país (Mosa, 2017, palabras en cursiva propias).

Él (*Leonidas Vial*) cree que está en su campo y que nosotros somos sus peones. Tiene que tener más consideración con el directorio y más respeto por las personas que estamos aquí (Mosa, 2018, palabras en cursiva propias).

(*los aliados de Mosa*) se quedaron con todo. Ellos son los que mandan (Vial, 2017, palabras en cursiva propias).

Este punto viene a subrayar la noción de que existe un campo que es transversal a todos los campos sociales, es decir, el campo del poder, el cual otorga a los agentes posiciones favorecidas en diversos campos, solamente por estar socializados junto al poder.

3. *Puerta giratoria*

Durante el “Periodo Varela”, en mayor medida, se ha tematizado los problemas que trae ejercer cargos en el directorio de B&N S.A. y en otros organismos públicos simultáneamente, mientras algunos afirman que no hay incompatibilidad, hay otros que señalan que hay problemas éticos en ejercer ambos puestos, teniendo en cuenta que desde los organismos públicos es posible legislar asuntos relacionados a los alcances, obligaciones y derechos de las concesionarias a cargo del fútbol chileno, por lo que los sujetos pueden beneficiarse a partir de las decisiones tomadas los organismos públicos.

Por otro lado, para alcanzar posiciones importantes en organismos públicos, es tan necesario desarrollar una carrera exitosa, como también tener el respaldo popular de la gente ¿Cómo los empresarios pueden conseguir este último punto? Por medio de la visibilidad en sitios populares, por ende, participar en uno de los clubes de fútbol más popular del país, es una vitrina atractiva para empresarios que buscan impulsar su carrera política, acumulando prestigio que se traduce en capital político.

Es una decisión personal. No es incompatible, pero tengo actividades que seguir desarrollando, además de ser primer vicepresidente de la ANFP y ser presidente de este comité. Claramente, más tiempo no me queda (Varela, 2012).

El ser consuegro del presidente de la República me tiene sin cuidado. (...) Yo tengo una trayectoria personal como empresario. He hecho durante 30 años lo mejor que he podido y he llegado a un punto en el cual yo decido mis propias acciones (Ruiz-Tagle, 2010).

Es evidente en si mismo q PRESIDENTE SP (*Sebastián Piñera*) debe seguir ejemplo de su subordinado Ruiz-Tagle y vender Colo -Colo. !no resiste menor análisis! (Fontaine, 2010, Twitter, palabras en cursiva propias)

Dado esto, se puede suponer la utilización de Colo - Colo, con su poder simbólico, como una manera de instalarse en la retina de la población, más allá de los resultados que se obtengan y del desempeño del propio empresario.

4. Percepción del modelo SADP

Respecto al pronunciamiento sobre el funcionamiento de las SADP existen dos posturas claras: aquellas que las validan y aquellas que las reniegan, dado esto se pueden ver tendencias respecto a cada una: en aquellas validadoras se prioriza el ordenamiento económico del club deportivo y la visión empresarial del fútbol, con participación en las directivas de aquellos que cuenten con capital económico que les permita estar en dicha esfera; mientras que en las posturas críticas se apunta a que el ordenamiento económico que se jacta la oposición, se ha hecho dejando de lado la participación de los socios y socias, y desligándose del rol integrativo que cumplen los clubes deportivos en la sociedad, y que por lo demás, no han sido cumplidas todas las obligaciones pactadas en el contrato de concesión.

Tabla 3

Contraste de posturas en torno al modelo de SADP.

<i>Postura validadora</i>	<i>Postura crítica</i>
<p>Colo - Colo va a invertir todo lo que sea necesario y posible, porque queremos un Colo - Colo grande. Pero no queremos que nunca más vuelva a meterse autogoles en los tribunales de justicia, en situaciones de quiebra, como las tuvo hace tan poco tiempo (Piñera, 2007).</p> <p>Ya parece lejano aquel Julio de 2005 cuando Blanco y Negro hizo su aparición para tomar un Colo Colo que estaba sumido en la crisis más grande su historia. El desafío no era menor, comenzando con el pago de la deuda que llevó a la quiebra al club (Mackenna, 2010).</p>	<p>Este listado demuestra que Blanco y Negro sigue haciendo las cosas en forma pésima, porque con una absoluta desprolijidad y falta de seriedad, elaboran un listado para prohibir el ingreso al estadio, donde incluyeron a personas que no tienen ninguna vinculación a la barra, y que por años han sido socios de Colo - Colo, aportando mucho más que varios dirigentes actuales (Hasbún, 2012).</p> <p>De ser verdad que el creador de ByN busca salir 15 años antes del término del contrato, sería la confirmación definitiva del fracaso de un modelo que no cumplió sus promesas de desarrollo deportivo y económico. De concretarse, nos parece una muy buena noticia para Colo - Colo y su gente. (Valladares, 2020)</p>

Fuente: elaboración propia.

Durante el "Periodo Mosa – Vial" se aprecia un rol activo y crítico de los representantes del CSD Colo – Colo en el directorio, posicionándose como un agente activo en la disputa por controlar el directorio de B&N S.A. Desde esta vereda se ha visibilizado el juicio negativo al modelo de SADP, responsabilizándolo de las gestiones nefastas del club, como también del abandono a la tradición y valores que se han forjado en la historia de la institución. Paralelamente, también se han realizado acciones para concientizar a los hinchas en torno a las diferencias entre SADP y un club, campañas para sumar socios/as activos/as, pese a los escasos beneficios que trae y el impulso de ramas deportivas diferentes al fútbol, las cuales no son interesantes para B&N S.A., pero que permite que el club cuente con mayor representación en el ámbito deportivo del país.

Conclusiones

Un enfoque basado en los postulados de Bourdieu, en la teoría de los campos sociales, junto con el análisis crítico del discurso, permite adentrarnos en comprender el funcionamiento, las continuidades y quiebres en la trayectoria de las SADP, en específico de B&N S.A. quien está a cargo del CSD Colo - Colo, junto con eso, nos permite conocer los intereses, relaciones y estrategias empleadas por los miembros del directivo con el fin de prevalecer dentro del grupo y ocupar cargos importantes.

Se identifican dos momentos en la organización deportiva del país, en donde la irrupción de las SADP marca el quiebre de esta trayectoria: se transitó desde posicionarse a los clubes deportivos en el campo social, en donde los agentes que buscaban el control del club lo hacían para imponer su postura dado que consideraban que eso traería resultados positivos a toda la institución, y que los argumentos personales para acceder a la dirigencia se relacionaban netamente con la identificación del individuo con el club y su trayectoria en la administración deportiva; hacia el momento en que las SADP, que controlan los clubes, se posicionan en el campo económico, en donde los agentes principales son los empresarios, y en menor medida, los representantes del club (desde una postura crítica con el modelo de administración), los primeros, buscan acumular riquezas por medio del club, junto con capital político que les otorgue reputación para futuras carreras personales, por sobre el bienestar de la institución o de la opinión de los seguidores, en este aspecto el capital económico, permite el acceso al directorio -mediante la compra de acciones- por encima de la identificación del sujeto con el club.

No obstante, se reconocen los límites, dado que no es posible adentrarse en cuales son los intereses y fines específicos que persigue cada miembro.

Referencias bibliográficas

- Acuña, A. y Acuña, G. (2017). Mitos, ritos, identidad y alteridad en un estadio de fútbol. *Revista de dialectología y Tradiciones populares* (72), pp. 505 – 526. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2017.02.009>
- Alvarado, C. (2021). *Mapurbekistán. Ciudad, cuerpo y racismo diáspora mapuche en Santiago, siglo XX*. Pehuén. Santiago, Chile.
- Álvarez, C. (con Tijoux, M.) (2021). *Aunque nos digan. Racismo, clasismo y el equipo más querido de Chile*. Gol triste ediciones. Santiago, Chile.
- Arias, J. y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques consulting EIRL. Arequipa, Perú.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Siglo veintiuno editores. Buenos Aires, Argentina.
- Bourdieu, P. (2008). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ediciones Akal. Madrid, España.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Siglo veintiuno editores. Buenos Aires, Argentina.
- Cabello, C. y Vergara, C. (2020). Contra el fútbol del capital. Mercantilización, sociedades anónimas deportivas y acción colectiva. El caso del club Santiago Wanderers de Valparaíso y el Movimiento "15 de agosto". En C. Cabello y C. Vergara (Ed.), *Gol o penal. Claves para comprender y disputar el deporte en el Chile actual* (pp. 127 - 149) Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Campos, S. y Duran P. (2015). *Sociedades anónimas deportivas: El ocaso del futbol social*. (Tesis de pregrado). Universidad de Chile. Santiago, Chile.
- Castellani, A. (2018). Lobbies y puertas giratorias. *Nueva sociedad* (276). Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/lobbies-y-puertas-giratorias/>
- Cicalese, G. (2021). *La teoría de los campos sociales de Pierre Bourdieu en siete clases: del campo social al campo científico*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Buenos Aires, Argentina.
- Colo – Colo (25 de abril 2022). *Junta Ordinaria Accionistas Blanco y Negro 2022* [Archivo de Vídeo]. Recuperado de: <https://youtu.be/MROrOTLDMtI>
- De Ferari F. y Mainao P. (2016). La crisis de un fútbol sin sociedad. *Revista Mensaje* (65) pp. 14 – 17. Recuperado de https://repositorio.uahurtado.cl/static/pages/docs/2016/n646_14.pdf

- Estadio seguro Chile (7 de julio de 2022). *¡Atención, los seguidores del #CampeonatoPlanVital! Acá te dejamos el #Ranking de los diez equipos que promediaron más público este primer.* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/EstadioSeguroCL/status/1545081423912132613/photo/1>
- Estadio seguro Chile (29 de diciembre 2021). *¡Cerramos el año con nuestro #RankingES! ¿Qué club del fútbol chileno llevó más gente al estadio este año 2021?.*[Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter <https://twitter.com/EstadioSeguroCL/status/1476345752838361092/photo/1>
- Estadio seguro Chile (9 de enero 2020). *¿Cuál fue el promedio de público por equipo del #CampeonatoAFPPlanVital el año 2019? ¡Revisa acá las estadísticas! Considerar que el* [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/EstadioSeguroCL/status/1215253444380037121/photo/2>
- Faúndez, J. (1991). *Colo – Colo el equipo que ha sabido ser campeón*. Zig-Zag. Santiago, Chile.
- GfK (2019). *7° Encuesta GfK del fútbol chileno 2019*. [Diapositiva de PowerPoint]. Recuperado en: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user_upload/country_one_pager/cl/_20190611_encuesta_gfk_del_futbol_2019_vf.pdf
- Guerra, E. (2010). Las teorías sociológicas de Pierre Bourdieu y Norbert Elias: los conceptos de campo social y habitus. *Estudios sociológicos*. (28), pp 383 – 409. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59820673003>
- Heinemann, K. (1999). *Sociología de las organizaciones voluntarias. El ejemplo del club deportivo*. Tirant Lo Blanch. Valencia, España.
- Ley N° 20.019. Regula las sociedades anónimas deportivas profesionales. *Publicada en: Diario Oficial de la República de Chile*, 7 de mayo de 2005. Chile.
- López-Magnet, V. (2020). Orígenes autoritarios, transformismo y privatización: sobre la empresarización del fútbol profesional chileno. En C. Cabello y C. Vergara (Ed.), *Gol o penal. Claves para comprender y disputar el deporte en el Chile actual* (pp. 77 - 104) Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Maillet, A., González-Bustamante, B. y Olivares, A. (2016). *¿Puerta giratoria? Análisis de la circulación público – privada en Chile (2000 – 2014)*. Santiago, Chile: PNUD.
- Marín, E. (2007). *Historia del deporte chileno. Entre la ilusión y la pasión*. La nación. Santiago, Chile.
- Matamala, D. (2015). *Goles y autogoles. Historia política del fútbol chileno*. Viral ediciones. Santiago, Chile.

- Matus, C., Vilanova, A., Puig, N. Y Vidal, J. (2018). Las etapas del asociacionismo deportivo en Chile y su relación con el contexto histórico (finales siglo XIX – 2012). *Revista internacional de ciencias del deporte* (14), pp. 280 – 296. <https://doi.org/10.5232/ricyde2018.05308>
- Meersohn, C. (2005). Introducción a Teun Van Dijk: Análisis de discurso. *Revista de epistemología de ciencias sociales* (24). Recuperado de: <https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/26075>
- Mondaca, D. (2019). *Ser socio(a) en tiempos neoliberales. Resistencia y sociedad civil de los(as) colocolinos(as)*. (Tesis de pregrado). Universidad academia de humanismo cristiano. Santiago, Chile.
- Pardo, N. (2011). Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo. *Cuaderno de lingüística hispánica* (19), pp. 41 – 62. Recuperado de: https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/447
- Santa Cruz, E. (2003). Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual. En P. Alabarces (Ed.), *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (pp. 199-224) Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Valenzuela, F. (2019) *Una historia monumental*. Editorial Datos Albos. Santiago, Chile.
- Van Dijk, T. (1999) El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, (186), pp 23 – 36 <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. *Athenea digital*, (1), pp. 18-24. Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/Athenea/article/view/34083>