Niños futbolistas

Este libro no podrá ser reproducido, ni total ni parcialmente, sin el previo permiso escrito del editor. Todos los derechos reservados.

© 2020, Juan Pablo Meneses
Derechos exclusivos de edición
© 2020, Editorial Planeta Chilena S.A.
Avda. Andrés Bello 2115, 8° piso, Providencia, Santiago de Chile

Imagen de portada: Ignacio Serrano
Diseño: Isabel de la Fuente

1ª edición: abril de 2020

Inscripción: A-1261
ISBN:

Impreso en:

JUAN PABLO MENESES

Niños futbolistas

Planeta

«Hay pueblos que nacen para crear futbolistas y otros para comprarlos».

Manuel Vázquez Montalbán,
Liga de traficantes

1
Prólogo

Hace pocas semanas cumplió once años y cree que el fútbol puede sacarlo de la pobreza. Lo dice muy seguro. Piensa que una carrera de futbolista, con triunfos y goles y aviones y giras y copas y contratos y anuncios publicitarios y hoteles y autógrafos va a alejarlo de aquí, de esta cancha de tierra en una ciudad de América Latina, de este barrio donde es un peligro andar solo de noche y la droga corre más veloz que las ratas. Cree que si juega bien y trabaja duro podrá conocer el mundo, por eso entrena mucho más de lo que estudia y sueña con llegar a fichar por algún equipo de Europa. Se imagina en lo más alto, vistiendo la camiseta del Barcelona, el Real Madrid, el Inter o la Juventus. No descarta Inglaterra, tampoco la *Bundesliga*. Sabe que quiere triunfar, aunque dice que no quiere volverse loco con el éxito deportivo.

Lleva un aro de diamantes de fantasía en la oreja derecha y tiene una cicatriz cerca de la boca, el pelo cortito arriba y casi rapado a los lados, las rodillas magulladas, menos de un metro treinta de estatura y el mejor futuro de todos los del barrio.

En la cancha de tierra ya empieza un nuevo partido y él, que acaba de jugar y perder, todavía no sabe que va a ser el protagonista de este libro.

Esta es la historia de un viaje, de una búsqueda, pero no una búsqueda filosófica o espiritual. En dos años he visitado muchos campos de fútbol en busca de una persona, el mismo botín que ahora persiguen cazadores de todo tipo: un niño prometedor que luego pueda vender a algún equipo de fútbol europeo. Más de una vez, durante estos dos años de pesquisas, me recomendaron que mejor no siguiera, que no me metiera en líos. Otras veces la gente, con absoluta tranquilidad, me hablaba de precios, de las mejores rutas para la compraventa, de las condiciones ideales que debía tener un pequeño goleador para triunfar y así inyectar dinero a toda la cadena.

Di con niños que pasan días enteros jugando al fútbol en barrios bravos donde sus hermanos mayores se juegan la vida o ya la perdieron, me tropecé con un golpe de Estado, me enteré de una masacre con ráfagas de metralleta en un partido de fútbol infantil, supe de un padre que no le habló a su hijo una semana por fallar un penal. Pero también estuve en discotecas lujosas, donde los que han triunfado en Europa son los reyes de la noche, y muchas chicas guapas, modelos de televisión o aspirantes a la fama, los persiguen con la misma tenacidad con la que alguna vez los persiguieron los cazatalentos. Porque en todo este tiempo, cientos de jóvenes han cruzado el charco y las fronteras de América Latina con un buen contrato bajo el brazo. Cientos de nuevos millonarios que luego regresan a sus barrios pobres en automóviles de superlujo, con regalos para la familia, los amigos y los vecinos.

También di con otras historias. Como la del barrio Pablo Escobar, en Medellín, Colombia, una zona pobre de la ciudad llamada familiarmente así en honor al capo narco que puso agua y luz eléctrica, que construyó casas y canchas de fútbol para todos, y donde madres y abuelas rezan y piden a la memoria de Pablo como a la de un santo, para que los niños triunfen pateando el balón. O la historia del Club Social Atlético y Deportivo Ernesto Che Guevara, un pequeño equipo de fútbol de la provincia de Córdoba, Argentina, cuya consigna, más bien antieconómica y revolucionaria, es que los pequeños futbolistas se transformen en «hombres nuevos» y no en objeto de jugosos contratos. O el caso del padre y el hijo del puerto del Callao, en Perú, que sin proponérselo intoxicaron con pollo asado a un niño argentino llamado Lionel Messi. O del mánager de Diego Armando Maradona, el representante de Dios, y su relación con el chico nacido en una villa miserable en el conurbano bonaerense. También la historia del agente FIFA que me advirtió, como muchos con los que me fui cruzando por el camino, que tuviera cuidado de encariñarme con estos críos. Pibes, chinos, chamos, chavos, dependiendo del país en el que me encontrara.

Para escribir *Niños futbolistas*, mi plan consistía en comprar con dinero en efectivo al protagonista del libro. Un experimento narrativo simple: comprar para contarlo. Consumo + escritura. La segunda parte de la trilogía Periodismo *Cash*, donde los billetes y la búsqueda y el regateo y el negocio van dando forma y estructura al relato. El objetivo de este proyecto es conocer, desde dentro y de cerca, esas partes de la industria y el negocio que, por motivos que iremos revelando en estas páginas, solemos desconocer o no suelen importarnos al momento de ver

correr el balón sobre el césped y la pelota entrando y los jugadores corriendo a abrazarse, a gritar de felicidad frente a millones de hinchas que celebran en sus casas pegados a la pantalla.

La primera entrega del experimento *Cash* está relacionada con la carne animal. Me compré a La Negra, una ternera recién nacida en la provincia argentina de La Plata, y seguí su vida por tres años. Con ella, pude recorrer toda la cadena por la que pasa un animal desde que nace hasta que llega al plato. Y de ahí nació *La vida de una vaca*.

Ahora he vuelto a recurrir al *Cash*, esta vez para recorrer por dentro la industria del fútbol, que está todo el día en la televisión, pero de la que prácticamente no hemos visto casi nada. La compraventa de un niño futbolista es más hermética y oscura que la de un ternero. Y la carne de una estrella llega a ser mucho más cara: un kilo de Messi, cuando obtuvo su quinto Balón de Oro, costaba lo mismo que más de 30 mil terneros arriba del camión.

Niños futbolistas es, pues, el viaje en busca de un buen jugador para luego ofrecer el «producto» en Europa. Comprar un ser humano, después del ser animal, y como paso previo a la compra del ser divino, con que se cierra esta trilogía sobre el Consumo.

El objetivo es contar el proceso de compra, sin estrechar la relación con el niño. Esta cercanía puede ser un mal negocio, como te repiten siempre, pero también es parte de una estrategia narrativa. La probabilidad de caer a partir de esa cercanía en el golpe bajo, en el morbo de narrar la precariedad doméstica del chico y su familia, de mostrar que duerme en una cama fría o que pasa hambre en espera del éxito, puede desviarme, y conmigo al lector, hacia los terrenos poco profundos de la crónica miseria. En el

lugar común de la pobreza, los niños acaban perdiendo el rostro y pasan a formar parte de una masa amorfa, anónima y negociable. La idea es comprarlo pensando venderlo lo más caro posible a España. Hay que llegar a España. Al igual que en el contrabando de especies animales protegidas en América Latina, la principal puerta de entrada para los niños futbolistas a Europa es la puerta española. En Brasil, de donde procede la mayor parte de estos menores, se capturan más de treinta y ocho millones de animales al año, aunque el noventa por ciento muere durante la caza o el transporte. El margen de ganancia en el negocio de los animales exóticos, como en el de los pequeños futbolistas, sin embargo, es altísimo. Un guacamayo rosado, que cuesta quince dólares en las selvas brasileñas, puede llegar a valer dos mil dólares en Italia. El precio por el que se puede comprar un niño futbolista a veces no supera los doscientos dólares, pero el precio de venta final, en pocos años, puede estar por encima del millón.

Durante este tiempo he consultado a representantes, abogados y agentes. He estado con periodistas que ejercen de cazatalentos, dueños de escuelas de fútbol que me mostraban con orgullo sus semilleros de ídolos, entrenadores que me han dado claves para elegir un buen proyecto, mánagers de estrellas mundiales, padres deseosos de que sus hijos fueran vendidos a España, funcionarios de varias federaciones de fútbol, especialistas en el reglamento de la FIFA, entrenadores de primera división y de divisiones inferiores, posibles compradores en Europa y clubes donde foguear mi compra en América Latina. Estas son las historias que me ayudaron a entender y conocer por dentro el negocio de moda en el fútbol moderno.