



Karl Arellano et al

Dialéctica Arellanista: Conciencia de Socio, una lucha en base a principios

Santiago: Libros del perro negro, 2013.

Por Mauricio Fuentes Salvo
Magíster en Filosofía Universidad de Chile
mauriciofuen.s@gmail.com

Este es un libro escrito por socios del Club Social y Deportivo Colo-Colo para los socios mismos. Frente al proceso privatizador del club, que comenzó en la primera década del siglo XXI, hinchas y socios decidieron organizarse para recuperar lo que les pertenece. En manos de una SAD (Sociedad Anónima Deportiva), al igual que la mayoría de los clubes del fútbol chileno, el C.S. y D. Colo-Colo ha venido a menos: cierre de las diferentes ramas deportivas, paupérrimos resultados futbolísticos y vergonzosas presentaciones en campeonatos internacionales, más la eliminación progresiva de los diferentes beneficios son algunas de las razones que explican las críticas que esgrimen las organizaciones opositoras a Blanco y Negro S.A.

¿Cómo construir un club social que sea democrático e inclusivo?, es la pregunta que guía este trabajo. Pero como este no ha sido realizado por el puro afán de escribir, sino que responde a un intento de expresar y justificar teóricamente la práctica político-social que han venido llevando a cabo los socios del Club Social y Deportivo Colo-Colo, podemos afirmar que tal pregunta guía también dicha práctica. El mismo autor nos lo dice al principio: “pretendemos tomar algunas ideas que se desprenden de la obra de David Arellano y que el día de hoy enarbolan varios grupos de socios organizados” (11). Ahora bien, en esta pregunta está implícito el contexto

que ha hecho necesaria la organización y la acción de los socios del club: la falta de democracia interna, y por lo mismo, la nula posibilidad que han tenido los socios de incidir en el futuro de este.

El diagnóstico que se nos entrega es claro: al interior del club conviven dos “grupos antagonicos y de intereses contrapuestos” (12), aquellos que quieren seguir utilizando a Colo-Colo para discursos políticos demagógicos, para acumular riquezas sin importar la forma de juego del equipo, su historia y sus ídolos; y los que buscan “una felicidad mayor”, la de incorporarse “a la institución y disfrutar de ella y con ella” (11).

En los primeros capítulos se nos introduce en la historia reciente del club, desde la declaración de la quiebra hasta el presente. Se nos recuerda que la propuesta ofrecida por Blanco y Negro S.A. fue la única discutida debido a que aquellos que pretendían buscar una salida alternativa fueron amedrentados por grupos de choque y/o silenciados por los medios de comunicación. A pesar de eso, se mantuvo el objetivo común, a saber, “la recuperación de la institución más gloriosa del país” (13). Diez años después este movimiento comienza a posicionarse como referente para muchos hinchas y socios descontentos con la administración de la corporación y de la concesionaria. Se logra establecer una estrategia común: “Hacerse socios y luchar por recuperar la corporación primero para después poder luchar con el respaldo que te entrega el ser presidente de Colo-Colo” (13). Sin embargo, un diagnóstico y una estrategia común son insuficientes, es necesario elaborar “teorías políticas al respecto, para poder discutir las, mejorarlas, y poder tener un respaldo argumentativo a las prácticas cotidianas de resistencia y lucha por el club” (14). Para esto, se cree poder utilizar “las herramientas que nos han dejado años de investigación marxista” (11). La Dialéctica Arellanista es producto de la utilización de tales herramientas y tiene como base el materialismo dialéctico e histórico (17). Resulta entonces, la claridad teórica, un objetivo fundamental, y por lo tanto, el problema de la conciencia que tenga el socio acerca de su rol histórico con respecto a su club es de primer orden. La claridad teórica se justifica en la medida que se busca elevar la conciencia del socio. El socio debe dejar de ser simplemente un socio “en sí”, para pasar a ser un socio “para sí” (18).

¿Cómo se explica el momento actual del club? ¿Cómo se llevó a cabo el proceso de privatización? Una de las estrategias desplegadas para llevar adelante el proceso de privatización de las corporaciones sin fines de lucro fue la elaboración de un discurso mitológico en el que se afirmaba, y aún se hace, “que los responsables de las quiebras de los equipos chilenos eran dirigentes ladrones que se robaban los dineros porque no tenían que responder por sus acciones y que lo UNICO capaz de revertir esa situación era una modernización y ‘profesionalización’... bajo cánones empresariales” (19). Así, las alternativas eran dos: o se acepta la propuesta de B y N S.A., o el club social desaparece. El proyecto de Blanco y Negro devino hegemónico, “se silenciaron proyectos paralelos, se ocultó información” (21). En definitiva, se dispuso una especial arquitectura para el “proceso de privatización que vivimos a principios del año 2000” (21). Pero no se trató simplemente de un discurso. Diferentes actores participaron

del proceso: “políticos que generaron las leyes que permitían la constitución de las Sociedades Anónimas Deportivas; periodistas que sirvieron de relacionadores públicos de estos personajes, miembros del poder judicial que fallaron de manera inédita juicios para llevar a quiebra a los más poderosos equipos” (40).

Dada la situación actual, resulta imposible reconocerse en el club, pues no es un club que los socios mismos hayan construido. El club se encuentra alienado con respecto a sus socios. La distancia entre estos y aquel es grande. ¿Qué hacer? La respuesta a esta pregunta es la que se desarrolla en los últimos cinco capítulos. Lo primero es “contar con una masa crítica de socios empoderados dispuestos a dar la lucha necesaria” (25). Para esto los socios deben despertar de un largo letargo, y los hinchas en general deben hacerse socios. A esto es lo que se refiere el autor al hablar del proceso de concientización. Los socios deben entenderse como un “estamento de la institucionalidad de Colo-Colo”. Pero, ¿por qué hacerse socio si no hay beneficios? “El que no hayan beneficios para los socios es la muestra más clara del desinterés de los dirigentes por potenciar su base social”. No se trata entonces de hacerse socios para disfrutar de los beneficios, sino más bien, hay que hacerse socios para recuperar el club y así poder disfrutar de los beneficios que implica el organizarse al interior de un club social y deportivo. “Si el socio tiene o no tiene beneficios pasa a ser irrelevante, pues es una herramienta que utilizan los actuales dirigentes para frenar la movilización y el despertar de los socios” (35).

Ahora bien, a este proceso de concientización se le oponen dos fenómenos: “Por un lado los oportunistas y por otro los individuos que poseen una ‘Falsa Conciencia’” (32). El origen del oportunismo al interior del club social consiste en analizar la contingencia de la institución partiendo de los efectos y no de las causas. Los oportunistas parten de los síntomas y no de la enfermedad, son incapaces de ver el problema como un todo y se concentran en sus partes. Asimismo, la ‘Falsa Conciencia’ se expresa en que muchos socios sustentan “el discurso y los argumentos de aquellos que le hacen daño al club, pero que mediante su manipulación (...) logran confundir y sumar a más personas en la defensa de aquellos que provocan nuestras crisis” (34). Una de las problemáticas más grandes para la Conciencia de socio radica en la fisura que podemos encontrar entre la lucha a nivel institucional y la lucha a nivel deportivo. La mayoría de las veces se hace hincapié en esta última olvidando que los fracasos deportivos se deben en última instancia a la deficiente institucionalidad del club. En definitiva, la fisura entre ambas luchas se debe a no entender la relación entre un objetivo parcial y el objetivo final, “entre el momento aislado y la totalidad” (34).

En el actual escenario del club, en que las relaciones sociales existentes corresponden a las de una empresa, “podríamos denominar el proceso que llevan a cabo un número cada vez mayor de socios e hinchas ‘(R)evolución Arellanista’, entendiéndolo como un proceso que pretende en un primer momento constituirse como un acto de apropiación” (43). Dado que el club ya no es de los socios, sino que de empresarios que buscan beneficios políticos y económicos, este acto de apropiación es necesario.

Así lo entienden los distintos grupos organizados al interior del club, grupos que conforman la vanguardia del movimiento. Al elaborar una herramienta teórica como lo es la Dialéctica Arellanista, asumen que el punto de partida es la totalidad. El acto de apropiación que es la Revolución Arellanista tiene sentido desde este punto de vista solamente, pues como planteamos más arriba con respecto a los oportunistas, no se trata de problemas aislados que puedan ser corregidos en el marco de la institucionalidad vigente del club, y menos aun, de la institucionalidad de la concesionaria. Lo que se necesita es un cambio total, en el sentido de transformar las relaciones sociales entre los distintos estamentos del club. Entendemos que no existirán grandes triunfos deportivos al margen de un crecimiento institucional. Más aun, se puede afirmar incluso que “la Revolución en un solo club es compleja, ya que no solo nos encontramos bajo la mirada de las leyes propias del país (constitución) sino que además esta lucha será seguida atentamente por instituciones como la ANFP, la FIFA y obviamente el resto de las SAD” (47).

Finalmente, podemos resumir el objetivo del libro parafraseando a Marx: “los hinchas no han hecho más que alentar a su club, pero de lo que se trata es de defenderlo, de transformarlo” (15).