



FC UNITED OF MANCHESTER

HACIENDO AMIGOS, NO MILLONARIOS

POR ALAN AMPER AJZEN @alanamper



PRESENTADO POR

RASCA MAPAS

*I met my love by the gas works wall,
Dreamed my dream by the old canal,
I kissed my girl by the factory wall,
Dirty old town, dirty old town,*

*This is our club belongs to you and me,
We're United, United FC,
We may never go up, but we'll never feel down,
Now we build our own ground,
Now we build our own ground*

Conocí a mi amor junto al muro de la gasolinera,
Soñé mi sueño junto al viejo canal,
Besé a mi chica junto al muro de la fábrica,
Viejo pueblo sucio, viejo pueblo sucio

Este es nuestro club, te pertenece a ti y a mí,
Somos el United, el United FC
Quizá nunca ascendamos, pero nunca nos sentiremos caídos,
Ahora construimos nuestro propio estadio,
Ahora construimos nuestro propio estadio

En el fútbol, el común de las historias épicas se cuenta a través de los goles, cuando el héroe inesperado anota con el cronómetro agotado; otras se narran tras un trofeo que se consiguió con base en tesón y pundonor. La leyenda – que no es una palabra elegida al azar o para adornar la retórica– del **FC United of Manchester** se fragua desde hace dos décadas con la pelota en el campo y, sobre todo, en las gradas, en los escritorios y en las calles.

* **“Somos un club con una profunda base y pasión por la justicia social. Creemos que todos tienen voz y merecen ser escuchados. En cuanto a nuestra constitución, nuestras reglas, nuestra democracia, se incentiva la inclusión. Tenemos banderas que dicen ‘refugiados, bienvenidos’. Todos somos inmigrantes. Nos identificamos con todos, independientemente de su origen. Todos somos iguales. El fútbol es algo especial que une a la gente”.**
Nick Boom, presidente del FC United of Manchester.



Viajé a Mánchester, Inglaterra, para ver y sentir el fútbol más romántico, ese que se cuece a fuego lento en el llano o en las canchas de las divisiones inferiores, involucra a la comunidad desde la raíz y genera herramientas de desarrollo social por y desde la afición, para cambiar la realidad más allá de 90 minutos y lo que añada el árbitro.

En Mánchester, el Balompié se respira en toda la ciudad. Ahí juegan el **United** y su implacable historia de caídas, tragedias y triunfos, muchos triunfos; también está el **City**, que, con base en *petrodólares* provenientes de Emiratos Árabes Unidos, se ha forjado un presente lleno de galardones. Lejos de la parafernalia de la Premier League, en la séptima división inglesa –conocida como **Northern Premier League**–, juega el **FC United of Manchester**, equipo que surgió de una revolución inesperada.

En el centro de la urbe, a un costado de los Jardines de la Catedral, está el Museo Nacional de Fútbol, donde se exhibe el origen y desarrollo del *football* hasta el día de hoy. “Para mí hay dos tipos de aficionados, el admirador y el seguidor”, me dijo tajantemente Craig, un **seguidor** del FC United desde su creación, hace 20 años, mientras me mostraba orgulloso el banderín de su equipo expuesto en el museo, donde trabaja como guía. “El admirador prende la televisión o va al estadio para ver a su equipo; en cambio, el seguidor se involucra en el día a día, somos dueños del equipo, entre todos tomamos decisiones y vemos por el bien del club, de acuerdo con nuestras tradiciones y valores”, me explicó. Craig contó que era aficionado del Manchester United, pero desde que la familia Glazer se hizo con el 75 por ciento de las acciones de la institución en el no tan lejano 2005, se convirtió en solo un admirador.



Poco antes, cuando los rumores de la compra inundaban los periódicos y la televisión, él y otros cientos de aficionados protestaron incansablemente para que no sucediera; temían que el conjunto entrara en una deuda innecesaria, se separara de sus raíces y se alejara de su gente. **Aquella rebelión desencadenó una revuelta epopéyica.**

El pasado sábado 29 de marzo fue un día histórico para el FC United of Manchester: el **United United Day**. El resultado del partido en Broadhurst Park –casa del FC United– fue lo de menos, aunque esa tarde el local cayó por la mínima diferencia frente al Stockton Town FC. Desde temprano, como todos los fines de semana, en las canchas aledañas al estadio se pueden ver diferentes combinados de niños y niñas; algunos son parte de las fuerzas básicas del equipo comunitario, otros son de áreas aledañas.

Un par de horas antes del pitido inicial, frente a la entrada principal del estadio, bengalas rojas, amarillas y verdes se encendieron, banderas con el rostro de Eric Cantona –no es casualidad– o el escudo del FC United y el lema “*Making friends, not millionaires*” (haciendo amigos, no millonarios) ondearon al son de cánticos y sonaron gritos para protestar en contra de la familia Glazer y su polémico manejo del Manchester United. Aquella protesta reunió, por primera vez, a aficionados del FC United y el grupo *The 1958*, fanáticos del Manchester United. Entre la gente reconoció a Nick Boom, el presidente del equipo, expectante y sonriente, y a Paul Hurst, miembro de la junta directiva; la primera impresión es que son cercanos a los aficionados, como lo mencionaron algunos seguidores con los que intercambié palabras. Otros medios, como el reconocido periódico *The Guardian*, llegaron para hablar con los líderes de la protesta, escuchar la conferencia de prensa previa al juego y capturar imágenes y sensaciones de la afición.

Como lo relata la revista inglesa Four Four Two en su edición de marzo de 2025, dos meses antes de comenzar la Temporada 2005-06, la revolución tomó forma tras las innumerables protestas, persecuciones policiales y desencanto de la gente. Sentían que les arrebataron “a la mala” a su club. Alrededor de mil 500 personas se reunieron en el Teatro Apollo de Mánchester para discutir y escuchar a los líderes del movimiento acerca de la creación de un nuevo equipo, con los mismos valores y tradiciones que distinguían al Manchester United antes de que la mercadotecnia y la industria del entretenimiento devoraran el fútbol. Muchos admiradores del famoso equipo mancomuniano se convirtieron en seguidores del FC United of Manchester cuando comprometieron el dinero destinado al abono de temporada de los *Red Devils* para germinar las raíces del nuevo equipo. Lo registraron en la Football Association (FA), platicaron con el presidente del AFC Wimbledon –fundado tres años antes tras la compra y mudanza de su equipo original– y buscaron jugadores. Su historia comenzó en la décima división inglesa, conocida como North West Counties Division Two.

El fútbol dejó de ser de la gente. Hoy, los clubes son en empresas que convirtieron la historia, las costumbres y la pasión en productos que se venden –caros– al mejor postor. De a poco, el grito de gol se difumina y se sustituye por un *cachín*. La diferencia de precios entre el FC United y los *Diablos Rojos* es abismal, prácticamente se triplican los costos por entrada al estadio y camiseta original.

Paul Hurst, socio y uno de los cientos de fundadores, me dio la bienvenida a **Broadhurst Park**, me acompañó para ver el estadio antes de que comenzara el juego y me mostró orgulloso cada rincón, mientras aprovechaba para tomar fotografías y videos que después subirían a las redes sociales del equipo. En cada palabra se siente el amor que tiene por su club.

Desde antes de que comenzara el juego y hasta que el árbitro pitó el final, seguidores del FC United y *The 1958* encendieron nuevamente bengalas que colorearon las tribunas; el *United United Day* se sentía dentro del estadio. “*Meet the owners*” (Conozcan a los dueños), “*Love United, hate sportswashing*” (Ama al United, odia el blanqueo deportivo) y “*Glazers Out*” (Fuera los Glazer) son algu-



*I always smile when I'm at FC,
Reminds me of childhood memories,
Before the Glazers,
And Murdoch or Sky*

*Tears of joy running down my face,
Broadhurst Park is a special place,
This love for the club I have,
Will never die*

Oh! Oh! Oh! this club is mine

Siempre sonrío cuando estoy en el FC,
Me recuerda a los recuerdos de la infancia,
Antes de los Glazer,
Y de Murdoch o Sky

Lágrimas de alegría corren por mi rostro,
Broadhurst Park es un lugar especial,
Este amor que tengo por el club
Nunca morirá

¡Oh! ¡Oh! ¡Oh! este club es mío

nas de las consignas en las banderas y pancartas que bailaban con el viento. La gente increpó a los Glazer con recios bramidos. El golpeteo de los pies en el suelo y los aplausos que dan ritmo a los cánticos contagiaron a los nuevos aficionados que llegaron ese día. Las canciones y la música remiten al origen.



Entre cantatas, los fanáticos reían porque al menos en el estadio de Moston (zona de Mánchester donde está la cancha) el fútbol sigue siendo una fiesta de todos para todos, aunque el marcador no sea el deseado. Niños en los hombros de sus padres, jóvenes brindando con una fría cerveza, otros con su perro atado al borde del campo. Algunos seguidores más veteranos se sentaron ataviados con su bufanda y boina, con pastel de carne en una mano y cerveza en la otra.

Al término del partido comienza el ritual popular: muchos seguidores se dirigen al mismo bar, ya sea debajo de la grada Lightbowne Road End o en la cima de la Tribuna Norte para seguir compartiendo alrededor de la pelota, de su equipo, sus anécdotas y nuevos sueños; entre ellos también están miembros de la mesa directiva actual u otras antiguas, da igual, todos son parte del FC United of Manchester.

Unas cervezas después, **Broadhurst Park** quedó vacío. La lluvia golpeaba incesantemente el techo del estadio y el olor a tierra mojada sustituyó al de cebada. En el corazón del estadio, en las butacas donde antes cantaban, **Nick Boom**, presidente del equipo, platicó en exclusiva con Balompié.

B: ¿Cuáles son los valores en los que se cimienta FC United?
Nick Boom contestó orgulloso, sonriente.

N: Creemos en unir a la gente, el fútbol es un idioma común. De hecho, la gente empieza a conocerse y a escucharse mutuamente, lo que contribuye a una comunidad más cohesionada. Creemos que, dondequiera que estés, tengas o no padres adinerados, mereces venir y vivir el deporte en vivo. Queremos inspirar a la gente a través del poder del fútbol para que sean más saludables, se muevan, se involucren con el deporte y forjen una sociedad más sana. Todo esto forma parte de lo que consideramos una responsabilidad de los clubes de fútbol en su comunidad. No debería tratarse solo de ganancias, codicia, dividendos, cuánto dinero pueden ganar y cuánto poder acumulan. Se trata de retribuir genuinamente a la comunidad y este club está construido sobre esa base.

B: ¿Cómo funciona el equipo? ¿En verdad todos son dueños?
N: Estamos orgullosos de nuestros grupos democráticos, donde, como saben, todos tienen voz y voto. Es decir, cada miembro tiene su voto. Esto significa que cualquiera puede proponer una resolución o una votación, podemos debatirla y luego tomamos una decisión democrática. Soy el presidente del club y un aficionado como cualquier otro; mis compañeros aficionados copropietarios, con su talento, pasión y motivación, me eligieron para la junta directiva, como a Paul –dijo Nick señalando a su colega, y continuó–; en cada decisión considero la perspectiva de un aficionado y su impacto. Siempre somos muy conscientes, nuestra primera reflexión es: ¿Qué pasa con los aficionados? ¿Cómo les afectará? Queremos que la gente pueda venir al fútbol. Entonces, si los socios no

están contentos con lo que hago, pueden votar para que me vaya. Se puede cambiar la administración. En la junta directiva somos accesibles, así que pasamos mucho tiempo hablando y escuchando a la gente, y si lo comparamos con, por ejemplo, el Manchester United o los clubes de primera línea, no escuchan realmente. Puede que tengan un consejo asesor porque es obligatorio, pero no se involucran ni escuchan de verdad.

“Después del partido nos reunimos para tomar una cerveza, y cualquiera puede venir a preguntarnos algo, puede contarnos cualquier cosa”, añadió Paul entusiasmado. “Lo que estamos viendo en todo el fútbol, y tú lo sabrás mejor que yo, es que los dueños en realidad son oligarcas autócratas y ricos que reflejan lo que está pasando en la sociedad; cuando miras a Trump o Putin, estos hombres fuertes y armados, de derecha, están consolidando su poder para sí mismos; se trata de ganancias, avaricia y poder”, enfatizó Nick.

B: ¿Cuál es el trabajo comunitario que realizan en FC United?

N: Tenemos a mucha gente involucrada en 30 mil horas de fútbol comunitario que abarca personas con discapacidad, la salud mental,



el futbol femenino. Simplemente pensamos que los clubes de futbol deberían tener una mayor conciencia social. Estamos empezando a arraigarnos en la comunidad local. Hemos aprendido que hay que colaborar con la gente, con organizaciones comunitarias y benéficas locales. Organizamos días comunitarios varias veces por temporada y decimos: 'Esto es para ti y para mí, es para todos' Empezamos con un grupo de personas con demencia, y resultó que venían hombres solitarios de cierta edad. No se trataba de demencia, sino de personas que probablemente perdieron a su esposa o algo por lo que vivir, y que no salen mucho; esperan con ansias unirse a un grupo. Así que es este tipo de cosas lo que atrae a la gente. No se trata de competir con otras organizaciones, lo que sucedió en cierta medida. Se trata de identificar las deficiencias y las necesidades locales. Nos esforzamos mucho por escuchar.

B: ¿Cómo trabajan con otros clubes donde los aficionados también son socios?

Señalando al otro lado de la cancha, Nick contestó:

N: "Mi bandera favorita está allá y dice 'haciendo amigos, no millonarios'. Eso es lo que defendemos. El otro lema oficial del club es 'somos más fuertes unidos'. Parece que en el campo no podemos ganar esta batalla, pero en realidad los fanáticos tienen el poder al agruparse, ya sea con nosotros u otros clubes del Trofeo Fénix, con quienes compartimos valores y conocimientos".

B: Entendiendo que la cultura en México y Latinoamérica es distinta, ¿qué le dirías a los aficionados de esas latitudes?

N: Tienen que organizarse como lo haría un sindicato y, sobre todo, que no son impotentes. Es difícil, es difícil ver cómo la gente pierde la lucha, la voluntad de pelear, pero hay que organizarse. Hay diferentes maneras de poner en evidencia a los dueños, porque lo único que no les gusta, como a Trump, es que los avergüencen o los pongan en evidencia, ¿no? Puede que no se logre el resultado final con este tipo de dueños, porque estos equipos han crecido tanto que es difícil imaginar, como en el caso del Manchester United, quién podría tomar el control si no es un fondo de inversión estadounidense o un Estado-nación de Medio Oriente que hace *sportswashing*. Yo diría que sigan luchando, organicense, usen su voz; son poderosos. Y en última instancia, hagan el máximo sacrificio como lo hicimos nosotros y establezcan algo que valga la pena, comencen desde abajo nuevamente y crecerlo democráticamente, que esté protegido de que alguien rico venga y lo codicie. **Realmente creo que los fanáticos tienen el poder, aunque pensemos que somos impotentes, no lo somos**", respondió Nick con decisión.

El viento frío pegaba más fuerte en la tribuna y el atardecer estaba por culminar. El bar cerró poco antes y la seguridad del estadio comenzó a presionar para que termináramos la charla, entonces Nick culminó contundente. "Yo trabajo más de cien horas a la semana voluntariamente". Señaló a Paul y continuó. "Él tiene un trabajo de tiempo completo y colabora más de 30 horas a la semana en el club. Lo que lo hace valioso es cuando alguien como tú llega y lo entiende, piensa que esto puede marcar la diferencia en una comunidad, en un club de futbol. Y esto podría ser en cualquier parte del mundo. Podría ser México, Irlanda, Alemania. Los clubes de futbol tienen valor social, y no creo que los gobiernos, las autoridades locales y los organismos deportivos lo comprendan. Por eso es tan importante el periodismo independiente. Personalmente, temo por lo que está pasando en el mundo. Se aprovechan de que no somos un cliente típico. Tu club de futbol es parte integral de ti, manipulan y abusan de ello, sin tener en cuenta los efectos. Los equipos no quieren a los aficionados leales que van a todos los partidos, buscan rotar a los aficionados tanto como sea posible, porque esos aficionados ocasionales, que vienen una vez por temporada, organizan una fiesta sorpresa, gastan un montón de dinero en la tienda del club (como en los deportes estadounidenses), eso es lo que pretenden".

Finalmente, Broadhurst Park apagó sus luces. El *United United Day* hizo ruido y apareció en los periódicos del día siguiente y las redes sociales, enviando un mensaje a la industria: no es una lucha contra algún equipo en específico, **es una revolución por el futbol**.

Una semana después, el 5 de abril, el mítico Eric Cantona visitó nuevamente al FC United of Manchester, aportó las 25 libras esterlinas correspondientes (alrededor de \$660 pesos) y firmó como socio del club, como uno más, como todos. De acuerdo con la página web del equipo, son ya 2 mil 251 copropietarios, 410 menores de edad.



*Won't pay Glazer or work for Sky,
We still sing City's gonna die,
2 United's but the soul is 1,
As the Busby Babes carry on*

No le pagaremos a Glazer ni trabajaremos para Sky,
Aún cantamos: el City va a morir,
Hay dos United, pero una sola alma,
Mientras los Busby Babes siguen vivos.



COMPARATIVA DE PRECIOS

FC UNITED OF MANCHESTER

Boletos: 13, 5 y 3 libras (Adultos, jóvenes entre 18 y 21 años y menores de edad, respectivamente).

Playeras: 40 libras esterlinas (el diseño cambia cada dos años intercálándose la de local y la de visitante cada año. Lo realizan sus seguidores y se decide a través de una votación).

Programa impreso de juego: FCUM Review - 3 libras. En 10 páginas incluyen mensajes para los seguidores, análisis del equipo rival, breves apartados de fuerzas básicas y equipo femenino.

MANCHESTER UNITED

Boletos: 48 libras (más barato, solo se puede acceder previo registro).

Playeras: 145 libras.

Programa impreso de juego: United Review - 4 libras. Consta de 82 páginas con entrevistas a jugadores actuales y leyendas, estadísticas y datos históricos, una radiografía del equipo visitante, pequeño apartado para la categoría femenina y fuerzas básicas, mensajes de aficionados y un par de textos relacionados con proyectos sociales.

Toda historia tiene distintos puntos de vista. A lo largo de un recorrido por **Old Trafford**, el imponente estadio del **Manchester United**, platicué con **Jason Leach**, un apasionado de los *Diablos Rojos* que trabaja en el equipo de sus amores desde hace más de 20 años haciendo recorridos y moderando encuentros con leyendas del conjunto mancomuniano.

Para él, cuando el futbol comienza y ve a sus jugadores vistiendo de rojo, blanco y negro, se olvida de que trabaja para el Manchester United: es un aficionado más. "Aunque siempre haya controversia y cosas sucediendo, amenazas de quiebra y adquisiciones, aprendí de mi padre que cuando eliges tu equipo, nunca lo cambias. No importa qué pase. Cuando ocurrió la compra y se formó el FC United, me peleé un poco con dos amigos que conocía del colegio, pero aquí estamos. No importa quién esté al mando, es mi equipo", dijo con brillo en los ojos. Escucharlo contar la historia del Manchester United en el museo de Old Trafford es un agasajo, contagia emoción y nostalgia.

Le pregunté por su sentir hacia el FC United y contestó sin dudar: "Mis sentimientos por el FC United siempre han sido los mismos. Es un club que surgió porque algunos aficionados del Manchester United decidieron que ya no podían apoyarlo. Lo entiendo. En mi caso, amo demasiado al United. No encontré nada que me impidiera ir a Old Trafford. Y me alegro mucho de haberlo hecho. Me alegro mucho de haber dicho que no, que me quedo con mi equipo. Nunca los he visto jugar, creo que me gustaría mucho. Les deseo lo mejor porque son gente de Mánchester. Y muchos de ellos, con los años, han encontrado la manera de seguir viendo a los *Red Devils* por televisión, pero van al estadio a apoyar a su equipo. Lo sé porque hablo con muchos de ellos. Algunos incluso van a ambos estadios. Con el paso del tiempo se ha producido una especie de polinización cruzada. No les deseo nada malo en absoluto y espero que les vaya bien".