

## Así es el St. Pauli, un club único en Alemania que vuelve a Bundesliga

Categoría: 167-Tema del mes

Publicado: Miércoles, 31 Julio 2024 22:22

Escrito por Gerardo Wario

---



Pálido Punto de Luz

Claroscuros en la educación

ISSN 2594-0597 <https://palido.deluz.com.mx>

## Así es el St. Pauli, un club único en Alemania que vuelve a Bundesliga

Categoría: 167-Tema del mes

Publicado: Miércoles, 31 Julio 2024 22:22

Escrito por Gerardo Wario

---



Es domingo y hay fútbol en Hamburgo, al norte de Alemania. La línea 3 del metro traslada a miles de personas al **Estadio Millerntor**, en la zona centro de la ciudad. Podría ser una fanaticada más que en un fin de semana igual que otro, en una población cualquiera, acude a apoyar a su equipo. Pero en gorras, playeras y bufandas de muchos aficionados destaca una insignia particular, una calavera pirata. No es un equipo más, definitivamente. [Es el St. Pauli, uno de los equipos más radicales del mundo.](#)

Su afición, de espaldas al éxito deportivo, mira hacia posturas ideológicas normalmente ausentes en la tribuna: antifascismo, antirracismo e igualdad de género. **Anarquistas, punks, refugiados y la comunidad LGBT** conviven en las gradas.

El equipo fue fundado hace **114 años** (se cumplen justamente el próximo miércoles 15 de mayo). En su historia registra apenas un puñado de ascensos a primera, y varios descensos a tercera. La más reciente ocasión que alcanzaron la gloria ocurrió en 2011, pero el sueño duró apenas una temporada: terminaron en último sitio y regresaron a segunda al año siguiente.

No tienen ningún título importante, **pero venden sus más de 29 mil**

## boletos disponibles por juego con meses de anticipación.

El **Millerntor-Stadion**, en sus instalaciones, participa involuntariamente de la ideología de sus seguidores. Los muros, pasamanos y columnas están tapizados de calcomanías con consignas políticas o que presumen filiaciones al club desde incontables barrios o peñas de Hamburgo, el resto del país y el mundo entero.

Minutos antes del juego, en los altavoces del estadio suena "**Das Herz von Saint Pauli**" (El corazón de San Pauli), el himno del equipo, en una versión punk que es coreada por la mayoría de los aficionados.

El protocolo del ingreso de los equipos al campo, poco después, es uno de los rituales fascinantes de los partidos del **St. Pauli**. El tañido de las campanas de "**Hells Bells**", de **AC/DC**, se escucha a todo volumen y debe estremecer incluso a quien no esté familiarizado con **Angus Young** y compañía. Entre las múltiples banderas que ondean en el aire frío y húmedo de finales de octubre en Alemania, destacan una decena de estandartes a rayas horizontales de colores, que dan identidad al orgullo gay. Otro de los momentos ceremoniales ocurre cuando cae un gol del **St. Pauli**: en los altavoces suena el intro de batería de "**Song 2**", de **Blur**, y se produce cierta quietud en las butacas que estalla con el 'whoohoo', del cantante **Damon Albarn**.

Aunque tiene 114 años de historia, la popularidad y la identidad de compromiso social del equipo alemán son relativamente recientes. Habría que ubicar al club, primero, en el contexto de su ubicación geográfica. **Hamburgo** es una ciudad que se reconstruyó tras ser devastada durante la Segunda Guerra Mundial. En el barrio de **Sankt Pauli**, al norte, se estableció una zona de bares, centros nocturnos y prostíbulos. La calle **Reeperbahn**, ubicada a menos de dos kilómetros del estadio, es conocida como La Milla del Pecado, y es considerada la segunda zona roja más importante del mundo, después del **Distrito Rojo de Ámsterdam**.

En la década de los 70, una gran recesión económica favoreció la aparición del **Movimiento Squatter**: ocupar viviendas o locales comerciales deshabitados. Ese entorno ciudadano de punks, refugiados y okupas, se convirtió en el caldo de cultivo para el crecimiento de la afición del **St. Pauli**. Además, a mediados de los ochenta muchos hinchas del **Hamburgo S.V.**, entonces equipo preeminente de la ciudad,

abandonaron a su club por la irrupción de seguidores fascistas y mudaron su simpatía.

Cuando la rebeldía se apropió de las gradas, menos de 2000 aficionados iban a los partidos; a fines de los noventa, sumaban 20 mil espectadores.

"No sé si realmente somos especiales", comenta **Marco**, un aficionado que ronda los cuarenta años de edad, cuando se le aborda afuera del estadio sobre la simpatía global que genera el equipo -se estima que tiene cerca de 20 millones de seguidores en el mundo- por su actitud contestataria. **"Tener una posición y un compromiso ante lo que pasa en la sociedad debería ser normal"**.

Lo que parece un gesto de humildad no esconde cierto desencanto ante el fenómeno del **St Pauli**. Hay un sector tradicionalista de seguidores inconforme con la comercialización del equipo y por una atención foránea que podría considerarse como moda.

Tal vez por ello, la sensación de intruso es inevitable afuera del estadio. Más allá de la frialdad tradicional en el carácter de los alemanes, y de la natural barrera del idioma (no se esfuerzan mucho por hablar en una lengua diferente a la suya), para el visitante no es fácil integrarse al entorno radical de su afición, al menos si se asiste en solitario. El turismo futbolero que aqueja a una buena cantidad de equipos populares europeos, se ha incrementado en **Hamburgo** en la última década e incomoda a algunos fanáticos (por más apertura de miras que tengan).

"Eres una marca, finalmente. Tenemos que entenderlo, aunque antes no era así. Pero está bien. Si alguien reacciona y piensa que desde el fútbol se pueden atender temas importantes creo que es positivo", apunta **Marco** sobre la simpatía que generan globalmente en tantos seguidores del balompié.

V.- En todo caso, la afición se mantiene alerta de cualquier conducta anómala en la dirección y comercialización del club. En 2019, por ejemplo, un sector de seguidores pidió cancelar el contrato con **Under Armour** porque la firma invitaba a posibles clientes a clubes de strippers y contrataba edecanes en eventos del club. La relación entre el equipo alemán y la marca deportiva inició en 2016 y desde un inicio

fue cuestionada por los vínculos de ésta con ropa de cacería y organizaciones a favor de la tenencia de armas.

El contrato con **Under Armour** finalmente terminó en 2020 y dio paso a la marca propia **DIY**, llamada así por la consigna esencial del punk "**Do it yourself**" (Hazlo tú mismo). Como no pudieron registrar el **DIY**, le agregaron una letra I.

Fabricar sus propias prendas les permite tener transparencia en la producción y sostenibilidad ambiental, además de generar ingresos considerables: su mercancía futbolera es la tercera más vendida en Alemania, sólo por debajo de la comercializada por el **Bayern Múnich** y el **Borussia Dortmund**.

El perfil comunitario y participativo del club, no obstante, representa también división de opiniones y una fiscalización de sus actividades que suele generar conflictos.

En octubre pasado, un comunicado de solidaridad desde la directiva hacia el **Hapoel**, de **Tel Aviv**, un club hermanado, provocó el enojo en varios sectores de aficionados del **St. Pauli** en el mundo, que expresaron su molestia en redes sociales a lo que consideran una muestra de simpatía hacia Israel y una falta de posicionamiento, en cambio, a favor de la población palestina.

Los reclamos derivaron en otro comunicado de respuesta oficial donde señalaban que **algunos fanclubs "cruzaron la raya"**. Esto generó un divorcio que parece definitivo y al menos en **Barcelona y Bilbao** se anunció la desaparición de sus grupos de seguidores o la suspensión de sus actividades.

De cara al ascenso recién conseguido, hay también posturas encontradas. Una buena cantidad de seguidores y socios cree que jugar en Primera es negativo para los valores del club. Estar en una liga junto a entidades como el **Wolfsburgo, el Leipzig o el Leverkusen**, con un respaldo económico en entredicho, genera conflicto moral.

Jugar en la **Bundesliga**, requiere, además, una mayor inversión en el plantel lo que significa buscar más más ingresos. Aquí es donde se produce el choque de intereses. Las casas de apuestas, que respaldan financieramente a decenas de equipos en el mundo, no tendrían cabida.

## Así es el St. Pauli, un club único en Alemania que vuelve a Bundesliga

Categoría: 167-Tema del mes

Publicado: Miércoles, 31 Julio 2024 22:22

Escrito por Gerardo Wario

---

¿Ponerle algún nombre comercial al estadio? Ni pensarlo, aunque eso represente dejar ir tres o cuatro millones de euros.

Por otro lado, se asume también el lado positivo: la visibilidad. La exposición y transmisión de los valores del club al jugar en la **Bundesliga** y ser transmitidos televisivamente a nivel global es innegable.

¿Cuál será la postura reinante y el balance final? **Lo sabremos la próxima temporada.** Por lo pronto, hoy celebran millones de aficionados. Hoy ondean las banderas con la calavera pirata que muestran que el fútbol también puede ser una forma de ser y estar en el mundo.

Publicado originalmente en:

<https://www.mediotiempo.com/futbol/bundesliga/st-pauli-club-unico-alemania-vuelve-bundesliga>