

La industria del fútbol

José Woldenberg

Uno acude al estadio o se asoma a la televisión para ver un juego, un espectáculo. Para emocionarse con aquellos a los que hemos decidido seguir, en quienes depositamos nuestra confianza, en ocasiones a regañadientes. Se trata de un recreo de las actividades cotidianas que genera nerviosismo gracias a un fenómeno de identificación que me resulta difícil explicar. Una actividad lúdica a la que concurren miles y en ocasiones millones, gracias a su reproducción a través de las otrora pantallas chicas.

El fútbol es un juego, una fórmula de socialización y aprendizaje, un entretenimiento, una pasión que construye identidades, un deporte que atrae multitudes, pero sin duda, también, un gran negocio. Su expansión gracias a eso que llamamos globalización y a la red universal de medios de comunicación ha hecho de él algo mucho más vasto que una simple competencia entre equipos rivales: es una industria que vale la pena conocer y entender. Sobre todo comprender su lógica —como actividad empresarial— y las fórmulas de su regulación o no.

Eso nos ofrece *Ciro Murayama* en su libro *La economía del fútbol*, que por supuesto es útil para conocer la mecánica de funcionamiento de dicho deporte, pero que también podría ser utilizado por los profesores de economía para ilustrar los eslabones que conforman cualquier otra rama de producción o servicios. El texto da cuenta del “fútbol como actividad económica”, de su relación con los medios de comunicación, del mercado laboral que genera y al final, incluso, de las no pocas prácticas ilegales que lo han acompañado y ensombrecido. Es un libro claro, armónico, bien escrito, plagado de ejemplos elocuentes, y que conjuga de manera virtuosa el gusto del

autor por el fútbol y su conocimiento del universo conceptual de la economía.

El mercado del fútbol, antaño, daba la impresión de un rosario de mercados locales, cuyos jugadores “recibían pagas modestas”, eran conocidos fundamentalmente por sus conciudadanos, tenían patrocinadores pequeños y sus seguidores eran los vecinos que decidían apoyarlos acudiendo al estadio. Hoy, sin embargo, la situación es muy distinta. El radio primero y la televisión después multiplicaron su impacto, y en el presente es imposible disociar un negocio del otro. *Murayama* nos informa de las fuentes de ingresos de los 20 principales equipos y los números agregados resultan expresivos: sólo el 22 por ciento de sus ingresos proviene de la taquilla; los derechos de televisión representan el 37 por ciento y la comercialización el 41 por ciento. Pero hay fluctuaciones importantes: mientras el Juventus de Italia recibe el 61 por ciento de sus ingresos por derechos de televisión, el Hamburger de Alemania sólo recoge el 18 por ciento. Como bien lo asienta el autor: “Si el fútbol es un buen negocio para la televisión, la televisión se ha convertido en el principal negocio del fútbol”.

Por supuesto, el “factor trabajo” está presente, aunque se trate de una labor especializada, sui géneris, donde destacan un puñado de jugadores talentosos. Estos últimos resultan más que bien pagados; no obstante “su vida laboral es muy corta... y no exenta de riesgos”. Sus salarios —dice *CM*— “no guardan relación con el resto del mercado de trabajo”. Y como cualquier actividad económica, el fútbol también requiere infraestructura (estadios, campos de entrenamiento), fórmulas de financiamiento, regulaciones (deportivas, mercantiles, laborales), genera obligaciones fiscales, y por la vía de

la multiplicación de los torneos internacionales ha dado pie a una institución transnacional que es el árbitro, regulador y máxima autoridad de la actividad: la todopoderosa FIFA. Ese laberinto ha producido concentración de vendedores (los grandes equipos) y también de compradores (las empresas televisivas más poderosas). Y el fútbol no deja de producir, dicen los economistas, “externalidades”: incremento en la venta de aparatos de televisión y de suscripciones a la televisión por cable, “mayor afluencia a bares y restaurantes”, venta de artículos deportivos, viajes de aficionados, y súmele usted.

Un fenómeno digno de ser estudiado. Eso hace *Murayama*. Con flexibilidad, e imagino también, dependiendo de la accesibilidad a las fuentes, presenta información de las ligas europeas y/o la mexicana, ejemplifica con un caso de endeudamiento inglés, con una fórmula idiota de captación de impuestos española, o con la baja asistencia a los estadios en México. Porque al final lo que pretende es ofrecer un mural general para la comprensión del fenómeno, ilustrando con estampas específicas la naturaleza, el significado y la complejidad de los problemas.

Me detendré solamente en cuatro pequeñas estampas, que quizá deban ser leídas como botanas que eventualmente pueden abrir el apetito del lector.

1. *Las calificadoras y las apuestas*. Sabemos que el proceso de interdependencia cada vez mayor de las economías ha llevado al fortalecimiento de empresas “reputadas” que siguen, evalúan y dictaminan sobre los riesgos que corren las inversiones en los distintos países. Sus nombres son conocidos, aunque desconozcamos cabalmente la forma en que funcionan: Goldman Sachs, UBS, Pricewaterhouse Coopers o J. P. Mor-

gan. Su voz espotente y ponen a temblar a más de un gobierno, por no hablar de los inversionistas.

Pues bien, estas apreciadas calificadoras internacionales se pusieron a hacer previsiones estadísticas sobre el Campeonato Mundial de Fútbol 2010. Establecieron sus variables, recuperaron el historial de los equipos, afinaron sus correlaciones, y esculpieron, cada una, un modelito. Goldman Sachs, UBS y Pricewaterhouse dieron como favorito a Brasil y J. P. Morgan a Inglaterra.

Sólo reconstruir esa aventura nos debería alertar sobre las supercherías que venden tan estimadas empresas. Sobra decir que el Mundial lo ganó España y que el otro finalista fue Holanda. Porque, como recuerda Murayama, "nadie puede predecir con precisión lo que ocurrirá en un terreno de juego". ¿Y en la economía?

2. *Fútbol y televisión.* Ciro Murayama nos informa que las ligas de fútbol italiana, francesa, inglesa y alemana negocian como tales (es decir, en conjunto) los contratos con la o las televisoras. Las fórmulas de reparto de los dividendos entre los clubes son diferentes, pero en todos los casos se tiende a un cierto equilibrio que redundará en torneos más o menos competidos, gracias a un financiamiento televisivo medianamente equitativo.

Por el contrario, en España son los clubes (en singular) los que negocian sus con-

tratos con las televisoras. Y, como se sabe, el que tiene más saliva traga más pinole. No resulta casual entonces que mientras en el campeonato 2010-2011 el Real Madrid y el Barcelona obtuvieron ingresos por 140 millones de euros cada uno, el Atlético de Madrid sólo cobró 47, el Sevilla 32 y el pobre Rayo Vallecano solamente catorce. No es casual entonces que las asimetrías se reproduzcan año con año en el toreo español.

Murayama contrasta esa situación con lo que sucede con las ligas de fútbol americano, beisbol y basquetbol de Estados Unidos, en las que existe "un sentido que busca primar la competencia deportiva y la distribución de ingresos para todos los clubes". Esas ligas no sólo negocian como un todo con las empresas televisivas, sino que incluso inventaron mecanismos para que sean los equipos más débiles los primeros que puedan optar por los jugadores universitarios destacados.

En nuestro país (*meé*), nos dice Murayama, "no sólo no hay una negociación común de los derechos de transmisión... sino que incluso las propias empresas mediáticas son las dueñas de los clubes". Resultado: torneos en los que cada club se rasca con sus propias uñas, incluso si son mancos.

3. *Sueldos y condiciones de trabajo.* Asumirse a la lista de los 50 jugadores mejor pagados del mundo da vértigo. No se lo recomiendo a nadie y menos a los envidiosos.

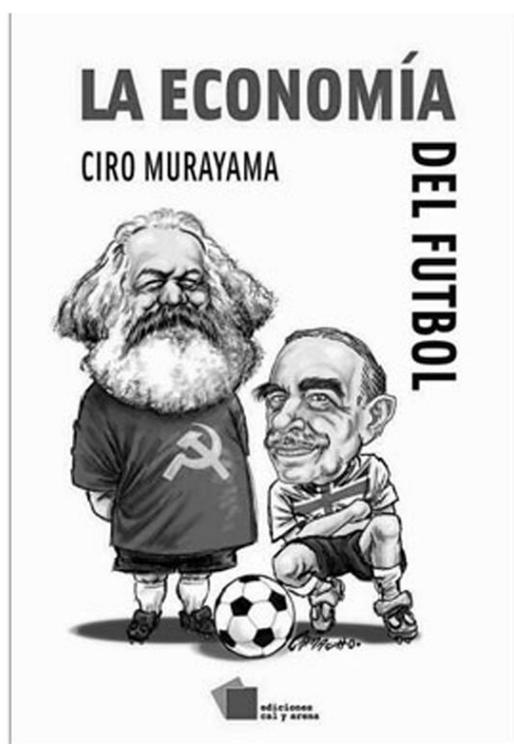
Sólo una probadita. En 2010 Cristiano Ronaldo ganaba 11.3 millones de libras esterlinas, Zlatan Ibrahimovic 10.4, Lionel Messi 9.1 y el último de los cincuenta, Alessandro Del Piero, 4.1. Hay una competencia voraz por los mejores futbolistas que ha desencadenado una espiral a la alza que solamente puede compararse con lo que sucede en los deportes profesionales de Estados Unidos.

El mercado de piernas es tan poderoso y rentable que en los últimos años se ha producido un fenómeno novedoso: los fondos de inversión de futbolistas. Sus "cartas" ya no pertenecen a un determinado equipo sino a sociedades de inversores que los manejan como preciosas mercancías.

En contraposición, en nuestro país, no existe una agrupación de futbolistas que les permita negociar de manera colegiada sus condiciones de trabajo con los dueños de los equipos. A diferencia de lo que sucede, por ejemplo, en España o Italia, donde existen sindicatos, en nuestro país el intento por formarlo no sólo fue descabezado, sino que sus promotores fueron despedidos, y ello a pesar de que la Ley Federal del Trabajo desde 1970 contiene un capítulo sobre el deporte profesional en el que se reconoce a los jugadores como trabajadores con derechos. El consuelo del tonto: no es la única actividad en la que la ley es papel mojado.



Ciro Murayama



4. *La excepción Ferguson*. El libro contiene también un capítulo sobre el mercado de entrenadores. Hay una espectacular movilidad entre ellos que sin duda está marcada por las redituables ganancias que arroja cada transferencia. Se trata de un empleo rentable, pero volátil, incierto, con alta

rotación. Pues bien, en ese contexto Murayama hace un sentido homenaje a quien fuera entrenador del Manchester United, Sir Alex Ferguson. Transcribo sólo algunos de sus párrafos:

Ferguson fue entrenador del mismo equipo 26 años. Ganó "dos títulos de la

Champions... dos Supercopas de Europa... una Copa Intercontinental... un Mundial de Clubes... trece ligas inglesas... cinco Copas de Inglaterra... diez Community Shields... tres ligas escocesas... cuatro copas escocesas y una copa de liga escocesa". "Originario del barrio obrero de Glasgow, encontró un empleo —escribe con nostalgia Murayama— como los que eran frecuentes en las viejas industrias de la edad dorada del capitalismo... estable, con remuneraciones adecuadas y en ascenso... Estaba ahí antes de que existiera la hoy célebre competición Premier, antes de la televisión digital y de la retransmisión al mundo entero de los partidos de la liga inglesa, estaba ahí en la época de la crisis del fútbol británico marcada por la violencia de los *hooligans*. Y de todo ello salió airoso, adaptándose y adaptando a su equipo... Entendió la globalización y trató de conducirla a sus intereses antes de zambullirse en ella sin rumbo... Incorporó a jugadores provenientes de una docena de países... (Por cierto que una de las reglas infranqueables de sir Alex para todo jugador que llegaba al ManU era el dominio del idioma inglés: una política básica de integración laboral). Pero el hecho de mirar a jugadores más allá de las islas británicas no implicó el descuido de la cantera... Sindicalista, laborista, hombre de trabajo... construyó con perseverancia, honestidad y con frecuencia con el mal carácter de un obrero la grandeza del actual fútbol inglés".

En fin, si usted está interesado en acercarse también a los fenómenos anómalos o ilegales del fútbol, Murayama ofrece un último capítulo sobre "goleadas sospechosas", "compra venta de votos en la FIFA", "alteración de pasaportes", "evasión de impuestos" y otras lindezas que acompañan al fútbol como sucede en otras actividades económicas.

Un libro para observar los cimientos que sostienen a los encuentros que nos emocionan y desesperan, a los campeonatos que seguimos con ilusión o desaliento, y a los equipos y jugadores que aplaudimos y/o silbamos. **U**

Ciro Murayama, *La economía del fútbol*, Cal y Arena, México, 2014, 167 pp.



For the Good of the Game

