

EL CONTROL DEL BALÓN DE ORO: CRÓNICA CRÍTICA SOBRE LA MERCANTILIZACIÓN DEL FÚTBOL

Joan Úbeda Colomer

Cátedra Divina Pastora de Deporte Adaptado

Departament d'Educació Física i Esportiva. Facultat de Ciències de l'Activitat Física i L'Esport. Universitat de València.

Joan Pere Molina Alventosa

Colegiado n.º 52.348 (Comunidad Valenciana)

Departament d'Educació Física i Esportiva. Facultat de Ciències de l'Activitat Física i L'Esport. Universitat de València.

Fecha de recepción: 2 de junio de 2014

Fecha de aceptación: 9 de julio de 2014

RESUMEN

El fútbol se ha convertido en un fenómeno de gran repercusión a nivel mundial y, en los últimos años, ha experimentado una gran mercantilización que ha hecho que adquiera unas dimensiones desmesuradas en el ámbito económico. Este trabajo pretende dar una visión crítica de la vertiente económica del fútbol y aportar reflexiones que puedan ser interesantes para los gestores deportivos. En primer lugar, se discute la situación económica de algunos clubes y las ayudas constantes a estas entidades por parte de los poderes públicos, entrando en detalle en el caso de más actualidad, el del Valencia Club de Fútbol. En segundo lugar, se analiza el papel que juegan las multinacionales del deporte y las empresas de comercialización de derechos televisivos, así como los intereses económicos que genera el fútbol en industrias paralelas. Por último, se concluye destacando que, como ciudadanos, debemos ser conscientes de que este aumento desmesurado e irreal de la dimensión económica del fútbol es insostenible y de que no podemos permitir que los clubes de fútbol reciban un trato privilegiado, por lo que debemos exigir una mayor regulación y control en las cuentas de los clubes.

Palabras clave: fútbol, burbuja futbolística, intereses económicos, recalificaciones

Title: The golden ball control: critical chronicle about the commodification of football

ABSTRACT: Football has become a phenomenon of great impact worldwide and, in recent years, it has undergone a massive commodification so it has acquired disproportionate dimensions in the economic field. This work aims to provide a critical view of the economic side of football and provide insights that might be interesting for sports managers. First, the economic situation of some clubs and continual support to these institutions by the public authorities is discussed, deepening into the most recent case, Valencia Club de Fútbol. Second, we analyze the role of the sporting multinationals and the marketing companies of television rights, as well as the economic interests that football generates in parallel industries. Finally, it concludes by highlighting that, as citizens, we must be aware that this excessive and unrealistic increase in the economic dimension of football is unsustainable and we can not allow preferential treatment with football clubs, so we must require greater regulation and control in the accounts of these entities.

KEYWORDS: football, football bubble, economic interests, rezoning

* Correo electrónico: joan.ubeda-colomer@uv.es / juan.p.molina@uv.es



INTRODUCCIÓN

Según los baremos de un negocio normal, esta forma de incurrir en deudas es de locos. Pero para los clubes de fútbol tiene sentido: la única manera de ganar partidos es gastar en exceso. (Kuper y Szymanski, 2010:119)

Los jugadores de fútbol más famosos son productos que venden productos. (Eduardo Galeano, 2010:247)

1. ¡ARRANCA EL PARTIDO!

Actualmente, el fútbol es un fenómeno de masas con una popularidad y repercusión inigualables en todo el mundo, de modo que se ha convertido en una manifestación colectiva con grandes implicaciones en el ámbito social, político, ideológico o económico. En relación con este último, como sabemos, el fútbol está catalogado por muchos como un gran negocio. Y aunque podemos afirmar que lo es sin temor a equivocarnos, conviene hacer algunas reflexiones para clarificar quién se beneficia de este negocio y cómo lo hace, pues, si bien es cierto que alrededor del fútbol se mueven grandes cantidades de dinero, realmente y como señalan Kuper y Szymanski (2010), el mundo obtiene más dinero del fútbol que la propia industria futbolística. En este trabajo nos centraremos en la vertiente económica de este deporte, pues nuestro objetivo es dar una visión general de cómo se han gestionado los clubes de fútbol en los últimos años y aportar una serie de reflexiones que pueden ser interesantes desde el punto de vista del gestor deportivo. Creemos que conocer en profundidad las causas que han llevado a los clubes de fútbol a una nefasta situación económica y reflexionar sobre ellas es un primer paso necesario para establecer y desarrollar buenas prácticas en la dirección y gestión de este tipo de entidades.

2. ESPECULANDO EN EL CONTROL DEL BALÓN

Empezando por el análisis de los clubes, debemos decir que si el fútbol en sí es un negocio, es un negocio como mínimo peculiar: los clubes de fútbol son las únicas empresas donde los trabajadores, es decir, los jugadores, se llevan casi todos los beneficios que generan; realmente, según Kuper y Szymanski (2010), los clubes (si atendemos solamente a la cuestión económica, por supuesto) no son más que el vehículo que permite trasladar los recursos económicos que se generan a los jugadores, por tanto ya podemos observar que su funcionamiento no es el de una empresa normal. Por mucho que los clubes aumentan sus ingresos por los derechos televisivos o por publicidad y patrocinios, esto nunca suele traducirse en un balance económico positivo sino al contrario, es decir, que a medida que aumentan los ingresos de los clubes también aumentan los precios de los traspasos de jugadores o los salarios desorbitados para los “cracks”, de modo que los clubes casi siempre gastan todo lo que ingresan o incluso más, en la mayoría de los casos. Los clubes por tanto, no se preocupan de obtener beneficios, sino que gastan lo que sea necesario por ganar partidos y poder continuar manteniendo la competitividad en el área deportiva, de manera que “el fútbol se convierte en una suerte de carrera armamentística: todos los clubes gastan demasiado por miedo a sus vecinos” (Kuper y Szymanski, 2010:117). Pero lo realmente impactante cuando comparamos el fútbol con un negocio cualquiera es percatarse de que son las únicas empresas que se pueden permitir subsistir con pérdidas económicas año tras año. Incitados por los medios de comunicación y los aficionados, que claman fichajes y más fichajes para satisfacer su afán consumista y para aspirar a la gloria deportiva, los clubes constantemente toman decisiones económicas irracionales y gastan de manera excesiva el



dinero que no tienen. Como apunta García Monerris (2003:96), “estamos ante empresas en las que resulta muy difícil que el ritmo de generar sueños e ilusiones, esos beneficios intangibles, vaya paralelo al de presentar unos balances, ya no con beneficios espectaculares, sino un poco equilibrados”. El resultado es un endeudamiento desmesurado de los mencionados clubes que, a pesar de todo, casi siempre continúan adelante. Cualquier empresa normal con más gastos que ingresos y con un nivel de endeudamiento tan elevado quebraría en un santiamén y con toda seguridad desaparecería; pero no los clubes de fútbol, que siempre encuentran un nuevo propietario o alguien que los avale, lo cual, como explican Kuper y Szymanski (2010), se conoce en el mundo de las finanzas como “riesgo moral”, es decir, que si uno sabe que sobrevivirá a pesar de perder dinero, se sentirá libre de perderlo.

2.1. ¡Sigán, sigan! El árbitro no ha visto nada

En el caso del Estado español, después del estallido de la burbuja inmobiliaria ha venido el de la burbuja futbolística, entre otras cosas por la estrecha relación que ambas han mantenido, ya que como apunta Martín (2004:25), “constructores, nuevos ricos e hijos de la cultura del ‘pelotazo’, encontrarán su proyección social en el mundo del fútbol”. Así, multitud de presidentes de clubes provienen del negocio de la construcción, como Jesús Gil, Francisco Roig, Florentino Pérez, Manuel Ruiz de Lopera o Josep Lluís Núñez. El caso es que la falta de control y de regulación por parte de los organismos pertinentes, junto a una nefasta gestión económica por parte de los dirigentes ha hecho que los clubes españoles estén en una situación muy grave. El economista José María Gay de Liébana¹ señalaba que entre la Primera y la Segunda División española, había 22 clubes acogidos a la ley concursal, es decir, clubes considerados insolventes que no pueden hacer frente a sus deudas y a los que se asigna, a través del poder judicial, un administrador concursal que controla los ingresos y los gastos para intentar reparar la grave situación económica. Además, daba las cifras de deuda de algunos clubes de la Primera División, como el Real Madrid, con 590 millones de euros; el FC Barcelona, con 578 millones de euros, y el Atlético de Madrid, con 456 millones de euros. En total, señala Liébana, en la Primera División española la deuda ascendería a los 3.500 millones de euros. Pero por si estas cifras no son ya bastante impactantes, lo peor vendría al saber qué cantidad de esta deuda mantienen los clubes con Hacienda o la Seguridad Social: diversos medios de comunicación se han hecho eco que la deuda con Hacienda estaría próxima a los 800 millones de euros, mientras que por lo que respecta a la deuda con la Seguridad Social, las autoridades no han facilitado estos datos, pero entre ambos, la cifra podría ser muy elevada.

Como es lógico, con la situación de crisis económica actual, estas informaciones provocan indignación, pues parece que el señor colegiado ha sido comprado y no está aplicando el reglamento con el mismo criterio para los dos equipos: mientras la gente que se ha quedado en el paro y no puede pagar su hipoteca es desahuciada y se queda sin un lugar para vivir, los bancos renegocian la deuda de los clubes de fútbol o amplían el plazo para pagarla. A pesar de haber sufrido unos recortes sin precedentes en servicios públicos tan fundamentales como la educación y la sanidad, a los clubes de fútbol se les permite retrasar sus obligaciones con el fisco, mientras se les conceden recalificaciones de terrenos, subvenciones o contratos publicitarios con el dinero de todos los ciudadanos. Los clubes parece que meten más goles fuera del estadio que dentro. Tal es la goleada que le están endosando los clubes a las autoridades que se empieza a sospechar de un posible amaño, pues la actitud de algunos jugadores como el delantero Hacienda o el mediocentro Seguridad Social no ha sido la de poner la pierna e ir

¹ Información aparecida en el programa televisivo Salvados, de La Sexta, el 5 de diciembre de 2011.



a por el partido desde el primer minuto. Aunque el público duda del tinglado, sigue el partido renunciando a abandonar las gradas e incluso animando a los clubes a contratar jugadores más caros para sus plantillas.

2.2. Gol anulado por fuera de juego: el caso del Valencia CF

Uno de los casos de trato de favor por parte de los poderes públicos más recientes ha sido el del Valencia CF, que en el último año y medio ha sido noticia en todas las secciones deportivas de los medios de comunicación, al descubrirse que la Generalitat Valenciana, a través del Instituto Valenciano de Finanzas, avaló un préstamo de Bankia a la Fundación VCF, que hasta hace escasos días tenía la mayoría accionarial del club. Analicemos la jugada:

Después del paso de Francisco Roig por la presidencia del club², llega a la presidencia Juan Bautista Soler, que la temporada 2006-2007, haciendo ostentación de la bonanza de sus negocios y por sus delirios de grandeza, inicia una política de fichajes millonarios y de salarios desorbitados para los jugadores. Todo este proceso va generando un gran endeudamiento del club y culmina con la presentación del proyecto del nuevo estadio de Mestalla, que se construirá con el dinero que el Valencia CF obtenga por la venta del solar de Mestalla, recalificado por el Ayuntamiento de Valencia como terreno urbanizable. Así, las obras del nuevo estadio, con capacidad para 75.100 espectadores, empiezan el 1 de agosto de 2007. Pero en medio de todo este proceso estalla la burbuja inmobiliaria y todo el proyecto se hunde ya que, recordamos, por una parte la riqueza de Soler va de la mano del sector urbanístico y, por otra, esta crisis del sector hace que el precio del suelo vaya disminuyendo, con la consiguiente devaluación del solar de Mestalla, por el que se esperaban obtener inicialmente 400 millones de euros. Así, Soler deja la presidencia mientras que la grave crisis económica en que queda inmerso el club hace que se paralicen las obras del nuevo estadio de Mestalla el año 2009, de modo que el Valencia CF se encuentra con un estadio a medio construir, las parcelas de Mestalla sin comprador, y una gran deuda con la entidad financiera Bancaja (actualmente Bankia), que es quien ha avanzado el dinero para la construcción del nuevo estadio.

Ante la imposibilidad de solucionar estos problemas económicos, se decide llevar a cabo una ampliación de capital para evitar que cualquier “tiburón” pueda apoderarse del Valencia CF con fines especulativos. No obstante, en la primera fase solo se consiguen cubrir unos 19 millones de euros, de los 92 en que se había aprobado dicha ampliación, de modo que, como los accionistas no han suscrito todos los nuevos títulos, se crea la Fundación VCF, que gracias a un préstamo de Bankia adquiere el capital restante, y pasa a ser accionista mayoritario del club. Parece que el Valencia acaba de conseguir un gol decisivo. Empieza entonces una nueva etapa en la que la Generalitat y Bankia pasan a marcar la hoja de ruta que debe seguir el club y ponen al frente de la presidencia a Manuel Llorente, que iniciará una gestión marcada por la venta de los activos del club, que son los jugadores.

El árbitro no ha visto nada y da el gol por bueno, pero de repente el asistente levanta el banderín, señala posición antirreglamentaria y se descubre lo más grave del caso: como hemos dicho al principio, este préstamo de Bankia (que, por si fuera poco, está intervenida por el Estado español actualmente a través del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria), está avalado por la Generalitat Valenciana, a través del Instituto Valenciano de Finanzas, de modo que si la Fundación VCF no es capaz de pagar el préstamo mediante el cual se ha apoderado de la mayoría accionarial, será la Generalitat, con el dinero de todos los valencianos, es decir, dinero público, quien deberá hacerse cargo del préstamo de 75 millones de euros más los

² Para más información sobre la situación económica del Valencia CF durante el período de Francisco Roig, consultar el trabajo de Martín (2004).

correspondientes intereses, de los cuáles ya avanzó un primer pago de 4,8 millones de euros, como publicaran diversos medios de comunicación.

El partido se complica y mucho. La Generalitat decide reorganizar la Fundación VCF, que pasa a ser presidida por Federico Varona, mediante un cambio de patrones. En esta situación, Llorente presenta su dimisión y, después de haber dimitido también Varona, es Aurelio Martínez quien se pone al frente de la Fundación, con Amadeo Salvo como presidente del club. El reto es encontrar una fórmula que permita que sea el Valencia CF quien asuma la deuda de la Fundación sin caer en la asistencia financiera, que es ilegal.³ Pero finalmente, ante la dificultad de encontrar dicha fórmula y la negativa de Bankia al refinanciamiento de la deuda, llega inevitablemente el tan temido proceso de venta del Valencia CF. Se abre así un plazo de presentación de ofertas por parte de posibles inversores que acaba el día 1 de abril de 2014. Así, una vez transcurrido el plazo, la Comisión Gestora creada para el proceso de venta, integrada por Bankia, el Valencia CF, la Fundación VCF y el Instituto Valenciano de Finanzas (en representación de la Generalitat Valenciana) anuncia que se han recibido siete ofertas para la adquisición del club y los candidatos son: *The Unique Premier 54 Limited*, fondo de inversión inglés con capital árabe; *Cerberus Capital Management*, fondo de capital riesgo americano que tiene como uno de sus representantes en España al hijo de José María Aznar; *Zolotaya Zvezda*, un fondo de capital ruso del empresario Mikhail Bosco; *Global Emerging Markets*, fondo americano; la empresa del magnate de Singapur *Peter Lim*; la firma china *Dalian Wanda*, del empresario Wang Jianlin, y una séptima firma que parece ser otro inversor árabe⁴.

El clima en que se desarrolla el proceso de venta es tenso, con múltiples acusaciones vertidas hacia todos los lados, con multitud de críticas hacia la opacidad imperante y con recelo por si realmente se va a buscar la mejor oferta valorando el aspecto social, el deportivo y el económico o si solamente se va a atender al económico primando los intereses de Bankia. Algunos sucesos del proceso de venta son dignos de destacar como, por ejemplo, el hecho de que el presidente de la Diputación de Valencia y alcalde de la localidad de Xàtiva, Alfonso Rus, sea el que se postula como presidente del club en la oferta rusa (la del fondo Zolotaya Zvezda), aunque finalmente dicho fondo da marcha atrás y deja fuera a Rus. También marcará el proceso de venta la indignación de la afición valencianista, canalizada con campañas a través de las redes sociales y algunas manifestaciones en la calle, al conocerse que la oferta que parece mejor posicionada es la del “fondo buitres” *Cerberus Capital Management*, con el consiguiente temor de los aficionados ante un posible desmantelamiento del club por parte del fondo para sacar el máximo rendimiento económico a la inversión. No obstante, después de todo el proceso y contra todo pronóstico, se anuncia el 17 de mayo que la oferta del magnate de Singapur, Peter Lim, se ha alzado vencedora y consigue la compra del Valencia CF, lo cual supone la continuidad de Amadeo Salvo como presidente⁵. Así, Lim adquiere el paquete accionario de la Fundación, que supone el 70% del total de acciones, y se convierte en el nuevo dueño del club, aunque en el momento del envío de este artículo aún está negociando con Bankia cómo y cuándo pagará la deuda, de modo que el acuerdo no es definitivo. Tampoco se sabe a ciencia cierta cuándo se acabará el nuevo estadio ni la forma en la que el magnate hará negocio con la compra del Valencia CF. Ya veremos quién gana ese partido, quién mete los goles y quién los encaja.

3 Información aparecida en el periódico *Las Provincias* el 28/03/2013.

4 Información aparecida en el periódico *El Mundo* y en el periódico *Las Provincias* el 01/04/2014.

5 Información aparecida en el periódico *El País* el 17/05/2014.



3. CONTROL ANTIDOPAJE EN EL TÚNEL DE VESTUARIOS

El caso del Valencia CF es un claro ejemplo de cómo una gestión nefasta de las grandes entidades deportivas puede acabar ocasionando un problema de tan gran magnitud a todos los niveles y por eso nos parece interesante conocerlo más a fondo desde el punto de vista del gestor deportivo, para ser plenamente conscientes del tipo de prácticas que pueden acabar poniendo en jaque a una entidad deportiva. Por supuesto, no es el único ni mucho menos, y si bien el aval de la Generalitat ha sido sorprendente por ser la forma más directa que hemos conocido de financiar clubes de fútbol con dinero público, no es menos cierto que la mayoría de estas entidades han sido favorecidas, como hemos dicho anteriormente, con decisiones políticas como la recalificación urbanística, la adjudicación de contratos publicitarios bajo la excusa de la promoción de una ciudad o los pagos en concepto de derechos televisivos por parte de televisiones autonómicas, entre otros. Los casos de Barça y Madrid, son también dignos de destacar, ya que fueron los únicos que se pudieron permitir el lujo de no hacer la reconversión a SAD a pesar de tener cifras de deuda muy elevadas (Athletic Club de Bilbao y Atlético Osasuna no tuvieron que hacer la reconversión porque estaban saneados), y a menudo han conseguido recalificaciones de terreno realmente provechosas. En el caso del Barça podemos destacar, aunque es muy lejana, la del campo de les Corts en 1962, y que salvó el club de la gran deuda que tenía; o también la recalificación de una parte de los terrenos de la ciudad deportiva de Sant Joan Despí en el año 2000. Mientras que en el caso del Madrid, la recalificación de su ciudad deportiva fue, como afirma Martín (2004:33), “la madre de todas las operaciones urbanísticas”, con un beneficio extraordinario reconocido en las cuentas del club de 501.886.000 euros.⁶ El fútbol recibe un trato especial, y si además eres de los poderosos, más especial aún; el mercado del dopaje económico está en auge y los sistemas y estrategias para no dar positivo son cada vez más sofisticados. Además, ya se sabe que si el árbitro no pita no existe infracción. No obstante, los métodos de control también han ido mejorando y se han empezado a detectar sustancias que antes no se detectaban, de modo que recientemente la Comisión Europea ha expedientado a España por ayudas ilegales a siete clubes de fútbol: Real Madrid, Barcelona, Athletic de Bilbao y Osasuna, por no haberse reconvertido a SAD, por lo que entienden que se benefician de una fiscalidad especial; y Valencia, Elche y Hércules, por los avales y préstamos de la Generalitat Valenciana, serían los equipos beneficiados, aunque no se descarta investigar a todos los demás equipos. Además, al Real Madrid y al Athletic Club de Bilbao se les ha abierto un expediente extra por la operación urbanística de la ciudad deportiva de Valdebebas y la de construcción del nuevo estadio de San Mamés, respectivamente.⁷

Por lo tanto, después de todo, cuando afirmamos que el fútbol es un negocio debemos hacer, al menos, algunas matizaciones, dado que el objetivo de cualquier negocio es obtener beneficios económicos y en el caso del fútbol, sus protagonistas principales, los clubes, no presentan unos libros de cuentas ejemplares precisamente.

Ciertamente, la gran permisividad que se tiene desde los poderes públicos con las deudas de los clubes de fútbol e incluso las ayudas directas que hemos comentado, recuerdan a la reciente situación de las entidades financieras del Estado español que se han permitido el lujo de perder grandes cantidades de dinero que después se han pagado a cargo del contribuyente, mientras los dirigentes que han arruinado la entidad (una de las cuáles es Bankia, curiosamente) se han ido con indemnizaciones millonarias. Y es que al final resultará que hay otros negocios igual de

⁶ Información del artículo del periódico *El País* del 13/11/2006, titulado “El fútbol español, al pelotazo”.

⁷ Información aparecida en el periódico *El Mundo* el 16/12/2013



peculiares que el fútbol. En definitiva, lo que sí podemos asegurar es que el ciudadano es el que hace una mala jugada y un peor negocio, ya que socializar pérdidas y privatizar beneficios, ya sea hablando de entidades financieras o de clubes de fútbol, es un negocio nefasto.

4. ¡LAS MULTINACIONALES SE ASEGURAN LA BOTA DE ORO!

No obstante, habiendo comentado la cuestión de los jugadores y los clubes, que serían la industria futbolística propiamente dicha, sí es cierto que alrededor del fútbol se articula una red de industrias paralelas que hace que, en definitiva, el fútbol genere a su alrededor un impacto económico de grandes proporciones: está el sector de las apuestas, industria que va adquiriendo un fuerte protagonismo y que ya es capaz de facturar grandes cantidades de dinero, además de ser también un terreno abonado para que aparezca la corrupción, como se ha demostrado recientemente con la desarticulación de una red de manipulación de partidos a escala europea⁸; y también empresas que negocian con los derechos televisivos, de publicidad y de comercialización, o multinacionales del deporte como Adidas o Nike, que también aprovechan la popularidad del fútbol para obtener grandes beneficios. Al final, la bota de oro (o el botín, si se prefiere) se lo llevan las grandes multinacionales que son las que más goles meten.

En el caso de las multinacionales que comercializan uniformes deportivos, el fútbol pasa a ser el altavoz publicitario ideal, de manera que pugnan ferozmente para que los mejores jugadores del mundo calcen sus botas, o las selecciones nacionales más reconocidas, sus equipajes. El caso del jugador brasileño Ronaldo, explicado por Santiago Seguro en el libro *Fútbol y pasiones políticas*, es especialmente revelador:

El aparato mercantil no podía permitirse una mirada compasiva con un jugador de apenas 21 años, fatigado, exprimido, lesionado. Desde esa parte no se decía nada. Sin embargo, Ronaldo había llegado al Mundial en unas condiciones lamentables. Su organismo se había rebelado contra los excesos que le habían impuesto: tres años sin descanso, cientos de partidos, viajes incesantes. Los tendones de su rodilla estaban peligrosamente inflamados. (...) Pero lo cierto es que el mejor jugador del mundo se enfrentaba a un momento decisivo de su carrera en la peor situación posible, oprimido por un férreo aparato mediático, empresarial y publicitario, y con el cuerpo castigado hasta límites preocupantes. Tenía que jugar como fuera, aun a riesgo de su salud. (...) Llegado el momento cumbre de su carrera, en el cual se concentraban todos los intereses ligados a su figura, todos los conflictos de Ronaldo entraron en colisión y produjeron un estallido real en lo físico y sintomático en lo simbólico. Ese día, Ronaldo se rompió por las mismas razones por las que se rompe el fútbol actual: por la codicia, por el predominio abusivo de los intereses económicos sobre las necesidades de los futbolistas, por una ausencia de moral que llega hasta las últimas consecuencias, hasta la posibilidad de la destrucción absoluta. Sólo así se entiende que Ronaldo jugara la final de la Copa del Mundo, horas después de padecer una crisis de carácter desconocido, pero grave. En realidad, eso importaba muy poco a los guardianes del planeta Ronaldo. Lo esencial es que jugara para satisfacer los intereses del mercado. Le administraron un soporífero y jugó la final en un estado deplorable. En esa gravosa cuenta que pagó Ronaldo el 12 de julio se encierra otra consideración alarmante: el fútbol se dirige a un futuro sin piedad. (Seguro, 1999:121-122)

Otro ejemplo, muy significativo de los intereses ajenos que se esconden detrás del fútbol, es el caso de João Havelange, expresidente de la FIFA, y su relación con Horst Dassler, director de la

⁸ Información aparecida en el periódico *Marca* el 04/02/2012.



empresa Adidas, propiedad de su familia (Corriente y Montero, 2011; Galeano, 2010; Jennings, 2006). La gran estrategia publicitaria de Dassler, como explica Jennings (2006), era que las federaciones deportivas firmaran contratos por llevar indumentaria de Adidas, para lo cual debía conseguir que las mencionadas federaciones estuvieran endeudadas con él y firmaran dichos contratos para devolverle el favor. Así, con el dinero de Adidas, Dassler edificó el poder de Havelange, y de muchos otros candidatos a dirigir federaciones deportivas e, incluso, fue quien hizo que Samaranch se levantara con la victoria en la presidencia del COI (Galeano, 2010; Jennings, 2006). Además, consiguió que Joseph Blatter, antiguo empleado de Adidas, fuera nombrado secretario general de la FIFA (Blatter es actualmente el presidente de la FIFA). Dassler era una apuesta segura en el camino hacia el poder, siempre que posteriormente, evidentemente, se le devolviese el favor. Después de eso, le resultó muy fácil conseguir los contratos de patrocinio que deseaba, así como los derechos de comercialización de diferentes deportes, entre ellos los del fútbol, que adquirió de la FIFA. Así, Dassler creó una empresa con el objetivo de comercializar los derechos de televisión y de venta de publicidad en los estadios: la empresa *International Sport and Leisure*, conocida como ISL, que ha ido obteniendo estos derechos desde la elección de Havelange en 1974. Por hacernos una idea de la cantidad de dinero de la que hablamos y de los beneficios que podía obtener el adjudicatario de estos derechos, el empresario Eric Drossart, a través de una asociación entre las corporaciones IMG y UFANO, hizo una oferta de mil millones de dólares por los derechos de comercialización de la Copa del Mundo 2002, y estaba dispuesto a superar la oferta más alta que cualquier otro competidor presentara. No obstante, y después de un proceso muy opaco con muchas incógnitas por resolver, los derechos de 2002 y de 2006 se vendieron conjuntamente y, por supuesto, el contrato se firmó con ISL (Jennings, 2006). Posteriormente, como apunta Jennings (2006), se descubriría que después de la firma del contrato de derechos de comercialización para 2002 y 2006, un pago misterioso de un millón de francos suizos procedentes de ISL aterrizó por casualidad en la cuenta bancaria de la FIFA.

Como podemos ver, la publicidad que se genera alrededor del fútbol sí que mueve unas cantidades enormes ya que la Copa del Mundo, por ejemplo, es un escenario multitudinario brutal que hace que las multinacionales más poderosas, como por ejemplo Coca-Cola, paguen grandes sumas de dinero para que su logotipo esté muy visible durante la celebración de todo el campeonato. Ahora bien, por supuesto que, como dice Galeano (2010), a los dirigentes de las federaciones y del COI o a la familia Dassler no les importa promover los productos más saludables o más aconsejables para la vida deportiva, el criterio es únicamente y exclusivamente el del mejor postor.

5. PITIDO FINAL

En este trabajo hemos puesto de manifiesto cómo las grandes multinacionales del deporte y los poderes económicos, con la colaboración de dirigentes corruptos, se aprovechan de la popularidad del fútbol en favor de sus propios intereses de modo que el fútbol ha sufrido una mercantilización sin precedentes en los últimos años que, en nuestra opinión, lo está desnaturalizando.

Además, como hemos visto, la mayoría de los clubes se han resistido a aplicar criterios económicos lógicos y han gastado mucho más de lo que tenían con el objetivo de conseguir victorias y continuar compitiendo al máximo nivel. En consecuencia, se ha producido un aumento irreal y desmesurado de los precios de los traspasos y de los salarios de los futbolistas, creando así una “burbuja futbolística” insostenible. El problema es que, constantemente, los



poderes públicos han acudido al rescate de estas entidades privadas a través de diferentes decisiones políticas, posiblemente por no enfrentarse con un gran volumen de aficionados que, además, son vistos como votos potenciales. No obstante, como ciudadanos no podemos permitir que se paguen deudas privadas con dinero público y deberíamos exigir una mayor regulación y control en las cuentas de los clubes. De no ser así, no dejaremos de ser el farolillo rojo de los participantes y el conjunto al que le están metiendo más goles, aunque muchos aficionados sigan negándose a dirigir su mirada al marcador y no le reclamen al árbitro aplicar el reglamento. Eso sí que es tener moral... más que el Alcoyano.

BIBLIOGRAFÍA

- Corriente, F. y Montero, J. (2011). *Citius, altius, fortius. El libro negro del deporte*. Logroño: Pepitas de calabaza
- Galeano, E. (2010). *El fútbol a sol y sombra*. Madrid: Siglo XXI.
- García Monerris, C. (2003). Fuera de campo. En S. Albiñana, J. Serna y A. Bonmatí (Coords.) *El fútbol o la vida* (pp. 87-101). Valencia: Universitat de València.
- Jennings, A. (2006). *Tarjeta roja El libro secreto de la FIFA: sobornos, manipulación de votos y escándalos con las entradas*. Barcelona: Ediciones La Tempestad
- Kuper, S. y Szymanski, S. (2010). *El fútbol es así (soccernomics): Una explicación económica sobre mitos y verdades del deporte*. Barcelona: Empresa activa.
- Martín, G. (2004). *Lo que el fútbol se llevó. Hacienda y fútbol: una asignatura pendiente*. Valencia: Universitat de València.
- Segurola, S. (1999). Ronaldo como metáfora. En S. Segurola (ed.) *Fútbol y pasiones políticas* (pp. 113-122). Barcelona: Debate.

