

Mercado, fútbol y béisbol

[Enric González](#)

National Pastime: How Americans Play Baseball and the Rest of the World Plays Soccer
(Pasatiempo nacional: por qué los estadounidenses juegan al béisbol y el resto del mundo al fútbol)

Stefan Szymanski y Andrew Zimbalist, 267 págs.,
Brookings Institution Press
Washington, EE UU, 2005 (en inglés)

Llega el último minuto de la prórroga en el partido final de la Copa del Mundo y un delantero que cojea marca el gol de la victoria. ¿Hay algo más importante en el fútbol? Aunque parezca extraño, sí. Hay algo mucho más importante que la más épica de las victorias. Se trata de una dimensión espiritual que ha hecho del fútbol el deporte planetario y lo ha convertido en metáfora de un determinado modelo de globalización. El béisbol carece de esa dimensión y por ello goza de la condición de anomalía: se trata del único producto que Estados Unidos no ha conseguido exportar más allá de su periferia caribeña.

El espíritu del fútbol no está en el juego ni en las reglas, sino en el sistema de competición. El mejor equipo gana y el peor desciende a la categoría inferior, sustituido por alguien que empuja con fuerza desde abajo. Ese sistema permite que el más humilde club del barrio más remoto pueda soñar con enfrentarse en cuestión de pocos años al Real Madrid o al Milan. ¿Una tontería? Todo lo contrario. El mecanismo de promociones y descensos es la clave de un deporte que dejó hace tiempo de ser un juego y hoy sostiene, gracias a su colosal audiencia, la expansión de los imperios multimedia.

Dos economistas, Stefan Szymanski y Andrew Zimbalist, han estudiado la paradójica historia del béisbol y el fútbol, dos deportes nacidos en la segunda mitad del siglo XIX cuyo desarrollo discurrió en paralelo hasta que fue necesario organizarlos en algún tipo de competición.

La primera paradoja se produjo entonces. La sociedad estadounidense, forjada sobre las bases de la libertad y la libre competencia, creó un monopolio con el objetivo primordial de generar dinero para los propietarios de los equipos. La sociedad victoriana, paradigma del clasismo y el inmovilismo, inventó en cambio una competición abierta que se sometía al dictado de un organismo burocrático (la federación), condenaba a los clubes al endeudamiento y favorecía tan sólo, en último extremo, a los aficionados.

El fútbol ha sido precursor –y es metáfora– de una cierta globalización patrocinada por el Estado-federación, no por la empresa-club

El concepto de Liga fue inventado en Nueva York. Se trataba, y así es hasta hoy, de una Liga cerrada, en la que los propietarios de la competición (los propios clubes) se distribuyeron a sí mismos un número limitado de franquicias que daban derecho a participar. Los equipos son siempre los mismos, jueguen bien o jueguen mal, y sus propietarios ganan notables cantidades de dinero chantajeando a los aficionados y a los poderes públicos. ¿La gente no acude al estadio? El equipo se va a otra ciudad. ¿El Ayuntamiento no regala un estadio nuevo? El equipo se va a otra ciudad. El negocio es tan seguro que las compañías de televisión compran clubes para aumentar sus beneficios y pagar menos impuestos, y, sólo en segundo término, para ampliar la audiencia. Un ejemplo debería bastar: George W. Bush, que consiguió perder dinero hasta con una empresa petrolera tutelada por los amigos de la familia, se hizo una pequeña fortuna con el béisbol.

La comodidad financiera redundaba en perjuicio de la competición: los propietarios carecen de incentivos para contratar mejores (y más caros) jugadores y a mitad de la temporada regular, cuando sólo cuatro o cinco franquicias aspiran a la victoria en una de las dos ligas principales (National y American), la mayoría de los partidos son de un tedio atroz. A veces se asiste a un curioso espectáculo en el que ambos contrincantes se esfuerzan en perder, porque los peores clasificados de cada año tienen prioridad en los fichajes (*drafts*) para la temporada siguiente.

En el fútbol, por el contrario, no existen garantías ni clubes

financieramente saludables, quizá con la excepción del Manchester United. La Football Association de Londres copió el sistema de Liga americana, pero consideró poco caballeroso, y demasiado “profesional” (una palabra malsonante en el fútbol hasta hace relativamente poco), conceder la Liga en monopolio a un grupo limitado de franquicias, y decidió que el poder correspondía a las federaciones, no a los clubes. Uno siente la tentación, en la que no caen los autores de *National Pastime*, de comparar las federaciones con el Estado. Los economistas demuestran que el deporte bajo dirección federativa tiende a adoptar las decisiones más razonables a largo plazo, aunque al principio parezcan absurdas, mientras que el dirigido por las empresas se ciega ante el beneficio inmediato y se cierra perspectivas.

Desde que un grupo de caballeros victorianos adoptó una filosofía que hoy se da por supuesta, la competición empuja a los directivos a gastar en jugadores más allá de lo razonable, porque quien más partidos gana, más cobra (de la federación nacional o internacional, y ahora de las televisiones), y el fútbol permanece condenado a bordear continuamente la quiebra y a vivir en el desorden. Las apuestas, como en la vida, son demasiado altas; un club que invierte grandes sumas para competir internacionalmente, pero juega mal, no sólo es relegado a una división local: el desfase entre gastos e ingresos puede llevarlo a la desaparición.

A la expansión del fútbol han contribuido, por supuesto, los nacionalismos. Y los nacionalismos (o los furores aldeanos o las rivalidades locales) han acarreado violencia, manipulación política y fraudes de alto nivel. Pero estos elementos indeseables aparecen porque el fútbol es un mercado abierto a todos los choques económicos y culturales. El fútbol ha sido precursor, y es metáfora, de una cierta globalización patrocinada por el Estado-federación, no por la empresa-club. El mercado en el que las empresas son hegemónicas, el del béisbol, cerrado, autorregulado, carente de violencia y atento a reducir en lo posible las desigualdades entre los competidores, no se ha expandido geográficamente en más de un siglo y sólo ha generado beneficios para un puñado de propietarios y jugadores. El mercado caótico, salvaje, abundante en desastres financieros y en teoría favorecedor de la desigualdad, el del fútbol, mueve anualmente cifras que el béisbol ni siquiera sueña, y ha conquistado

el mundo, China incluida. Ha conquistado, sobre todo, los sueños de la gente. Y lo ha conseguido prometiendo a los más pequeños la oportunidad de enfrentarse a los más grandes. Quienes en los despachos televisivos y en las sedes de los principales clubes de fútbol hacen planes para crear una Liga europea cerrada, a imitación de la Major Baseball League americana, deberían leer *National*

Pastime, el libro

de Szymanski y Zimbalist. También deberían leerlo quienes desprecian la función reguladora de los organismos burocráticos y quienes sólo ven desorden, explotación y riesgos en la mundialización de la economía.

Mercado, fútbol y béisbol.

[Enric González](#)

National Pastime: How Americans Play Baseball and the Rest of the World Plays Soccer
(Pasatiempo nacional: por qué los estadounidenses juegan al béisbol y el resto del mundo al fútbol)

Stefan Szymanski y Andrew Zimbalist, 267 págs.,
Brookings Institution Press
Washington, EE UU, 2005 (en inglés)

Llega el último minuto de la prórroga en el partido final de la Copa del Mundo y un delantero que cojea marca el gol de la victoria. ¿Hay algo más importante en el fútbol? Aunque parezca extraño, sí. Hay algo mucho más importante que la más épica de las victorias. Se trata de una dimensión espiritual que ha hecho del fútbol el deporte planetario y lo ha convertido en metáfora de un determinado modelo de globalización. El béisbol carece de esa dimensión y por ello goza de la condición de anomalía: se trata del único producto que Estados Unidos no ha conseguido exportar más allá de su periferia caribeña.

El espíritu del fútbol no está en el juego ni en las reglas, sino en el sistema de competición. El mejor equipo gana y el peor desciende a la categoría inferior, sustituido por alguien que empuja con fuerza desde abajo. Ese sistema permite que el más humilde club del barrio más remoto pueda soñar con enfrentarse en cuestión

de pocos años al Real Madrid o al Milan. ¿Una tontería?

Todo lo contrario. El mecanismo de promociones y descensos es la clave de un deporte que dejó hace tiempo de ser un juego y hoy sostiene, gracias a su colosal audiencia, la expansión de los imperios multimedia.

Dos economistas, Stefan Szymanski y Andrew Zimbalist, han estudiado la paradójica historia del béisbol y el fútbol, dos deportes nacidos en la segunda mitad del siglo XIX cuyo desarrollo discurrió en paralelo hasta que fue necesario organizarlos en algún tipo de competición.

La primera paradoja se produjo entonces. La sociedad estadounidense, forjada sobre las bases de la libertad y la libre competencia, creó un monopolio con el objetivo primordial de generar dinero para los propietarios de los equipos. La sociedad victoriana, paradigma del clasismo y el inmovilismo, inventó en cambio una competición abierta que se sometía al dictado de un organismo burocrático (la federación), condenaba a los clubes al endeudamiento y favorecía tan sólo, en último extremo, a los aficionados.

El fútbol ha sido precursor –y es metáfora– de una cierta globalización patrocinada por el Estado-federación, no por la empresa-club

El concepto de Liga fue inventado en Nueva York. Se trataba, y así es hasta hoy, de una Liga cerrada, en la que los propietarios de la competición (los propios clubes) se distribuyeron a sí mismos un número limitado de franquicias que daban derecho a participar. Los equipos son siempre los mismos, jueguen bien o jueguen mal, y sus propietarios ganan notables cantidades de dinero chantajeando a los aficionados y a los poderes públicos. ¿La gente no acude al estadio? El equipo se va a otra ciudad. ¿El Ayuntamiento no regala un estadio nuevo? El equipo se va a otra ciudad. El negocio es tan seguro que las compañías de televisión compran clubes para aumentar sus beneficios y pagar menos impuestos, y, sólo en segundo término, para ampliar la audiencia. Un ejemplo debería bastar: George W. Bush, que consiguió perder dinero hasta con una empresa petrolera tutelada por los amigos de la familia, se hizo una pequeña fortuna con el béisbol.

La comodidad financiera redundaba en perjuicio de la competición: los propietarios

carecen de incentivos para contratar mejores (y más caros) jugadores y a mitad de la temporada regular, cuando sólo cuatro o cinco franquicias aspiran a la victoria en una de las dos ligas principales (National y American), la mayoría de los partidos son de un tedio atroz. A veces se asiste a un curioso espectáculo en el que ambos contrincantes se esfuerzan en perder, porque los peores clasificados de cada año tienen prioridad en los fichajes (*drafts*) para la temporada siguiente.

En el fútbol, por el contrario, no existen garantías ni clubes financieramente saludables, quizá con la excepción del Manchester United. La Football Association de Londres copió el sistema de Liga americana, pero consideró poco caballeroso, y demasiado “profesional” (una palabra malsonante en el fútbol hasta hace relativamente poco), conceder la Liga en monopolio a un grupo limitado de franquicias, y decidió que el poder correspondía a las federaciones, no a los clubes. Uno siente la tentación, en la que no caen los autores de *National Pastime*, de

comparar las federaciones con el Estado. Los economistas demuestran que el deporte bajo dirección federativa tiende a adoptar las decisiones más razonables a largo plazo, aunque al principio parezcan absurdas, mientras que el dirigido por las empresas se ciega ante el beneficio inmediato y se cierra perspectivas.

Desde que un grupo de caballeros victorianos adoptó una filosofía que hoy se da por supuesta, la competición empuja a los directivos a gastar en jugadores más allá de lo razonable, porque quien más partidos gana, más cobra (de la federación nacional o internacional, y ahora de las televisiones), y el fútbol permanece condenado a bordear continuamente la quiebra y a vivir en el desorden. Las apuestas, como en la vida, son demasiado altas; un club que invierte grandes sumas para competir internacionalmente, pero juega mal, no sólo es relegado a una división local: el desfase entre gastos e ingresos puede llevarlo a la desaparición.

A la expansión del fútbol han contribuido, por supuesto, los nacionalismos. Y los nacionalismos (o los furores aldeanos o las rivalidades locales) han acarreado violencia, manipulación política y fraudes de alto nivel. Pero estos elementos indeseables aparecen porque el fútbol es un mercado abierto a todos los choques económicos y culturales. El

fútbol ha sido precursor, y es metáfora, de una cierta globalización patrocinada por el Estado-federación, no por la empresa-club. El mercado en el que las empresas son hegemónicas, el del béisbol, cerrado, autorregulado, carente de violencia y atento a reducir en lo posible las desigualdades entre los competidores, no se ha expandido geográficamente en más de un siglo y sólo ha generado beneficios para un puñado de propietarios y jugadores. El mercado caótico, salvaje, abundante en desastres financieros y en teoría favorecedor de la desigualdad, el del fútbol, mueve anualmente cifras que el béisbol ni siquiera sueña, y ha conquistado el mundo, China incluida. Ha conquistado, sobre todo, los sueños de la gente. Y lo ha conseguido prometiendo a los más pequeños la oportunidad de enfrentarse a los más grandes. Quienes en los despachos televisivos y en las sedes de los principales clubes de fútbol hacen planes para crear una Liga europea cerrada, a imitación de la Major Baseball League americana, deberían leer *National Pastime*, el libro de Szymanski y Zimbalist. También deberían leerlo quienes desprecian la función reguladora de los organismos burocráticos y quienes sólo ven desorden, explotación y riesgos en la mundialización de la economía.

Enric González es corresponsal de El País en Roma, desde donde escribe, además, una columna semanal sobre fútbol.

Fecha de creación
6 septiembre, 2007