

Deporte profesional: ¿que siga la fiesta?

Patxi Mutiloa

El deporte profesional atraviesa una crisis cuyas consecuencias son difíciles de predecir. Quizá el análisis de la situación actual y algunas notas sobre el pasado reciente nos permitan introducir unos mínimos elementos de reflexión para un debate y una posterior toma de decisiones que resulta ineludible. Y espero que sirvan al menos para activar alguna conciencia dormida o para desatar la polémica en un mundo con escasa tendencia a la autocrítica. Aunque el marco general afecta a todo el deporte profesional, utilizaré el fútbol como ejemplo, ya que es donde se reflejan las situaciones más extremas.

A finales de los años 80 y principios de los 90 el fútbol profesional estaba sumido en una gravísima crisis de la que se pretendió salir mediante la conversión de las entidades en sociedades anónimas deportivas. Se buscaba de esta manera la capitalización de los clubes y que los directivos y consejeros asumieran responsabilidades económicas en su gestión. Paralelamente, la Administración pública asumió las deudas y buscó una financiación a largo plazo a través de los fondos generados por las quinielas.

Pasados casi 19 años desde aquel 30 de junio de 1992 en que las entidades pasaron a convertirse en sociedades anónimas deportivas, el panorama no anima a echar cohetes para celebrarlo. Poquísimos clubes pueden presumir de haber logrado el éxito en alguno de los tres objetivos propuestos (financiación de la deuda, capitalización de los clubes y responsabilización de los directivos), mientras que en el resto la situación oscila entre la calamidad y la ruina.

19 años después ninguna sociedad anónima deportiva ha repartido dividendos entre sus accionistas y aunque se reconoce una deuda mínima de 600 millones con las instituciones públicas, con la Seguridad Social y con Hacienda, algunos analistas afirman que supera los 3.000 millones de euros. Si así fuera, la deuda que en 1990 ascendía a unos 180 millones de euros (30.000 millones de pesetas) se habría multiplicado por 17.

¿Por qué ha ocurrido esto? Básicamente, por la alianza más perversa que se puede dar en el mundo de los negocios: una enorme oportunidad, una codicia desmedida, una sobrevaloración fantasiosa del valor propio y una percepción del riesgo inexistente.

La irrupción de operadores de televisión que vieron en el deporte profesional (especialmente en el fútbol) la posibilidad de disparar sus audiencias provocó una espiral inflacionista en los precios por derechos de emisión que aporta enormes ingresos a los clubes. Los clubes rompieron el modelo centralizado de venta de derechos por un modelo insolidario de negociaciones individuales, que beneficia a los de mayor tamaño, en donde sólo se busca aumentar la porción del pastel propio.

Si un equipo medio puede conseguir unos 20 millones de euros en la primera división, el descenso a los infiernos de la segunda categoría puede hacer que se esfumen el 80% de estos ingresos. Por lo tanto hay que mantener la categoría a toda costa, aunque para ello sea necesario contratar a deportistas

de caché internacional que, a su vez, garanticen audiencias televisivas e ingresos publicitarios. Consecuencia inmediata: los costes salariales de los clubes, incluso de los modestos, despegan hacia magnitudes estratosféricas (lo que tampoco impide que un club pueda perder la categoría y ahogarse luego en un mar de deudas).

Y en medio de este entretenido panorama llega la fragmentación de la audiencia producida por los canales de cable, satélite y TDT. Para rematar la faena, la crisis económica, con el consiguiente descenso de ingresos publicitarios, pone en jaque tanto a las instituciones públicas que financian el deporte como a las empresas (especialmente a las constructoras) que habían entrado en el mundo del fútbol para diversificar negocio.

Por si la situación no contiene aún suficientes ingredientes que anuncian la traca final, sólo hay que recordar que los grandes financiadores del deporte profesional no han sido los bancos sino las cajas de ahorro, que han engullido mucha más deuda de la que podían digerir y que lo han hecho más con criterios políticos que económico-financieros.

Y en esta situación, ¿qué hacen los clubes? Lo de siempre: pedir financiación a las administraciones públicas. El deporte profesional tiene gran trascendencia social, como puede percibirse por el espacio que ocupa en los informativos y en la prensa, y ninguna administración pública desde los tiempos del circo romano se resiste a financiar el entretenimiento de las masas.

Pero quizá sea hora de detener esta espiral delirante y desinflar de una vez la burbuja deportiva. Primero, coordinándonos, porque el dinero público, independientemente de quién lo gestione, sale del mismo lugar, de los impuestos a las empresas y a los ciudadanos, y tenemos la obligación de darle el mejor provecho. Segundo, porque las administraciones públicas no debemos centrar nuestra política deportiva en el deporte espectáculo. Tercero, porque las entidades deportivas profesionales (y ahora hablo de todas, del fútbol, del baloncesto, del balonmano, del ciclismo...) tienen que abordar planes de negocio realistas y marcar dentro de sus objetivos también la rentabilidad económica. La mayor parte del dinero que se gasta en el deporte profesional se destina al pago de salarios y estos deben adecuarse a la realidad.

Viene siendo hora de que las empresas deportivas asuman el mensaje y la música de la autorregulación. En Euskadi, además, quizá vaya siendo hora de asumir cierta reordenación del panorama, porque es posible que un país tan pequeño no sea capaz de mantener a tantos equipos profesionales. Y hay que aplicar las ayudas al deporte profesional con transparencia, buscando su sostenibilidad y nunca pensando en aportaciones permanentes destinadas a mantener déficits estructurales de clubes que no toman decisiones para lograr el equilibrio económico. Quizá haya llegado el momento de establecer una cuota máxima de financiación pública. Y, desde luego, algunas empresas deportivas deberían reflexionar sobre si pueden mantener una estructura profesional a partir de actividades que no generan interés, que pocos quieren pagar y que no suscitan interés publicitario.