

El prematuro intento de la Superliga

Raúl Lopez y José Luis Fernández

Blog Toma y Daca

IUSPORT

Que a estas alturas todavía haya quien piense que el fútbol solamente es un deporte, no deja de ser una opinión un tanto utópica, romántica eso sí, pero utópica al fin y al cabo.

De hecho, **desde estas líneas** –véase nuestro post del pasado 16 de noviembre <https://iusport.com/art/115100/superliga-europea-polarizaciones-y-modelos-de-> **siempre hemos defendido la vertiente mercantil del fútbol** como una de las más importantes industrias del ocio de las sociedades modernas, si no la mayor. Su incidencia en el PIB de los Estados, la generación de puestos de trabajo directos e indirectos alrededor de sus competiciones y eventos o su impacto fiscal son ejemplos evidentes de que el balompié hace tiempo que dejó atrás su vertiente eminentemente deportiva para convertirse en un motor de crecimiento que, lejos de estancarse, no ha parado de aumentar, sobre todo en las dos últimas décadas.

El sorpresivo –más por intempestivo que por inesperado- anuncio de la constitución de la **Superliga europea** y su posterior desinflamiento y fracaso –en los términos en que estuvo planteado durante cuarenta y ocho horas-, no ha hecho sino corroborar todas esas certezas. Las noticias, tanto de la puesta en marcha, cuanto del aborto del proyecto, han dado la vuelta al mundo, abriendo

noticiarios y ocupando cabeceras a lo largo y ancho del planeta. Y esto, no sólo en los países tradicionalmente “futboleros”, sino también en otros más alejados de la secular cultura balompédica tan arraigada en Europa o Sudamérica. Por ejemplo, en los Estados Unidos, medios tan prestigiosos como ***The New York Times*** se hicieron eco de ello, lo que da fe de su trascendencia y, sobre todo, del potencial económico que destila y se barrunta en la –de momento–, aparcada hasta nueva orden, **innovación** en el modelo del negocio que el fútbol representa.

Hoy, día 21 de abril, fecha en la que se celebra el **Día Internacional de la Creatividad y la Innovación**, parece traída como por encanto para volver que quienes lo quisieron impulsar, se decidan a pensar en un necesario proyecto innovador que, si se encauza como es debido; si se cuenta con la aquiescencia de instituciones y organismos que no habrán de resultar inmunes a las razones –si es que las hay y si se articulan con criterio–; decimos que, con una propuesta sensata, transparente y constructiva, habremos de ver –no tardando– cómo de este primer intento, se habrá de derivar una ulterior concreción en la línea de lo que los clubes más taquilleros de Europa podrán estar en condiciones de obtener. Si, además, consiguen que nadie salga perjudicado, entonces, la cosa será como para nota.

El tema es tan sustancial que ha dado el salto a la escena política, provocando incluso **reacciones oficiales a nivel gubernativo**.

En 1950, la “**Declaración Schuman**” fue la espoleta que dio origen a la creación de la Comunidad Europea y, poco tiempo después, **el fútbol contribuyó a apuntalar dicha cohesión mediante la creación de la Copa de Europa**.

Hoy, setenta años después, es la propia **Unión Europea la que muestra su preocupación** posicionándose abiertamente contra la

creación de la Superliga, en defensa de un modelo de deporte basado en los valores, lo que entronca directamente con la Responsabilidad Social. Porque, una de las máximas que se siguen desde instancias comunitarias implica preservar la libre competencia –como ya vimos en el tema de las ayudas de Estado, que fue objeto de análisis en un post anterior <https://iusport.com/art/64676/la-compatibilidad-de-las-ayudas-de-estado-y-la-responsabilidad-social-> y, partiendo de esa perspectiva, no existe margen para que una competición se reserve solamente a unos pocos equipos, por muy poderosos que sean, ya que la imagen que proyectan es la ruptura vincular con las ligas nacionales y el apoyo al fútbol de base.

Tras el órdago a la grande, que doce de los principales clubes europeos habían echado al **establishment UEFA**; con el rápido “¡quiero!” subsiguiente por arte de los que siguen teniendo la sartén por el mango y a las masas de su parte; no hubo otra que descubrir las cartas: los cuatro reyes, en esta oportunidad, los puso sobre el tapete verde la parte contraria al proyecto. De momento, lo que iba para buque insignia de las competiciones, se puede quedar en un triangular... -¡menos mal que no ha ido perdiendo *pistonada* hasta poder llegar incluso a un partido de solteros contra casados!-

El caso es que, como a nadie se le escapa, esta peripecia ha dado y seguirá dando lugar a un torrente de opiniones encontradas. La cuestión, como decíamos, se centra ahora en el más difícil todavía de encontrar un punto de entendimiento donde confluyan todas esas posiciones aparentemente irreconciliables. Por nuestra parte, suscribimos la venerable intuición de **Aristóteles**, respecto a que la virtud está en el punto medio. Esta no significa que unos y otros –tirios y troyanos- tengan razón al cincuenta por ciento. En cuestiones de esta índole, las cosas son mucho más complejas y matizables.

De todas maneras, junto a la ineludible prudencia, tal vez quepa postular la necesidad de que la **Responsabilidad Social** cobre el protagonismo deseable para encauzar un debate necesario en aras de una propuesta innovadora, sensata, mejor articulada y más sensata. Porque, si se trata de buscar el equilibrio en un mundo cada vez más polarizado y desequilibrado, ésta es la única que puede erigirse en garante para armonizar los típicos valores positivos anudados al deporte con el incuestionable cariz económico que le adorna también desde hace tiempo.

El mundo es de los valientes y, en principio, resulta lícito que las empresas multinacionales del fútbol aspiren a obtener la máxima rentabilidad de un producto, cuyos actores principales son ellos mismos, es decir, **obtener un retorno más acorde a las plusvalías que ellos generan**. Y, aunque, a la vista está, esos **Doce del patíbulo** quedaron retratados para siempre; algunos, tal vez, con consecuencias inimaginables a día de hoy; también lo es que su fallida nueva manera de competir, no haya de ser necesariamente considerada un fracaso definitivo. Pudiera darse el caso de, pese a todo, este movimiento –quizás extemporáneo y diseñado en un contexto todavía no suficientemente maduro- acabe siendo el punto de arranque –y de no retorno- para una transformación radical del panorama del fútbol mundial. Porque, si bien en la acera de los discolos se cometieron errores de bulto, con la decisión unilateral –y, quizás, poco solidaria- de querer hacer rancho aparte, y comerse lo que ellos mismos se hubieran de guisar, al modo como lo hiciera el ínclito Juan Palomo; en la orilla contraria, también cocían habas. De hecho, criticar a unos por insolidarios, no empece para motejar a los otros, cuando menos, de prepotentes. De hecho, si algo puede ser reprochado a las instituciones rectoras del fútbol europeo y mundial - UEFA y FIFA- es que **la situación monopolista de la que gozan**

hasta el día de la fecha no les hizo ser más condescendientes y flexibles, adoptando con reiterada rigidez un patrón de conducta que, a veces, raya en lo dictatorial. En un post de mediados de noviembre de 2020 (<https://iusport.com/art/115100/superliga-europea-polarizaciones-y-modelos-de->) ya abogábamos por el diálogo y la negociación entre las partes como única vía de dar salida al embrollo. Ahora es el momento: ha llegado su *kairós*.

Porque, más allá del ruido mediático que las últimas cuarenta y ocho horas han supuesto, lo cierto es que la partida no ha hecho más que comenzar y estamos ante un panorama que puede ser calificado, cuando menos, como apasionante, con consecuencias a todos los niveles, social, deportivo, económico y jurídico. De hecho, en nuestro país la cuestión ya ha saltado a los **Tribunales ordinarios**, pues un Juzgado de lo Mercantil ha adoptado **medidas cautelares** para preservar y proteger los derechos de los clubes ante eventuales represalias por parte de los organismos rectores del fútbol, nacionales e internacionales.

Porque se trata de eso, de encontrar un nexo de unión entre el sentimiento de orgullo que se tiene por **“ser de tu equipo”**, **identificarte con él y ganar al pueblo de al lado** –no vayamos mucho más allá-, sentimiento que ayuda a **vertebrar el territorio** y a generar riqueza, con la exigencia de que **“tu club”** ficle a las más rutilantes estrellas, presuma de tener el mejor estadio o luzca en sus vitrinas más “Orejonas” que ningún otro.

Algunos han puesto como **excusa a la pandemia** para precipitar el anuncio de la nueva competición, pero lo cierto es que esta idea –en absoluto debiera ser tomada a la ligera, como si se tratara de una mera *ocurrencia* a los postres en un almuerzo en Zalacaín- se remonta muchos años atrás, cuando el COVID-19 ni siquiera podía

protagonizar la más ínfima película de Serie B. Es posible que el virus haya hecho de **catalizador** para la Superliga, pero la cuestión va más allá.

Conforme ha ido creciendo en cuota de mercado, **el fútbol, el deporte en general, ha incorporado elementos empresariales y jurídicos a sus estructuras y líneas de decisión**. Es decir, no ha hecho sino **replicar en sus organigramas** aquello con lo que ya contaban otras empresas ubicadas en otros sectores y nichos de mercado. Esa progresiva profesionalización –que, por lo demás, era necesaria- no implica, sin embargo, un alejamiento de la esencia de este deporte. El fútbol nació del pueblo y su espíritu debe seguir residiendo en él. Sin embargo, la cuestión se centra en cómo combinar esas pautas empresariales con los **aspectos sociales e identitarios que van ínsitos a él** y a los que ya hemos hecho referencia.

Las cosas evolucionan, las realidades mutan, las circunstancias nunca resultan ser impenetrablemente macizas. Todo lo contrario: la velocidad del cambio es vertiginosa y las posibilidades y perspectivas que se abren ante quien sepa otear los signos de los tiempos y ventear bien las oportunidades de negocio, resultan fascinantes. ¿Saldrá adelante el proyecto en otro cuarto de luna? Todo hace pensar que, de momento, no. O, al menos, no como se pensaba –o se quería pensar- que podría acabar configurándose... ¿Se habrá tratado, entonces, de un simple **gatillazo**? ¿Sería, tal vez, que no estaba todavía el fogón caliente como para meter los bollos a hornear? ¿Habrá constituido un rotundo fracaso y un ridículo superlativo, como algunos se apresurarán a sentenciar? Es lógico, por otra parte, que habiendo caído ya el árbol *superlígico* a tierra parezca haberse decretado barra libre para los leñadores y sus afiladas hachas.

Nosotros pensamos que habría que, de momento, suspender el juicio; poner sordina a sentencias grandilocuentes y considerar las cosas con algo más ecuanimidad. Porque, en efecto, no se trata simplemente de un pulso gitano o una porfía tabernaria, donde unos ganan y otros pierden. Algo de eso hay, sin duda; pero no sólo es eso lo que aparece. Si miramos la foto fija, no acabamos de hacernos cargo de lo que está en juego. Ahora bien, si encendemos las luces largas y tratamos de identificar la tendencia que se muestra en el *affaire* de estos últimos dos días, a lo mejor, acabamos por aceptar la parte de razón que, a buen seguro les asiste –locos todos y de remate, los muñidores del proyecto de la Súper Liga, por más veletas que se les quiera considerar, no habrían de estarlo-. ¿Qué significa este empeño fallido? ¿Qué está queriendo dar a entender?

Por lo demás, da bastante que pensar el hecho de que, quienes *antes de ayer* mismo se habían comprometido en firme y por escrito a constituirse, con el *digo*, en padres fundadores del invento, les haya faltado tiempo para desdecirse **-¡arrepentidos los quiere Dios!**- y, una vez que se abrió el melón de las hostilidades y sonaron los primeros tiros, empezaron a suspirar, *gementes et flentes*, por el *primo de Zumosol* que, al parecer, se debe de llamar *Diego*. ¡Qué falta de criterio o qué manera más imprudente de tomar decisiones... Porque, una de dos: o era bueno o no lo era; o merecía la pena o no la merecía... pero, si la respuesta era favorable, ¿cómo se explica tan incoherente proceder? ¡Ah! ¡Que los aficionados no estaban por la labor! Per, hombre: eso había que haberlo comprobado de antemano. Antes de cortar la tabla una vez y ya para siempre, sigue siendo buen consejo el que pide medir dos veces...

En todo caso, lo que sí parece obvio es que va a resultar muy difícil ponerle puertas al campo; que, si al proyecto lo echas por la puerta – como de hecho ha ocurrido-, puede que acabe entrando por la

ventana, a no tardar. No es la primera retirada táctica que conoce la historia. Habrán de recomponer las líneas y replantear la estrategia. Porque, **lo cierto es que el modelo de negocio de la élite del fútbol profesional en Europa está pidiendo desde hace tiempo –y por distintas razones que no procede desgranar en este momento- una pensada a fondo.** En todo caso, la innovación que se proponía con la nonata Superliga, a lo mejor, **deberá acabar llegando por otras vías de mayor consenso y mejor diseño.**

Como en cualquier otro proceso de innovación en lo tocante a los modelos de negocio, **no hay que tratar de reinventar la rueda: todo está ya a la mano.** Se trata de adaptarse a las nuevas realidades; manejar analogías, aprender a combinar y recombinar elementos y aspectos ya presentes en el propio segmento o -¡mejor aún!- en otros que nada pareciera que hubieran de tener que ver con él. La imitación creativa es el antídoto al anquilosamiento de un *business as usual*, que tiene los días contados... **Parece ser que las nuevas generaciones europeas no son tan forofas del fútbol como los que ya vamos siendo más veteranos.** Y eso se sabe... Hay otras ofertas de ocio, espectáculos más *adrenalizantes*, nuevos gustos y aficiones... La nostalgia no debiera ser la única consejera, si se aspira a dar continuidad al tingladillo futbolero; y, sobre todo, si se aspira a que resulte sostenible.

¿Qué ya no van tantos aficionados al estadio? ¿Qué baja incluso la cuota de pantalla en los bares cuando hay partido? ¡Puede ser! Pero el mundo es muy grande –incluso dicen que hay vida más allá de la M-40-; y la audiencia global –¡anda que no hay chinos!- está al alcance de cualquier algoritmo. Eso sí, cuando alguien se decide a pensar a lo grande –el **thinking big** en el momento de la *ideación*- y a formularse las cuatro grandes cuestiones que nunca pueden faltar si de lo que se trata es de acabar implementando una versión nueva

de algún modelo obsoleto: ¿Quién es el cliente objetivo? ¿Qué producto le vamos a ofrecer? ¿Qué propuesta de valor estamos creando? ¿Cómo vamos a generar beneficios?

El tablero cambia y las propuestas necesitan un ajuste. A nosotros, que suscribimos este *post* en el *blog* del **Toma y Daca**, **no nos acababa de parecer del todo correcto y bien articulado el formato**; incluso habíamos mostrado en un *post* anterior nuestras consideraciones críticas frente a algunos de los postulados y pretensiones; y, sobre todo, con la manera en que se había gestado esta primera intentona. Sin embargo, **no nos oponemos de plano y para siempre a reconsiderar una nueva competición**: una, digamos, versión de la **Superliga 0.1**. Y, en todo caso, si el modelo a seguir -o, cuando menos, el que sirvió para afinar la inspiración- es el de las ligas profesionales norteamericanas, adáptese en hora buena. Pero hágase con tino y buen juicio, tomando lo mejor de aquéllas y evitando cometer los errores en que, sin duda, incurren.

Entre otros, como **aspectos positivos**, podríamos citar el establecimiento de **límites salariales** al objeto de no crear nuevas burbujas, **controles presupuestarios** o **mejora y optimización de las infraestructuras** convirtiendo los estadios en centros de peregrinaje del turismo mundial.

Por contra, se debería **desdeñar la idea de crear competiciones cerradas** –por que, precisamente, si una de las cosas que se pretendían con el flamante plan era alejarse del inmovilismo contra el que se rebelaban, no se debe caer en el mismo error- y **no premiar la meritocracia, pues ello desvirtúa la competición**.

Además, ha de tenerse en cuenta la **diferencia cultural existente entre el seguidor europeo** –y, dentro de él, el español, el inglés o el alemán- **y el americano**, cuyo concepto del espectáculo va mucho

más allá de la disputa deportiva, abarcando muchos otros elementos periféricos. Asimismo, debería ser innegociable la permanencia en las respectivas competiciones domésticas, que son la **base sobre la que se asienta el core de los clubes**. Por muchos *fans* que un equipo tenga en cualquier parte del mundo, nada le aportará mayor valor – siquiera sea emocional- que el seguidor de su tierra, el que verdaderamente siente los colores, ése que se sigue emocionando tanto o más cuando ve a sus once representantes *hincarle el diente* a los del pueblo vecino que cuando los contempla ascendiendo a los altares continentales.

Porque, en el fondo, aunque por motivos económicos se haya alejado bastante de él, **el fútbol sigue perteneciendo al pueblo y por eso hay que cuidar al aficionado**, para que lo siga viendo como algo propio y no generarle un hartazgo que le haga huir. Los clubes europeos no son franquicias que un día puedan radicar en Madrid y al siguiente, en Albacete. Por tanto, modelo americano sí, pero adaptándolo a nuestra propia idiosincrasia.

El eslogan con el que, *in limine litis*, la Superliga ha sido, de momento, derrotada, resulta muy impactante: **“el fútbol es de los aficionados”**. Estamos totalmente de acuerdo con esta máxima, pero lo cierto es que, como hemos indicado, este deporte hace tiempo que se alejó del aficionado de a pie: **entrenamientos a puerta cerrada**; generalización del **efecto búnker** que fomenta la imagen del **deportista como un ser inaccesible**; **rigidez por parte de los Departamentos de Prensa de los clubes** para con los medios de comunicación que, al fin y al cabo, son los que hacen de correa de transmisión con los aficionados, lo que aumenta la sensación de opacidad y distanciamiento; **fijación de horarios** pensando más en los potenciales **stakeholders** que en los grupos de interés más cercanos y directos; **diseños de camisetas** basados en

políticas de mercadotecnia que, en muchas ocasiones, no respetan la historia de los clubes; **programación de competiciones y calendarios** cuya disimetría desorienta hasta al más forofó de los seguidores... Y, pese a ello, el hincha incondicional sigue transigiendo pacientemente con todas esas trabas, pero, por favor, no caigamos en el **fariseísmo** de colocar el interés del aficionado como la excusa perfecta para abocar al fracaso a una iniciativa como la Superliga, porque el fútbol ya no es tanto una bandera comunitaria alrededor de un deporte, como una industria de ocio alrededor de un espectáculo, con multitud de intereses en juego.

No, **no quiere ello decir que nos situemos en tierra de nadie**, como esas personas que pretenden quedar bien con todo el mundo. Dentro de la inmediatez que impera en los tiempos actuales, todavía estamos a tiempo de pulir la idea y evitar así posibles errores; porque, en un mundo cada vez más polarizado, no sería admisible utilizar un recurso que nació popular –insistimos– para *exclusivizar* y separar todavía más a la gente. Al contrario, si de algo ha de servir este deporte es como elemento de unión, ya que arrastra personas y sentimientos. Por eso, como en tantas otras cosas, vemos pros y contras en esta cuestión, que no deja de ser un **toma y daca** de intereses contrapuestos que, en algún momento habrían de confluir. Por eso, abogamos por el consenso, no por la ruptura. **Por el bien del fútbol, por el bien de todos.**

EDITA: *iusport.com*

2021.