

FÚTBOL VS. CRISIS

Posted on 11/07/2010 by Naider



Mientras conversaba la semana pasada con un profesor de Economía Aplicada de la [Universidad de Valladolid](#), advertí la afirmación rotunda de que si España ganaba el mundial, o por lo menos llegaba a la final, se habría dado un paso gigante para olvidar la tan mentada crisis que envuelve el país desde hace un par de años y que parece no haber afectado al mercado futbolístico, siendo en la pasada temporada, en la que más dinero se invirtió en la historia del fútbol ibérico.

A estas alturas, después de un mes de saturación mediática por el devenir de la pelota Jabulani, de ensordecernos con vuvuzelas, de ser machacados con las bravuconadas de Maradona, de presenciar irremediablemente los escupitajos de Ronaldo y de haber abandonado nuestras distracciones y deberes habituales en favor del fútbol, volvemos a la normalidad.

Pero la vida se reacomoda lentamente, sobre todo para países triunfantes como España, Holanda, Uruguay, o alicaídos como Francia, Italia, Brasil o Argentina, que reciben un impacto muy fuerte según las actuaciones de sus selecciones. En casi todos los casos, estos días los entrenadores y jugadores han tenido "rango" de Ministros de Estado o Embajadores. Y más allá del "shock" sociológico o político ([Sarkozy se reunió con Henry para pedir cuentas](#)), está el económico.

Por ejemplo, en Italia, después de que se proclamara campeona del mundo de fútbol en 2006, [el turismo en 2007 aumentó un 12 por ciento](#). Además de los impactos directos, estas epopeyas logran ganancias de visibilidad, confianza, y otros efectos psicológicos que la musicalidad cansina de la repetición del nombre del país campeón o del organizador logra imponer ineludiblemente.

Pero las utilidades no se limitan al año siguiente, sino que pueden lograr una estabilidad en su desempeño como factor de crecimiento económico endógeno, para llegar a ser una industria robusta. Quién es el valiente que discute que Uruguay, Brasil, y muchos países de África no son mercados de abasto para equipos europeos. Se estima que hay un millar de jugadores argentinos pululando por diversas ciudades del Viejo Continente, desde Estambul hasta La Coruña.

Así como los economistas nos han puesto hasta la saciedad el ejemplo de economías de aglomeración y de atracción de capacidad tecnológica, Sillycon Valley, de talento creativo, Hollywood, y de distritos industriales en Italia, de la misma forma se podría comentar que después de días como éstos, clubes, gimnasios, tiendas y fábricas españolas se frotan las manos de que sus compatriotas estén rindiendo a nivel mundial en fútbol, ciclismo o tenis. Y no sólo ellos se las frotan, sino toda la retahíla de empleados y microempresarios que se benefician de trabajos asociados a servicios turísticos, médicos, de ocio y tiempo libre o de comunicación de medios de masas (recordemos que el diario Marca es el periódico más vendido de la península, por encima de El País o El Mundo).

En España, algunos empresarios invocan a la Virgen María y al Pulpo Paul, al ver que, tras la caída del "mercado del ladrillo" y ante las penalizaciones de los mercados financieros, el deporte podría servir de atracción de capital, ya que la innovación todavía no parece ser capaz de absorber las capacidades ociosas y la productividad relativamente baja en términos comparativos con los países nórdicos.

Veremos si el brazo fuerte de Nadal, la envergadura de Gasol, la finura de Iniesta, el aguante de [Contador](#), la gallardía de [Marta Domínguez](#), la inteligencia de Xabi Alonso, la compostura de Del Bosque o la visión de Guardiola ayudan a pasar el oleaje y la crecida peligrosa del río de los cambios económicos que ocurren en el planeta.

There are no comments yet.