

TÍTULO: *La mercantilización del deporte y la Ley de la Plusvalía, en la contemporaneidad.*

AUTORAS:

MSc. Maikelys Ludeña Hernández. Profesora de la Facultad de Economía maikelysludena@gmail.com

Dra. Magela Pérez Pérez. Profesora de la Facultad de Economía magela82@gmail.com

RESUMEN

El deporte ha ido transformándose radicalmente, desde su surgimiento hasta su desarrollo contemporáneo, donde es innegable el reconocimiento de este, como una genuina industria de obtención de ganancias. La búsqueda incesante del sistema capitalista que garantice el cumplimiento de su ley económica fundamental: ley de la plusvalía, ha colocado al deporte moderno en un sujeto que garantiza altas cuotas de ganancias. La mercantilización del deporte, constituye hoy una manifestación más de la tendencia del capitalismo a nuevas fuentes de acumulación.

INTRODUCCIÓN

Con el paso de los siglos, el deporte ha ido transformándose radicalmente, desde su surgimiento hasta su desarrollo contemporáneo. El sociólogo González Ramall (2003) indica que el origen del deporte, se vincula tradicionalmente a los ritos y ceremonias religiosas de los pueblos primitivos, donde la danza y el teatro constituían una parte esencial de las mismas. Este significado dista hoy de las atribuciones que se le otorgan a la actividad deportiva.

A pesar de que la influencia del deporte abarca numerosos campos que van desde la política hasta la educación, pasando por la salud e incluso el campo del ocio, es innegable el reconocimiento del deporte moderno como una genuina industria de obtención de ganancias. El uso de los términos: marketing deportivo, artículos deportivos y mercado deportivo, identifican la dimensión económica presente.

El desarrollo del sistema capitalista manifiesta la necesidad incesante de buscar continuamente nuevas actividades que puedan ser fuente de obtención de plusvalía, aun cuando su concepción distaba de este objetivo. El deporte, en esta era moderna y contemporánea, se ha ido posicionado -tras su mercantilización- como un eje fundamental en la captación de beneficios, cuestión que el sistema explota en todas sus manifestaciones. A partir de estas ideas, el objetivo del trabajo que se presenta, se centra en: *vincular la ley de la plusvalía a la mercantilización del deporte en la contemporaneidad.*

Para el logro del objetivo anterior, se hizo uso del método dialéctico-materialista, enfatizando en el análisis y la síntesis, y lo cualitativo y cuantitativo. Las estadísticas trabajadas unidas a la revisión bibliográfica lograda, demuestran como principal resultado que el desarrollo del sistema capitalista, guiado por el cumplimiento de su ley económica fundamental: la Ley de la Plusvalía, manifiesta múltiples formas de acción, siendo capaz de mercantilizar cualquier actividad en pos de lograr la valorización del capital.

DESARROLLO

Esencia de la Ley de la Plusvalía como ley económica fundamental del capitalismo

En el estudio del sistema capitalista, uno de sus principios fundamentales radica en comprender que: "(...) la producción de plusvalía es la finalidad propulsora de la producción capitalista (...)" (Marx, 1973, pág. 178). Por tanto, la ley de la plusvalía es la ley económica fundamental de este modo de producción; todo: "El motivo propulsor y la finalidad determinante del proceso de producción capitalista son, ante todo, obtener la mayor valorización posible del capital, es decir, hacer que rinda la mayor plusvalía posible" (Marx, 1973, pág. 286).

La ley de la plusvalía direcciona el comportamiento y evolución de las relaciones que se establecen en el sistema capitalista, desde la producción hasta el consumo, encauzando cada una de estas al cumplimiento del objetivo del sistema.

En palabras de la profesora Rodríguez: "La ley de la plusvalía es la ley que expresa los rasgos esenciales, determina la dirección del desarrollo, desempeña el papel rector en el sistema de relaciones sociales de producción, regula el funcionamiento del mecanismo de la economía capitalista, expresa el objetivo del modo de producción y los medios para su obtención. En síntesis, es la ley del movimiento del modo de producción capitalista, su ley económica fundamental" (2006, pág. 184).

En este sentido, dentro del mecanismo de funcionamiento de la economía capitalista moderna, se encuentran un grupo de actividades que si bien no son productivas por su origen, el propio desarrollo de estas –en medio de la sociedad capitalista moderna- las ha convertido en medios para la obtención del fin del sistema: la plusvalía.

Dado las inevitables interacciones que se producen entre las diferentes leyes –generales y particulares- propias del modo de producción capitalista, es necesario plantear el vínculo de la ley económica fundamental del capitalismo, con la ley que rige la producción mercantil. En referencia a ello plantea Rodríguez: "La ley de la plusvalía brota de la esencia de las relaciones de producción capitalistas y se

desarrolla sobre la base de la ley del valor. La acción de la ley de la plusvalía es imposible sin la acción de la ley del valor por la forma económica mercantil sin la cual no pueden existir las relaciones de producción capitalistas: la forma de relacionarse los obreros y capitalistas es mercantil, el trabajo ajeno se apropia en forma de valor, por lo que el proceso de producción tiene que ser de mercancías” (2006, pág. 184).

Consecuentemente, se establece la problemática de cómo poder determinar o justificar que el deporte ha llegado a convertirse en una mercancía. Marx plantea en *El Capital*, la existencia de cosas que no tienen valor, pero a pesar de ello se les impone un precio y por tanto, asumen ese carácter mercantil de poder comprarse y venderse: refiere a la moral, el honor, la conciencia.

Asimismo, el deporte y su actividad no escapan del poder del dinero. El deportista, el deporte y su producto, se convierten en mercancías, valores y plusvalía. El resultado de su trabajo, visto desde el ejercicio deportivo, se transforma en un trabajo productivo debido a que produce ganancias para el capitalista.

Las interpretaciones marxistas aplicadas al mundo del deporte, hacen hincapié en que el deporte es un producto genuino de la evolución industrial y del nuevo orden social establecido por la burguesía (Sebastián, 2020). Los partidarios de la corriente marxista manifiestan que el deporte moderno, presenta entre sus finalidades, garantizar el poder de la clase dominante, vinculado además a los aparatos ideológicos del Estado y la cúspide política, donde los medios de comunicación juegan un papel esencial.

Adicionalmente, los autores de esta propia corriente, dirigen sus estudios a exponer de manera general, los conflictos que se desarrollan en el deporte en los marcos del capitalismo contemporáneo. En tal sentido, se tiende a remarcar las inequidades, la explotación de atletas/ trabajadores –vistos como productores- y la manipulación de los espectadores en su rol de consumidores.

El sistema capitalista, requiere inevitablemente de la obtención sostenida de capital. El deporte y todo lo que él implica permiten la transformación del dinero que en él se invierte, en capital. Referente a ello, destaca el trabajo de Batista (s/f) donde el autor, mediante la Fórmula General del Capital llevada al Ciclo del Capital Dinero, inserta todas las relaciones que se establecen en torno al deportista.

Referente a ello ubica a los maneggers, entrenadores y cazatalentos, como los poseedores del capital, los que compran los insumos básicos para el proceso de creación del producto y contratan al deportista por una cierta suma de dinero. Culminada esta primera fase en el proceso de circulación, se inicia la producción mediante el entrenamiento, donde se despliegan las capacidades físicas y mentales del

atleta, creándose un valor superior al desembolsado, que permitirá volver a la circulación en una tercera fase para la realización final, concretizándose en forma de venta de: entradas, apuestas, derechos de publicidad, competencias, eventos deportivos, entre otros.

El desarrollo del deporte como fuente de obtención de ganancias

Autores como Velázquez Buendía (2000) y Carl Diem (1966), ubican el origen del deporte moderno en Inglaterra a partir del siglo XVIII, mediante un proceso de transformación de juegos y pasatiempos tradicionales iniciados por las élites sociales.

Este criterio se reafirma al consultar a Lenin en sus notas vinculadas al imperialismo británico y sus rasgos de parasitismo. Al respecto plantea: “En Inglaterra se le quita a la agricultura una parte de tierra cada día mayor para dedicarla al deporte, a las diversiones de los ricachos... solo en carreras de caballos y en la caza de zorros gasta anualmente Inglaterra 14 millones de libras esterlinas” (1973, pág. 173).

En esta misma dinámica, la literatura consultada manifiesta cierta homogeneidad de criterios en el proceso de concepción del deporte como moderno, pautando dicha modernidad, en la aparición de nuevas características que no estaban presentes en el origen del deporte. Las principales son: el gusto por las apuestas, la forma inglesa de concebir y practicar la competición deportiva, creación por escrito de reglas de juegos fijas para distintos deportes, la noción de récord deportivo, planificación del entrenamiento y el trabajo en equipos.

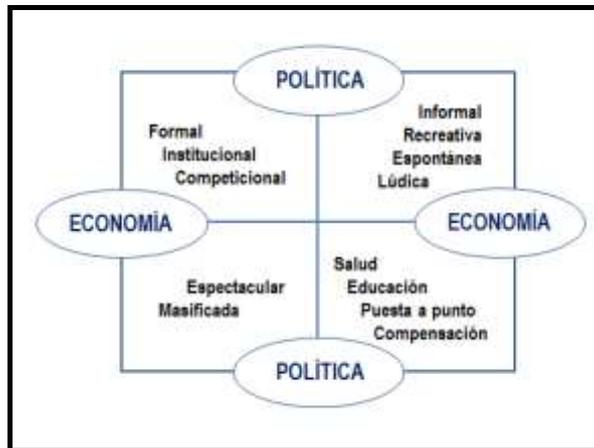
A estos elementos le sucede, la búsqueda de formas determinadas de supremacía deportiva, como la inversión de trabajo y tiempo para producir más y mejor. Las apuestas deportivas ya se realizaban con criterios objetivos, racionales y científicos, donde ya se balanceaba la posibilidad del éxito y beneficio (Mandell, 1986).

Este propio autor destaca, que el hecho de realizar reglamentaciones cada vez más precisas, limitaba el carácter lúdico y recreativo del deporte. Contribuiría adicionalmente a esta limitación, que la clase obrera se veía privada de la posibilidad de su práctica, debido a las largas jornadas laborales. Los nuevos deportes fueron bien recibidos, encontrando en ellos dinero, fama y placer como participantes y diversión como espectadores.

Desde la mirada teórica de Ramallal (2003), se identifican las distintas dimensiones que están presentes en el deporte contemporáneo -Fig.1-.

Figura1

LAS DIMENSIONES DEL DEPORTE MODERNO



Fuente: (Ramallal, 2003)

Las dimensiones que se señalan en la figura 1 no son excluyentes, estas tendrán mayor o menor presencia en función de la actividad deportiva específica. Resulta significativo a partir del análisis bibliográfico realizado, que si bien Mandell basa su teoría del desarrollo del deporte en aspectos socioeconómicos y otros autores como Elias (1992), lo hace desde el punto de vista sociopolítico, Ramallal postula que ambas dimensiones siguen presentes en el deporte moderno, aunque incluye a la economía como una nueva dimensión.

Como parte de la dimensión económica, cabe destacar que, las ganancias asociadas a la actividad deportiva en la contemporaneidad, no solo están vinculadas a los resultados netos obtenidos por el deportista, sino que, de esta se derivan un arco de beneficios dados por: infraestructura deportiva, eventos deportivos, marcas deportivas, publicidad, redes sociales, entre otras. Esto ocurre como resultado de que, el deporte moderno transforma a los atletas en objetos de consumo y anuncios para las grandes corporaciones.

Adicionalmente, el deporte establece importantes sinergias con otras industrias -transporte, confecciones textiles, alimentos, entre otras- como la turística y por tanto, puede estimular la mejora de infraestructuras y el establecimiento de nuevas fuentes para financiar las instalaciones deportivas y de ocio.

Manifestaciones actuales de la mercantilización del deporte

La actividad deportiva hoy goza de una gran importancia en materia social y económica. Sabemos además que, en ciertos casos, suponen un nivel de renta muy importante y una manifestación de la

misma muy superior a otras actividades económicas. En ese sentido, el deporte moderno se concibe como espectáculo de masas, convirtiéndolo en un rentable objeto de mercado que proporciona cuantiosos ingresos a sus organizadores.

La práctica deportiva vive una realidad que hace que el hombre ya no solo busque formarse en valores y virtudes, sino que incluso ha llegado más allá de sus posibilidades, vive condenado a guiarse por la opinión o tutela de las grandes transnacionales, en donde la excesiva mercantilización de la actividad deportiva le corrompe a este el sentido formativo del deporte.

Así, en la sociedad capitalista actual el deporte se convierte en una mercancía más, es decir, es una mercancía el atleta; son mercancías todos los implementos deportivos como la ropa, el calzado, las instalaciones deportivas, etc., y es una mercancía el espectáculo deportivo en sí mismo. Por tanto, si son mercancías tienen un valor de uso y además poseen un valor –valor de cambio- y son susceptibles de ser cambiadas por otras mercancías, o sea de ser comercializadas. Aquí se encuentra la base social para la mercantilización del deporte y el medio para la expansión de los monopolios que son dueños de los implementos deportivos, los negocios de televisión, los dueños de los clubes, etc., los que son sostenidos por una estructura capitalista y actúan bajo la lógica del gran capital.

De esta manera, el movimiento deportivo internacional ha tenido una tendencia a globalizarse, donde los mercados, las compañías internacionales, el papel que desempeñan las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y los usos asociados a ellas, están desempeñando en el ámbito del deporte grandes transformaciones, en especial en cuanto a la distinción entre los términos deportistas profesionales y deportistas aficionados; estos últimos realizan la actividad por placer y no obtienen un rendimiento económico del mismo. Caso contrario al de los deportistas profesionales, los cuáles sí que cuentan con una importante fuente de ingresos.

El deporte profesional tiene una variable especial que lo diferencia de otras actividades, y es que se trata de un medio de renta fugaz o de rápido agotamiento. Esto significa que, para realizar dicha labor, es necesario cumplir ciertos requisitos físicos que son propio de una edad joven, como, por ejemplo, futbolistas o tenistas, que llegada cierta edad comprendida entre 35 y 40 años, deben abandonar la práctica deportiva.

El deporte profesional y los eventos deportivos tienen un componente social masivo muy importante, y es por esto que sus ingresos se ven incrementados. Existe un gran debate acerca del salario de estos deportistas de élite, en comparación con otras profesiones como pueden ser un médico o un profesor. La respuesta a esto es sencilla, y no se basa en lo que hacen, sino en lo que son capaces de generar e

influir socialmente y económicamente, sobre todo por el papel que ejercen las marcas. En el gráfico 1 se puede observar que la mayoría de los deportistas mejor pagados a nivel mundial en el período comprendido entre el 1 de mayo de 2021 y 1 de mayo del 2022—exceptuando los futbolistas y el caso del boxeador Saúl Canelo Álvarez- obtienen más ganancias por los contratos publicitarios que por la práctica deportiva que en sí realizan como profesionales, lo que muchas veces genera una presión adicional, por el hecho de mantener un rendimiento y resultados óptimos para cumplir, de esta forma, con los patrocinadores o empresas de las cuales son imagen.

Gráfico 1



Fuente: (Mena, 2022)

Toda esta industria deportiva que involucra a diferentes actores económicos, es un reflejo de cómo el proceso de internacionalización del capital ha buscado las vías para maximizar sus ganancias. Las particulares tendencias globalizadoras que se llevan a cabo en torno al deporte profesional, más allá de proporcionar el disfrute del deportista, han propiciado un cambio en el patrón de acumulación del capital hacia uno cada vez más alejado de la producción. Ahora las nuevas formas de obtención de capital que se dan en este contexto, enfatizan el carácter polarizante y terciario que arrastra la división internacional del trabajo propia de la evolución del sistema.

Por otro lado, haciendo un análisis de las ganancias dentro y fuera del terreno de juego –gráfico 1- se pueden ver diferentes resultados, dependiendo de a quien se mire. El ejemplo de los baloncestistas y del tenista es muy significativo para observar las ganancias fuera del terreno deportivo, y es que estos no ganan millones de dólares únicamente por saber jugar al baloncesto o al tenis, sino por todo lo que

conlleve, venta de camisetas, venta de entradas, sponsors, derechos televisivos, etc., todo esto influye directamente en sus fuentes de ingresos. El tenista suizo Roger Federer, que apenas ha tocado una raqueta en el último año debido a las lesiones, obtuvo prácticamente todos sus casi 91 millones de dólares de sus diversos acuerdos de patrocinio; similar análisis exponen los baloncestistas Lebron James y Kevin Durant con donde el 66 y 54% respectivamente de sus ingresos provienen de contratos publicitarios.

En el caso del astro del fútbol argentino Lionel Messi, del París Saint-Germain, es el deportista con mayores ingresos, superando los 130 millones de dólares; y en el tercer puesto se ubica Cristiano Ronaldo con 115 millones de dólares. Aunque la composición de sus ganancias –en el campo y fuera del campo- es bastante pareja, en este período priman los contratos deportivos sobre los contratos publicitarios, con un 58 y 52% respectivamente, cifras que no siempre han sido así, pues en los últimos tiempos registran más del doble, casi el triple de sus ingresos por contratos publicitarios y derechos de imagen, que por lo que obtienen de la práctica deportiva.

Sin embargo, independientemente de cual sea la procedencia de sus ingresos, es evidente que este tipo de relación social capitalista entre el deporte y el mercado se ha convertido en la actualidad en una de las industrias transnacionales más poderosas de todo el mundo, siendo comparada con la de la moda o el espectáculo, cuya finalidad aparente esconde la verdadera naturaleza del deporte moderno y quiénes son sus verdaderos protagonistas, convirtiendo a los jugadores en un medio para alcanzar el fin del sistema.

Por su parte, en Mena (2022) también se puede observar que las 50 estrellas deportivas mejor pagadas del mundo recaudaron un total de 2 970 millones de dólares entre el 1 de mayo del 2021 y el 1 de mayo del 2022, lo que significa que entre el salario de estos 50 atletas se puede pagar la deuda pública actual de países subdesarrollados muy endeudados, como los casos de: Afganistán: 390 millones de dólares, Burundi 220 millones de dólares, Etiopía 940 millones de dólares, Chad 640 millones de dólares, Gambia 740 millones de dólares, Guinea-Bissau 760 millones de dólares, Haití 1 430 millones de dólares, Liberia 630 millones de dólares, Nicaragua 1 950 millones de dólares y Uganda 760 millones de dólares (DatosMundial.com, 2023). Este ejemplo es un reflejo de cómo el deporte se ha convertido en una forma de exclusión social en la actualidad, el cual es consecuencia del juego de leyes y contradicciones capitalistas en el plano internacional que alcanzan su cúspide con la etapa de la globalización.

La práctica ha evidenciado lo estéril del discurso teórico neoclásico sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para lograr un mundo mejor, donde se reconoce la contribución del deporte al

desarrollo sostenible –posición adoptada por la Asamblea General en la resolución 70/1 de 25 de septiembre de 2015- que hace hincapié en que “el deporte es un importante facilitador del desarrollo sostenible” citado en: (Saif Al-Thani es, 2020) . Más bien legitiman la gestión del capital adaptado a las nuevas condiciones en que se desarrolla la globalización, encontrando en el deporte profesional un mecanismo rentable para la supeditación de los países subdesarrollados al gran capital, y con ello, se profundizan las brechas de desigualdades entre el centro y la periferia. Es importante señalar entonces, que todo análisis que se realice entorno a esta realidad, es mucho más complejo y multidimensional que simplemente tener como meta transformar la naturaleza deporte profesional en un factor de integración social, fuente de disfrute, salud y bienestar, desde el respeto a las distintas nacionalidades y etnias, al medio ambiente y a la calidad de vida; se hace necesario un enfoque holístico que permita estudiar la actual mercantilización del deporte no sólo desde las condiciones de infraestructuras necesarias para un mejor acceso –de todos los países- a los eventos deportivos internacionales, sino y sobre todo, como expresión de relaciones sociales de producción subordinadas al régimen imperante.

Todo lo anterior, es una manifestación del desarrollo de la esencia del sistema capitalista donde el nivel de concentración y centralización de la propiedad y el capital toma magnitudes acordes al desarrollo extraordinario de las fuerzas productivas, el cual ha encontrado en el deporte profesional un negocio que proporciona altas tasas de rentabilidad. Ahora el capital se ha desplazado hacia aquellos de deportes de élites con alta composición orgánica, tales como: el baloncesto, el fútbol, el soccer, el boxeo, el golf, el tenis, las carreras de autos, el beisbol y las artes marciales mixtas. Según Mena (2022) en estos 9 deportes se concentran los 50 deportistas mejor pagados del mundo –gráfico 2- los que proceden de 14 países –gráfico 3-. Por otro lado, entre el fútbol y el baloncesto se concentra el 64% de los atletas, mientras que el país que agrupa la mayor cantidad de deportistas son Estados Unidos (EEUU) con 35; estas cifras evidencian la elevada concentración y centralización del capital dentro de la rama y también entre los países, precisamente porque muchos de los implementos deportivos, sponsors, estrellas deportivas, cadenas televisivas, marcas internacionales reconocidas, proveedores de altas tecnologías, etc., provienen de pocos países –en su mayoría, países altamente industrializados-, en especial de los EEUU, Japón, España, Inglaterra y China.

Gráfico 2

**LOS 50 ATLETAS MEJOR PAGADOS
DISTRIBUIDOS POR DEPORTES**

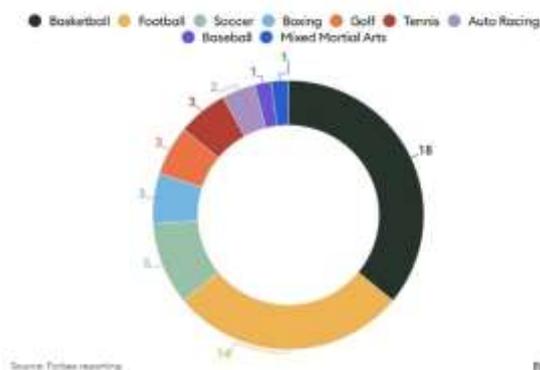
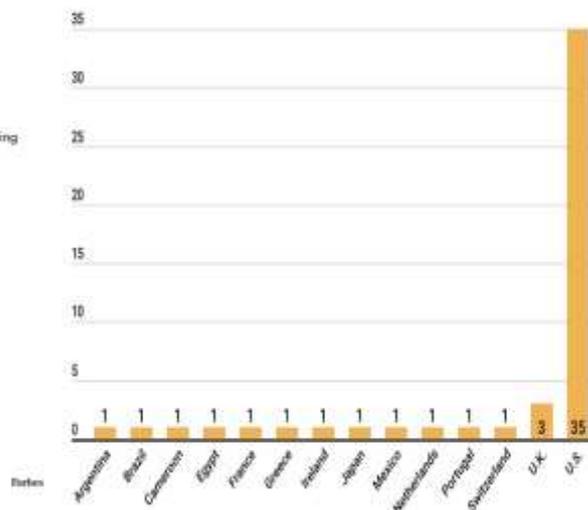


Gráfico 3

**LOS 50 ATLETAS MEJOR PAGADOS
DISTRIBUIDOS POR PAÍSES**



Fuente: (Mena, 2022)

Asimismo, este número limitado de países hace que el mundo subdesarrollado quede cada vez más en desventaja en cuanto al acceso a un mejor equipamiento deportivo –siendo las causas fundamentales de tales limitaciones las asociadas al proceso de privatización que ha acompañado este nivel de desarrollo capitalista-, a disfrutar de un acceso equitativo en las oportunidades, promover la inclusión social en el deporte e incluso, ser sede de importantes eventos deportivos como los Juegos Olímpicos.

Este último elemento constituye una especial desventaja para los países subdesarrollados, pues para ser sede los Juegos Olímpicos, el Comité Olímpico Internacional (COI) tiene en cuenta siempre el clima político, económico, seguridad nacional y la estructura gubernamental del país. Uno de los puntos más importantes es el presupuesto, es decir, cada ciudad que se presente deberá presentar un informe con toda la financiación de cada tecnología, transporte, complejos deportivos, sponsoring, espacios deportivos que ya estén construidos para acoger a todos los atletas, etc.; estos elementos dejan descartados a muchos países subdesarrollados para postularse como sede, siendo esta una oportunidad para un importante impacto socioeconómico nacional y liderazgo político, y elevar su rentabilidad ; sin embargo, “las últimas ediciones de los Juegos Olímpicos, especialmente las acontecidas en el siglo XXI, han evidenciado el extraordinario coste involucrado en albergar este evento, mientras que los beneficios derivados de su celebración siguen, en muchas ocasiones, sin materializarse en la economía de la ciudad anfitriona (...) Esto se debe a que los costes asociados a la celebración del evento suponen tan solo una pequeña fracción de la inversión total necesaria para la

puesta a punto de la ciudad” (Jimenez de Andrade, 2021, pág. 18). A pesar de ello, no cabe duda de que este evento le proporciona al país sede fama y notoriedad mundial.

Los Juegos Olímpicos fueron creados como una ideología de paz mundial y apoliticismo del deporte como instrumento para desarrollar cualidades corporales y humanas, no obstante, este es otro ejemplo de la evolución que ha sufrido el deporte con el paso del tiempo y los valores con los que fueron creados han evolucionados a otros, donde lo que realmente interesa es la mercantilización del deporte para la obtención de beneficios económicos.

En relación con los gastos –gráfico 4- y los ingresos –gráfico 5- de los Juegos Olímpicos, se observa una progresión significativa, sobre todo a partir de Vancouver 2010 donde el cambio es muy significativo. La cuestión más preocupante en torno a los costos de los Juegos es su sistemático exceso sobre el presupuesto original.

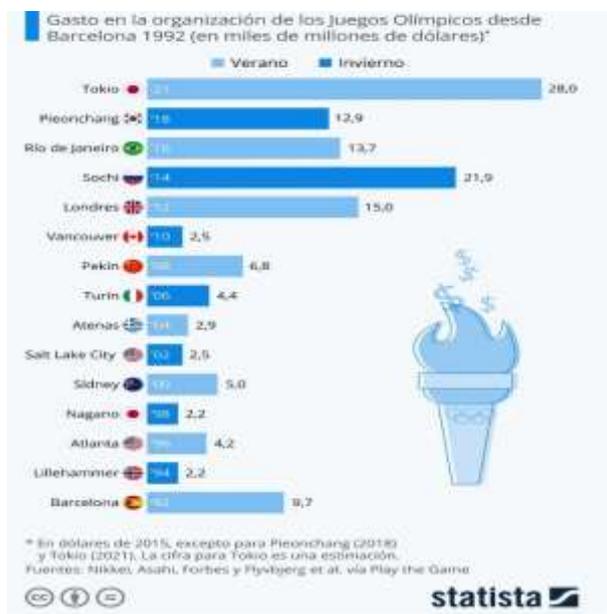
“De hecho, desde 1968 hasta la actualidad, todos los Juegos Olímpicos han generado un coste superior al estimado originalmente (...) Sin embargo, el aspecto más llamativo es la magnitud del sobrecoste, pues este suele ser doblemente superior a la estimación inicial (...) No existe ningún otro megaproyecto cuyo exceso de costes sea tan sistemático como el de los Juegos. Con un sobrecoste medio en términos reales del 179% (252% para los Juegos de Verano), los sobrecostes de los Juegos han sido históricamente mucho mayores que los de otros megaeventos (Flyvbjerg, Stewart y Budzier, 2016). Así, los datos demuestran que acoger los Juegos Olímpicos supone asumir uno de los megaproyectos más arriesgados desde el punto de vista financiero, algo que han aprendido muchas ciudades por su cuenta y riesgo. La razón primordial que explica la consistencia de los sobrecostes se encuentra en los numerosos intereses económicos detrás de toda candidatura. Así, los verdaderos promotores de la candidatura son empresas constructoras, compañías de seguros y bancos de inversión, cuya influencia empuja a la ciudad a presentar su candidatura. Tanto es así que, de presentarse una estimación realista de los costes, la probabilidad de obtener luz verde política disminuiría sustancialmente” (Jimenez de Andrade, 2021, págs. 24-25).

Por otro lado, si se analizan los ingresos que percibe el COI por los Juegos de Invierno –gráfico 5- a partir del despegue en Vancouver 2010 está muy asociado al desarrollo del nuevo paradigma tecnológico, precisamente la mayor parte de sus ingresos se obtienen por concepto de venta de derechos de transmisión en TV e internet y el marketing. En los últimos años las empresas promotoras de deportes han encontrado en el marketing deportivo y las TIC una de las mejores herramientas para implementar estrategias comerciales deportivas que ayudan a aumentar los niveles de ingresos.

“La empresa Nike mundialmente conocida por patrocinar equipos y deportistas de diferentes especialidades viste y apoya a estos equipos con dinero y prendas de muy alta calidad que también son los productos que esta empresa venderá a nivel mundial en sus tiendas u otras tiendas especializadas. La empresa Nike, patrocina a equipos de fútbol como el FC Barcelona aportando capital e implementos como zapatos, tenis, ropas deportivas, etc., en los cuales van escritos la marca patrocinadora. En segundo lugar, la compañía ha apostado por patrocinar a título individual a algunas estrellas como Cristiano Ronaldo” citado en: (Bustos, 2019, pág. 7).

Gráfico 4

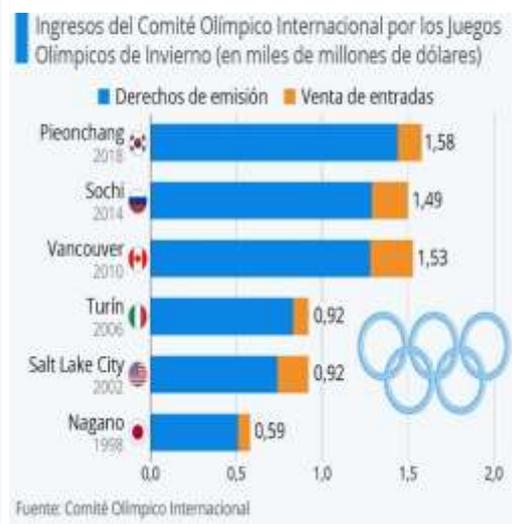
¿CUÁNTO CUESTAN LOS JUEGOS OLÍMPICOS?



Fuente: (Mena, 2021)

Gráfico 5

¿CUÁNTO RECUADA EL COI POR LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE INVIERNO?



Fuente: (Mena, 2022a)

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando sobre los gráficos 4 y 5 se ha podido comprobar respecto a los costos del evento, que si bien el potencial económico a corto plazo de la actividad económica resulta insuficiente en comparación con los altos costos que debe afrontar la ciudad anfitriona, se sigue invirtiendo cada vez más para estar satisfacer las crecientes exigencias que impone el sistema capitalista. En consecuencia, toda la ciudad lleva a cabo un importante sacrificio confiando en el impacto a largo plazo, en el “legado” al que hace referencia el COI sobre beneficios: educativos, para la salud pública, mejoramientos constructivos, impulso al turismo, aumento del comercio e inversión, mejoramiento en las prácticas de gestión y coordinación gubernamentales y mejora en el espíritu y el ánimo nacional. Sin embargo, para materializar esos beneficios económicos, la ciudad debe aguardar años o incluso décadas. Además, en el largo plazo intervienen otras variables

que hacen complicado vincular cualquier progreso al impacto de los Juegos. Caso contrario con los ingresos empinados que ha obtenido el Comité Organizador Internacional directamente de los Juegos Olímpicos de Invierno, en Pienchang 2018 sus beneficios –solamente por concepto de derecho de emisión- aumentaron más del 10% respecto a los juegos del 2014- ascendieron a 1,58 miles de millones de dólares.

Por último, en Palco 23 (2022) se muestra que en el ciclo olímpico de 2017 a 2021 los ingresos del COI se dispararon estrepitosamente a 7 600 millones de dólares, importe que supone un 33,3% más que el anterior cuatrimestre. El aplazamiento de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 implicó que el organismo ingresara una cifra de 4 300 millones de dólares con Tokio 2021, esta facturación se ha visto impulsada por los ingresos obtenidos por los derechos de emisión para los Juegos, siendo la COVID-19 un ambiente favorable para la expansión de sus ganancias, alcanzando unos 843,8 millones de dólares.

Después de lo anterior expuesto, es posible plantear que mientras la lógica del capital dicte el camino a seguir, las opciones para los más pobres seguirán siendo mínimas, cuando no nulas, y las desigualdades existentes en el deporte profesional continuarán agrandándose. En especial en el fútbol profesional, donde la magnitud del espectáculo como negocio, como asunto de recreación social y como fenómeno político, han despertado el interés de los grandes grupos de poder en su control.

El fútbol profesional se ha convertido en uno de los negocios más lucrativos y mejor pagados del mundo, algunos datos pueden dar cuenta de su actual preponderancia:

- “En España, el periódico que más se vende es el diario deportivo “La Marca”, incluso por encima de los conocidos “El País” y “El Mundo”, lo que indica la trascendencia del fenómeno comercial del deporte.
- El mundial de fútbol en Brasil le reportó a la entidad rectora de ese deporte, la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), unos 4.000 millones de dólares, 66% más de lo ganado en Suráfrica y 11 veces más de lo percibido en Francia en 1998.
- Según la revista Portafolio, en Colombia, según cifras del Ministerio de Trabajo, hay 1,1 millones de personas que devengan el salario mínimo. Con lo que obtenía Ronaldo por un mes en el Real Madrid, se podría pagarle el salario mensual a 5.916 de ellas.
- En el campeonato mundial de fútbol de Brasil 2014, los ingresos de derechos televisivos fueron el 35% y los de patrocinio ascendieron al 36%, frente solo a unos derechos obtenidos de los espectadores por un 10%, pasando de ser pasatiempos sociales en una industria encaminada a obtener beneficios económicos” (Cadavid, 2019, pág. 26).

Además, son recurrentes algunas prácticas de empresarios y dirigentes del fútbol que, por encima del interés deportivo, solo obedecen al ánimo de lucro:

- Los dueños de los equipos que deciden el fichaje de los jugadores sin tener en cuenta los intereses de los atletas ni el funcionamiento del equipo.
- Han sido documentadas las negociaciones fraudulentas en los resultados de los partidos, que se han llevado en países como España, y se han tipificado penalmente estas conductas relacionadas con la promoción de las apuestas y con otros delitos.
- Actualmente existen empresas que aportan económicamente a equipos de fútbol o clubes deportivos, a cambio de publicidad. El marketing deportivo es muy importante para los clubes porque atraen inversionistas o empresas dispuestas a invertir en ellos a cambio de publicidad.

Estos hechos son solo muestras de las ganancias de los monopolios deportivos y de cómo el deporte moderno es influido por varios factores que hacen que los beneficios económicos conviertan al fútbol en un gran mercado, y todas aquellas orientaciones del deporte hacia una mejora de la salud, de las relaciones sociales o de relajación, están hoy supeditadas a un mercado de marcas deportivas y de implementos. Vemos así que los intereses económicos están por encima del deporte y de todos sus valores.

Un ejemplo más reciente de la extraordinaria recaudación de capital fue el Mundial de Fútbol Qatar 2022, uno de los eventos más cotizados del planeta. Los ingresos de la FIFA alcanzan una cifra récord de 7 500 millones de dólares por los acuerdos comerciales relacionados con el Mundial de Qatar 2022, 1 000 millones más con respecto a la Copa del Mundo de Rusia 2018 (Larrea, 2022). Estos números son tan sorprendentes pues la Federación Internacional de Fútbol Asociación, así como las federaciones nacionales de fútbol, compiten con las ligas en la venta de derechos de televisión, acuerdos de patrocinio, licencias de marca, mercadotecnia, entrada, hospedaje y todo tipo de acuerdos comerciales. Aunque su principal actividad es la organización de competiciones, como la Copa del Mundo o los torneos continentales, sus fuentes de ingresos más importantes no provienen precisamente del juego en sí mismo.

CONCLUSIONES

Para finalizar, según se ha analizado en el texto, la ley de la plusvalía, como ley económica fundamental del sistema capitalista, no sólo expresa el motivo propulsor y la finalidad determinante de este modo de producción, sino que está presente en todos los aspectos del Capitalismo en diferentes planos de análisis, es decir, a nivel esencial, a nivel de las formas esenciales de movimiento y a nivel

de las formas superficiales concretas de manifestación de las relaciones capitalistas de producción. En este sentido, se presenta el deporte moderno como una de las formas superficiales concretas en que hoy se presenta dicha ley. Ahora, dentro del mecanismo de funcionamiento de la economía capitalista moderna, el deporte profesional se ha convertido en un espacio completamente mercantilizado, es decir, en un medio que garantiza la maximización de las ganancias y la expansión del capital, lo que ha implicado importantes transformaciones desde su origen.

La industria deportiva –protagonizada por un exclusivo grupo de élite- y sus manifestaciones actuales, son un reflejo de cómo el proceso de internacionalización del capital ha buscado las vías rentables para la supeditación de los países subdesarrollados al gran capital y de esta forma acentuar las desigualdades existentes entre las naciones. Mientras la ley de la plusvalía dicte el camino a seguir, el deporte profesional estará cada vez más alejado de ser fuente fundamental de ocio y recreación, y la explotación de este trabajo productivo continuará agravándose.

BIBLIOGRAFÍA

1. Batista, W.; F. Estrada (s/f): "El deporte asalariado: Esencia y formas", *Monografías*, Universidad de las Ciencias del Deporte Manuel Fajardo, <http://www.monografias.com>.
2. Bustos, J. J. (2019): " El marketing deportivos como estrategia publicitaria para fortalecer la credibilidad de lo clubes de fútbol", *Diplomado en Alta Gerencia, Programa de Administración de Empresas*, Facultad de Estudios a Distancia (FAEDIS), Univerisdad Militar Nueva Granada, Bogotá:
<https://www.google.com/url?q=https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/32472/BustosBarajasJuanJose2019.pdf%3Fsequence%3D2%26isAllowed%3Dy&sa=U&ved=2ahUK EwiB06O2kuj8AhVSEVkfFHU4fD5sQFnoECAkQAg&usg=AOvVaw2zkHRyZFuqCMIQDPwzJyj>.
3. Cadavid, J. C. (2019): "La mercantilización del fútbol como factor de violación de derechos de los hinchas", *Revista Ambiente Jurídico*, No. 22/2019, Centro de Investigaciones Sociojurídicas,
https://www.google.com/url?q=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7681267.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwiNq-fvoeP8AhVdElkFHbH8AQgQFnoECAIQAg&usg=AOvVaw2C5ZgTh1L6Eyxh9N89V_36.
4. DatosMundial.com (2023): "Países en desarrollo muy endeudados", www.datosmundial.com/paises-pobres-muy-endeudados.php.

5. Diem Carl (1966): "Historia de los deportes", *Colección de libros de historia*, Barcelona, <https://es.scribd.com>
6. Elias, Norbert (1992): "Deporte y Ocio en el proceso de la civilización", *Fondo de Cultura Económica*, México, <http://economidelaviolencia.iiec.unam.mx>
7. González Ramallal (2003): *Sociedad y Deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*, Tomo I, Departamento de Sociología y Ciencias Políticas, Universidad de la Coruña.
8. Heinemann, K. (2001): "La repercusión económica del deporte: marco teórico y problemas prácticos", *Revista digital*, EFDeportes.com
9. Jimenez de Andrade, J. A. (2021): "Impactos económicos de los Juegos Olímpicos para la ciudad anfitriona ¿Estamos ante la desaparición de los Juegos Olímpicos?", *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, Universidad Pontificia: Comillas, Madrid, <https://www.google.com/url?q=https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46801/TFG%2520-%2520Jimenez%2520de%2520Andrade%2520Castanon%2520C%2520Jose%2520Alvaro.pdf%3Fsequence%3D2%26isAllowed%3Dy&sa=U&ved=2ahUKEwi0-tmRiej8AhV1FikFHQBdAawQFn>
10. Larrea, F. (2022): "Los ingresos de la FIFA alcanzan una cifra récord en Qatar 2022", *Primicias*, www.primicias.ec/noticias/catar2022/ingresos-fifa-cifra-record-mundial-qatar/
11. Lenin, V. I. (2011): *El Imperialismo fase superior del Capitalismo*, Editorial Félix Varela, La Habana.
12. Maguire, J. (2004): Un desafío al complejo deportivo-industrial: ciencias humanas, apoyo y servicio.
13. Mandell, R. (1986): "Historia cultural del deporte", *Ediciones Bellaterra, Barcelona*, Colección de libros: Teoría e Historia. <http://museodeljuego.org>
14. Marx, K. (1973): *El Capital*, Tomos I, Editorial Ciencias Sociales, La Habana.
15. Mena, M. (2021): "El enorme coste económico de albergar los Juegos Olímpicos", *Statista*, <https://es.statista.com/gráfico/5427/cuanto-cuestan-los-juegos-olimpicos/>
16. Mena, M. (2022a): "Los Juegos Olímpicos de Invierno aportan miles de millones al COI", *Statista*: <http://es.statista.com/grafico/26759/ingresos-del-comité-olimpico-internacional-por-los-juegos-olimpicos-de-invierno/>

17. Mena, M. (2022b): "Messi encabeza la lista Forbes de los deportista mejor pagados del mundo", *Forbes*, <https://cdn.statcdn.com/Infographic/images/normal/27496.jpeg>
18. Palco23. (2022): "El COI dispara sus ingresos en 2017-2021 un 33,3% pese a la pandemia", *Palco23*, <http://www.palco23.com/competiciones/el-coi-dispara-sus-ingresos-en-2017-2021-un-333-pese-a-la-pandemia>
19. Rodríguez, S. *et al* (2006): *Fundamentos generales del modo de producción capitalista*, Capítulo 6, Editorial Félix Varela, La Habana.
20. Saif Al-Thani es, A. A. (2020): "Las contribuciones tangibles del deporte a los ODS", *Crónica ONU*, www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/las-contribuciones-tangibles-del-deporte-los-ods
21. Sebastián, R. (2020): "Sociología Marxista del deporte: Consideraciones al reduccionismo sociológico de Jean Marie Brohm", *Espacio Abierto*, Vol 29. No.2 (Abril-Junio), <http://dialnet.unirioja.es>
22. Velázquez B. R. (2000): "El deporte moderno. Consideraciones acerca de su génesis y de la evolución", *Universidad Autónoma de Madrid*, www.efdeportes.com.