

PRESENTE Y FUTURO DEL DEPORTE EN LA GLOBALIZACIÓN¹

Eloy Altuve Mejía
Universidad del Zulia
Maracaibo, Venezuela
eloyaltuve@hotmail.com

Recebido em 02 de setembro de 2008

Aprovado em 12 de novembro de 2008

Resumen

Para facilitar la comprensión de la situación deportiva actual es necesario proceder a desmitificar los mitos alrededor del deporte que, a fuerza de repetición, han sido convertidos en verdades indiscutibles. Eso es la base de la percepción generalizada que se tiene sobre el fenómeno deportivo y de las políticas deportivas aplicadas en Venezuela y en casi toda América Latina. Partido de esa análisis, este artículo intenta presentar una reflexión sobre el presente y el futuro del deporte en un escenario de globalización.

Palabras-clave: deporte; globalización.

Resumo

Presente e passado do esporte na globalização

Para facilitar a compreensão da situação esportiva atual é necessário proceder a desmitificação dos mitos ao redor do esporte que, graças a repetição, foram convertidos em verdades indiscutíveis. Isso é a base da percepção generalizada que se tem sobre o fenômeno esportivo e das políticas esportivas aplicadas na Venezuela e em quase toda América Latina. Partindo dessa análise, esse artigo objetiva apresentar uma reflexão sobre o presente e o futuro do esporte em um cenário de globalização.

Palavras-chave: esporte; globalização.

Abstract

The present and the future of sport in globalization

¹ **NOTA:** este trabajo es un capítulo del libro titulado **DEPORTE Y REVOLUCIÓN EN AMÉRICA LATINA: propuestas para una nueva lógica**. Ediciones del Vice-Rectorado Académico de la Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela. diciembre 2007. Eloy Altuve Mejía es compilador del libro y autor de tres capítulos (en total tiene nueve capítulos).

In order to facilitate de understanding of the current sport status it is necessary to undergo a demythification of sport surrounding myths which, due to repetition, were converted into undeniable truths. That is the base of the general perception over the sportive phenomenon and the sport policies in Venezuela and in practically all Latin America. Starting with this analysis, this article aims at presenting a reflection about the present and the future of sport in the scenery of globalization.

Keywords: sport; globalization.

1. Mitos y mentiras sobre el deporte²

Para facilitar la comprensión de la situación deportiva actual, es necesario proceder a desmitificar el gran mito base del deporte, una gran mentira, que a fuerza de ser repetida –irreflexivamente- una y otra vez, ha sido convertida en verdad indiscutible y es la base de la percepción generalizada que se tiene sobre el fenómeno deportivo³ y de las políticas deportivas aplicadas en Venezuela y en casi toda América Latina.

Mito base: El deporte es un fenómeno eterno, ha existido y existirá siempre en la humanidad, es intrínseco a la naturaleza humana.

Lo inherente al ser humano, lo propio de la condición humana, es el movimiento. El deporte nace cuando una parte del movimiento se convierte -en un momento del desarrollo histórico de la sociedad- en una competencia institucionalizada de mucha importancia y significación social y cuyo objetivo es comparar esfuerzos físicos para designar ganadores o campeones.

². Ver Altuve, Eloy:

Mentiras y mitos de los Juegos Olímpicos. Colectivo La Peonza. Revista de Educación Física para la paz. N.7, enero 2005. España. <http://es.share.geocities.com/lapeonza/Revistas/peonza7.pdf>

Juego, Historia, Deporte y Sociedad en América Latina. Centro Experimental de Estudios Latinoamericanos de la Universidad del Zulia (CEELA-LUZ). Ediluz. Maracaibo. 1997

³. Ver Altuve, Eloy:

Debate teórico sobre deporte y globalización: necesidad o despilfarro de tiempo. En: El ocio, el tiempo libre y la recreación en América Latina: problematizaciones y desafíos. Instituto de Deportes y Recreación de Medellín y Grupo de Investigación Calidad de la Educación Física de la Universidad de Antioquia. Editorial Civitas. Noviembre 2005. Medellín-Colombia.

El deporte surge en la sociedad esclavista griega -institucionalizado como Juegos Olímpicos Antiguos (en adelante JOA)-, en el año 884 o hacia el año 776 a.de C. Su objetivo era comparar esfuerzos individuales para destacar o realzar la victoria de un competidor (el campeón) sobre los demás. Lo fundamental para los atletas griegos era la gloria cualitativa, la hazaña personal concreta y no la abstracción matemática cuantificable.

Socialmente, el deporte antiguo cumplió las siguientes funciones en la Grecia esclavista:

1. Fue una institución productora de la ideología dominante porque:

a) Reprodujo en el formato de participación en las competencias, la diferenciación socio-económica existente en la sociedad. Sólo participaban en los JOA los ciudadanos griegos, los hombres libres con derechos políticos y bienes de fortuna (propietarios de tierras y esclavos), es decir, la élite económica, política y militar. Estaban excluidos las mujeres, los inmigrantes y los esclavos.

b) La organización de la participación alimentaba y reforzaba la vigencia de la organización político-territorial existente, las polis o ciudades-estado independientes, porque los participantes-competidores representan a su ciudad de origen y los ganadores, además de obtener individualmente prestigio y reconocimiento social, también lo alcanzan para la ciudad exaltando su nombre por toda Grecia. En cada competencia, la idea de polis como la única y posible organización político-territorial (donde los ciudadanos eran los únicos miembros de la sociedad que ejercían derechos políticos) salía fortalecida, ampliamente reforzada socialmente.

c) Era un vehículo de producción, transmisión y difusión de la religión, soporte ideológico fundamental de la sociedad, la cual estaba presente desde los preparativos

hasta el final de los juegos olímpicos: por ejemplo, socialmente se creía que la victoria de los campeones se debía – en buena medida – a factores extraterrenales, a “la intervención directa de los dioses”.

2. Contribuyó con la función de la institución militar.

Como la guerra era una necesidad constante en la sociedad esclavista se requería un ejército preparado de manera permanente. En Grecia particularmente su estructuración y configuración se basaba en los ciudadanos, quienes además de ser soldados eran participantes-competidores en los juegos. Los JOA contribuyen de manera indirecta con la función del ejército porque la preparación física de los participantes para la competencia, constituye –de alguna manera, al menos parcialmente- una fase o un adelanto de su preparación para desempeñarse como soldados. Los ciudadanos eran soldados del ejército y competidores de los JOA, su preparación para los juegos les servía para su función militar y viceversa.

En conclusión, los JOA constituyen un elemento fundamental, un soporte principal del modelo de hombre (atleta-guerrero-ciudadano) del esclavismo griego porque son el escenario social que sintetiza, en buena medida, los máximos logros alcanzados a nivel de atleta por la sociedad, contribuyen con la preparación del guerrero y refuerzan la identificación social con la condición y función del ciudadano.

Cuando la Grecia esclavista pierde independencia frente a la sociedad esclavista romana, los JOA decaen y cambian su orientación y sentido original, transformándose su formato de competencia: se celebran en Roma, el centro del imperio, y por esta época, siglos II-III a. de C. comenzaron a practicarse los combates entre gladiadores y combates de hombres con fieras.

Los cambios en el formato de los JOA operados en el esclavismo romano así como el descenso de su importancia social, están asociados a las transformaciones que ha sufrido la sociedad esclavista. Ahora, desaparecieron las ciudades o polis independientes, Roma es un vasto y complejo imperio en términos administrativos, políticos, económicos, geográficos, lingüísticos..., cuya organización político-territorial son las provincias subordinadas al poder central imperial y el ejército es una institución altamente especializada y desarrollada con soldados profesionales que perciben una paga por su trabajo.

La sociedad esclavista romana, organizada en un imperio con provincias sin autonomía y dotada de un ejército con dinámica de funcionamiento propia, necesita unos JOA que cumplan básicamente la función ideológica de entretener a la población (“pan y circo”) y mostrar o ratificar el poder del imperio.

La reducción de la función social de los JOA con su consiguiente decaimiento y disminución de importancia social en el esclavismo romano, en comparación con Grecia, se explica porque las funciones sociales que los juegos tenían en la sociedad griega ahora en Roma son cumplidas o realizadas por otras instituciones.

En el año 67 d.de C. los JOA ya estaban en franca decadencia, desapareciendo, cuando el emperador romano Teodosio I el Grande, los suprimió en 393 d.de C.

Los JOA desaparecen cuando está liquidada la sociedad esclavista que los creó y se abre paso la nueva sociedad feudal. El deporte antiguo existió durante casi 1.300 años (del 884 a.de C hasta el 393 d.de C.).

En el feudalismo los juegos olímpicos no existen porque no tienen ninguna función social que cumplir, no tienen cabida. La sociedad feudal crea otras instituciones para realizar las funciones sociales que los JOA desempeñaban en la

sociedad esclavista: la iglesia es el centro de de la vida social y monopoliza la función ideológica; la caballería es la institución militar por excelencia y el feudo es la base de la organización político-territorial.

En definitiva, así como la sociedad esclavista gestó, creó y modificó los JOA en la misma medida que se desarrolló y transformó, asignándole y reasignándole funciones sociales específicas, la sociedad feudal los eliminó porque no los necesitaba para su desarrollo, creando sus propias instituciones sociales que cumplieron las funciones que realizaban los JOA en el esclavismo.

El tránsito progresivo de la sociedad feudal, que asume como principio de funcionamiento salvar el alma y condenar el cuerpo, a la sociedad capitalista industrial basada en el principio de rendimiento y en el culto del cuerpo desde una perspectiva razonablemente rentable, se materializa en el movimiento con la transformación –entre otras- de su dimensión lúdica, sustituida por el surgimiento del deporte moderno, entendido como la comparación de rendimientos corporales para designar campeones, registrar récords u obtener medallas y trofeos (en adelante D-R-R-C-). El adversario por vencer hoy, más que un contrincante real, humano, es un símbolo abstracto, inhumano, cronometrado o medido: el récord, la marca. Por eso se privilegia la medida del tiempo invertido, del espacio recorrido, etc..., se trata de establecer marcas y de superarlas constantemente. Se ha entrado y se vive en el reino de la medida cuantitativa sistemática.

El deporte moderno (D-R-R-C), gestado en Inglaterra desde el siglo XVII, va a configurarse plenamente, orgánica y estructuralmente y a presentarse en su forma más acabada y completa con la nueva versión de los Juegos Olímpicos en 1896. El surgimiento de la Organización Deportiva con la creación del Comité Olímpico y de

las federaciones deportivas, a fines del siglo XIX y principios del XX, significa la configuración y estructuración de la institución encargada de orientar teórica y prácticamente, de administrar y dirigir el movimiento concebido como deporte moderno.

Socialmente, el deporte moderno nace cumpliendo las siguientes funciones en la sociedad capitalista industrial:

1. Es una institución productora de la ideología dominante porque:

a) Los juegos olímpicos modernos nacen, en 1896, para presentarse y ser percibidos masivamente por la población como un espacio social- privilegiado y único en la sociedad- de igualdad, fraternidad, lucha noble, en contraposición a la grave conflictividad mundial existente en ese momento, enfrentamientos a muerte librados entre las potencias capitalistas que -como es conocido- desembocaron en las dos guerras mundiales del siglo XX.

El deporte moderno surge y se presenta como espacio social universal de igualitarismo absoluto, en contrapartida a las aberrantes diferencias en producción, consumo y disfrute de bienes existentes entre las naciones y entre las clases sociales, y sirviendo de justificación para tales desigualdades.

b) La organización de la participación alimenta y refuerza la vigencia de la organización político-territorial existente, el Estado-Nación, porque los participantes-competidores representan a su país y los ganadores, además de obtener individualmente prestigio y reconocimiento social, también lo alcanzan para su nación. En cada competencia, la idea de Estado-Nación como la única y posible organización político-territorial sale fortalecida, ampliamente reforzada socialmente.

c) Es un vehículo de producción, transmisión y difusión del concepto del rendimiento, principio-valor organizador de la vida en la sociedad capitalista industrial. Las ideas de rendimiento productividad, jerarquía, rentabilidad...están presentes en la interacción social que se produce en la dinámica deportiva moderna.

2. Contribuye con la función de la institución política

Todos los Estados han aprovechado y aprovechan la victoria de los atletas del país en eventos deportivos importantes, para hacer propaganda de su régimen político y una apología de sus logros como gobernantes, asociando e identificando la victoria deportiva con el éxito de su gestión gubernamental. También, suelen difundir desproporcionadamente y mantener vigentes los éxitos deportivos para minimizar problemas o conflictos que afectan a la sociedad.

Conclusiones

1. La primera gran razón para no discutir sobre deporte es el desconocimiento que se tiene de él, se conoce y asimila el mito creado por la propia institución deportiva. Como pasa con cualquier mito, se habla del deporte de manera purificada e inocente, su existencia actual aparece como natural y eterna. Su claridad evidente proviene de la constatación y no de la explicación: no se pone en duda porque es verdad, cierto de toda certeza y no está en discusión; se puede constatar mas no explicar y mucho menos cuestionar.

El desconocimiento proviene de la claridad evidente, transparencia, diafanidad, igualdad, fraternidad, como se presenta la institución deportiva ante la población, quien la percibe y asume llena de las virtudes humanas más sublimes; virtudes difundidas y

reforzadas a través de los medios de comunicación. La sociedad concibe el deporte naturalmente como positivo, incuestionable, inofensivo, neutral, apolítico.

La mitología deportiva también ha impregnado a la academia universitaria, donde se manifiesta de la siguiente manera:

- El deporte es uno de los fenómenos menos estudiado científicamente, porque para la academia es muy cristalino, transparente y tiene muy poco que estudiar: como es tan obvio, tan cierto y claro, no necesita ser estudiado.

- Cuando se estudia, la atención se centra principalmente en sus aspectos técnicos, estadísticos y físicos, en análisis de variables cuantitativas del hecho deportivo. La academia tiende a subestimar e ignorar el estudio del deporte como fenómeno *social e histórico* porque considera que –socialmente- la práctica deportiva como se presenta cotidianamente, anda bien, debe ser así y continuar siendo así, debe existir y abordar sólo problemas operativos secundarios cuya solución legítima y refuerza la concepción y conformación, teoría y práctica, del hecho deportivo existente como dominante. Precisamente por ser considerado positivo, el deporte no está sometido –académicamente- a ningún tipo de cuestionamiento de fondo, teórico-conceptual; sus problemas o dificultades son concebidos como distorsiones a ser corregidas y superadas por su propia dinámica: puede discutirse la forma más no el fondo.

La institución deportiva -con el soporte de los medios de comunicación- casi ha aniquilado social y académicamente cualquier debate conceptual sobre el deporte, ha reducido a su mínima expresión cualquier discusión que vaya más allá de las consideraciones estadística, física y técnico-operativa.

Académicamente se maneja, científicamente se acepta como válido y socialmente se reconoce (hasta por los movimientos sociales y/o políticos fuertemente críticos de la globalización), que toda actividad que involucra el esfuerzo físico, realizada con fines diversos (salud, educativos, recreativos, ..) y donde se establecen o no comparaciones de cualquier naturaleza entre los participantes, es deporte, teniendo siempre como referencia conceptual, de contenido, al deporte de rendimiento, récord y campeón (D-R-R-C).

Para conceptualizar la actividad deportiva, se acude a un amplio uso de términos o expresiones, tales como: como *deporte para todos*, *deporte recreativo*, *deporte indígena*, *deporte penitenciario*, *deporte masivo*, *deporte participativo*, *deporte escolar*, *deporte de la tercera edad*... Pero, son términos que evocan conceptos sin autonomía e independencia, sin dinámica propia, porque la lógica y sentido de su contenido viene dada por la referencia obligada que hacen a el D-R-R-C. Tienen en común la primera palabra, **deporte**, precisamente su homogeneidad viene dada por el hecho de explicarse únicamente en su relación con respecto al D-R-R-C. De allí la dificultad, la imposibilidad de poder presentar científicamente argumentos que expliquen lo semejante y lo distinto de unos conceptos con otros, quedándose la explicación en lo meramente operativo y en las características de los usuarios (edad, ubicación social).

La institución deportiva impuso socialmente y en la academia la ambigüedad conceptual para referirse al fenómeno deportivo del mundo industrial, estableció la elasticidad en el uso de un concepto que sirve para designar cualquier cosa y exactamente nada, explicando múltiples y diversas realidades siempre desde la óptica referencial del D-R-R-C. Por supuesto, esto no es fortuito, más bien es la

manifestación de la eficacia y eficiencia ideológica de la institución deportiva, que así pretende impedir su análisis profundo y cuestionamiento crítico.

2.- El deporte es un fenómeno histórico y social, ha existido en dos momentos y sociedades diferentes: del 884 al 393 a.de C. en el esclavismo y desde 1896 hasta hoy en el capitalismo industrial. En ambos casos es una competencia cuyo objetivo es designar un campeón o ganador, pero, en el capitalismo, alcanzar o implantar una marca o récord es tanto o más importante que la designación del campeón, más que ganar lo que interesa es con cuánto se gana. También es muy diferente la significación social y la institucionalidad deportiva, basta con mencionar que en el esclavismo el llamado deporte antiguo se circunscribía a los Juegos Olímpicos Antiguos, mientras en el capitalismo, en el deporte moderno (D-R-R-C) los Juegos Olímpicos son sólo un componente muy importante de una cadena de competencias que comprende a Campeonatos Mundiales (de fútbol, atletismo, béisbol, béisbol...), Fórmula 1, Abiertos de Tenis, Tours de Ciclismo, Campeonatos Mundiales Inter-clubes de fútbol...

Como todo fenómeno social, el deporte nace, crece, desaparece, resurge con otros contenidos. La sociedad funcionó sin deporte hasta la irrupción del deporte antiguo que tuvo una duración máxima de 1277 años, luego, la sociedad funcionó perfectamente 1.503 años sin deporte, y hoy tenemos 110 años de deporte moderno.

3.- En la visión positivista, la dominante, el deporte es concebido como un espacio social neutral, incuestionable, inofensivo, por encima de la historia y sin ninguna vinculación con los intereses y conflictos sociales existentes en la sociedad; ajeno a la intromisión del poder político y económico, que se percibe como separado del deporte. Cuando es exageradamente perceptible la injerencia del poder político y/o

económico se concibe como una distorsión por corregir y superar por la propia dinámica deportiva.

En contrapartida, la lectura que se hace del deporte en este trabajo, parte de considerarlo como un fenómeno social gestado, creado y conformado en un momento del desarrollo de la sociedad, que está en permanente interacción con los demás fenómenos sociales, transformándose al mismo ritmo que lo hace la sociedad a través de la historia, formando parte e incidiendo en ese proceso general de transformación, alimentando y alimentándose en ese proceso de cambio. Es un fenómeno social que responde a intereses sociales, de clase, muy específicos, cumpliendo determinadas funciones en los distintos momentos históricos y, por lo tanto, ha tenido y tiene relaciones e implicaciones políticas, económicas, sociales y culturales. El deporte es una esfera de poder y como tal debe asumirse.

2. Características, tendencias y perspectivas del deporte en la globalización⁴.

2.1.- Elementos constitutivos del deporte hoy.

El deporte está conformado por las siguientes unidades económicas:

a) **La Organización Deportiva Mundial (ODM)**: Gobierno del deporte y organizadora de una parte fundamental del espectáculo deportivo. Es una de las unidades económicas más poderosa porque es el gobierno del deporte moderno en el mundo, decide la legalidad de cualquier acción inherente a la dinámica deportiva mundial. Encabezada por el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Federación

⁴. Ver Altuve, Eloy:

¿Por qué los movimientos sociales y políticos antiglobalización nunca han cuestionado al deporte?. <http://www.efdeportes.com/> Revista Digital. Área Interdisciplinaria de Estudios Sociales y Culturales del Deporte del Instituto de Investigación de la Facultad de Filosofía-Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires - Año 10 - N° 90 - Diciembre de 2005.

Deporte: modelo perfecto de globalización. Centro Experimental de Estudios Latinoamericanos de la Universidad del Zulia (CEELA-LUZ). Imprenta Internacional. Maracaibo. 2002.

Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), comprende las demás federaciones internacionales por disciplina deportiva, organismos internacionales regionales y continentales, los Comités Olímpicos Nacionales (CON), las federaciones nacionales.

Presente en todos los países, es una vasta macro-organización mundial, de mayor dimensión y de mayor alcance social que cualquier otra institución, centralizada, autoritaria, económicamente muy fuerte y con un poder absoluto –que no conoce fronteras y está muy por encima de los Estados nacionales- para decidir todo lo relativo al deporte, a través de sus distintas instancias orgánicas, internacionales, nacionales, locales.⁵ Obviamente, en la ODM tienen más influencia las grandes potencias mundiales, que también son las tradicionales potencias deportivas.

Organiza directamente una parte del espectáculo deportivo, encabezado por los Juegos Olímpicos y el Mundial de Fútbol, los eventos mundiales que tienen mayor capacidad de convocatoria de selecciones nacionales de deportistas-competidores y los más vistos simultáneamente en el mundo entero. Se realizan cada 4 años y la diferencia en la realización entre uno y otro es de 2 años.

Los principales beneficios del Comité Olímpico Internacional (COI) provienen de la organización de los Juegos Olímpicos:

El COI pasó de disponer de un capital de 241.000 \$ en 1980 a obtener ganancias de 16 millones de \$ en los JO Los Ángeles 1984. Creó el TOP o Programa Mundial de Patrocinio de los Socios Olímpicos, en los JO Seúl 1988, el cual para 1992

⁵. Copetas, Craig A. **El legado de Samaranch requiere de un gran equilibrista**. Publicado en The Wall Street Journal Americas. El Nacional. Caracas 16-02-1998, pp. E-5.

Editorial de El Nacional. **Balonización total**. El Nacional. Caracas 12-6-1998, pp. A-4.

“Hoy en día la FIFA es una organización modelo y perfecta... Las decisiones de la FIFA se cumplen y respetan”. Comentarios de Joao Havelange, presidente de la FIFA, al hacer una analogía con el mandato de Naciones Unidas. AP. **Havelange deja la FIFA dividida pero con las arcas repletas**. El Nacional. Caracas 07-07-1998, pp. B-10.

había conseguido 928 millones de \$ en acuerdos de patrocinio con 12 empresas y 175 millones de \$ por derechos de transmisión, boletos y licencias para uso de marcas. Aumentándose el capital del COI a más de 100 millones de dólares en 1992.

En los Juegos Olímpicos de Atlanta 1996, el aporte de los patrocinadores, por licencias oficiales, ascendió a 750 millones de dólares; y por derechos de televisión el COI logró en total algo más de 1.000 millones de dólares. Se esperaba recaudar en los JO de Sydney 2000, 2.000 millones de dólares (según cifras del COI) por derechos de emisión, patrocinio, licencias y ventas de entradas, de los cuales alrededor de 800 millones de dólares serían para la estructura fundamental del COI, comités olímpicos nacionales y federaciones.

En el caso de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) -cuyo máximo evento organizado son los Mundiales de Fútbol-, en 1996, “Joseph Blatter abrió la caja fuerte de los secretos y soltó prenda: la FIFA mueve más de 200 mil millones de dólares al año...”⁶ en el mundo, aumentados a 700 mil millones (700 millardos) de \$ en 1999.⁷ y ascendieron a 800 mil millones (millardos) de \$ en el 2000⁸.

b) **Los clubes o equipos profesionales**⁹: Organizadores de la segunda parte del espectáculo deportivo, eventos de disciplinas deportivas colectivas avalados por la ODM.

Los clubes o equipos son organizaciones que

⁶. Guerra Cristóbal. **El negocio de este mundo**. El Nacional 15-12-1996.

⁷. Guerra, Cristóbal. **Como la lucha libre**. El Nacional 09-01-2000, pp. B-4.

⁸. Guerra, Cristóbal. **El fútbol, según Chirinos**. El Nacional, 06-05-2001, pp. B-4.

⁹. Bonilla García, Josué. **Conflicto laboral en las Grandes Ligas** Revista sobre Relaciones Industriales y Laborales No. 31, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Caracas Enero-Diciembre de 1995.

reciben beneficios económicos, derivados del negocio (...) su funcionamiento administrativo se asemeja al de cualquier empresa del área de producción o servicios (...) se han convertido en complejas estructuras cuyas ramificaciones se extienden a lo largo del mundo, tratando de cubrir sus necesidades que no son otras que la de adquirir material humano con suficiente potencial;¹⁰

Y motorizan y participan de un conjunto de negocios que forman parte del espectáculo deportivo, y comprende “desde la venta de alimentos y bebidas, pasando por la fabricación de textiles, hasta la comercialización de derechos de televisión y la publicación de revistas especializadas en el deporte”,¹¹ publicidad de distinta naturaleza, etc.

Son los organizadores directos de una segunda parte del espectáculo deportivo, captando la atención de un volumen importante de la población mundial durante todo el año. El espectáculo cuenta con el aval, el visto bueno, de los organismos competentes de la Organización Deportiva Mundial (ODM), los cuales contribuyen con la legalidad del evento, suelen autorizar el cuerpo de árbitros y jueces y percibir algún tipo de ingreso.

El espectáculo comprende, entre otros, los siguientes eventos principales:

- **Fútbol**

Existen, según la FIFA, más de 250 millones de jugadores organizados en todo el mundo.¹² La Liga profesional de fútbol europeo es la más competitiva y de mayor inversión en el mundo. En España, en la temporada 2000-2001, los 20 clubes de

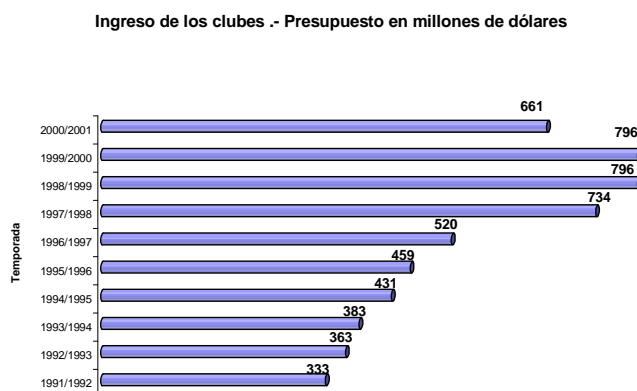
¹⁰. Bonilla García, Josué. **Conflicto laboral en las Grandes Ligas** Revista sobre Relaciones Industriales y Laborales No. 31, Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Caracas Enero-Diciembre de 1995, pp. 23/33/36. El autor se refiere a los equipos de béisbol, sus planteamientos son valederos y extensivos a los de cualquier disciplina deportiva: los equipos son empresas en pleno sentido de la palabra.

¹¹. *Íbid.*, pp. 28.

¹². Guerra, Cristóbal. **el fútbol, según chirinos**. el nacional, 06-05-2001.pp. b-4.

primera división gastaron aproximadamente 390 millones de dólares en nuevos fichajes de jugadores.¹³ Y, a fines de los años 90 del siglo XX, el fútbol como actividad económica aportaba el “uno por ciento del PIB, según estudio de la empresa auditora KPMG. La industria alrededor de este deporte genera aproximadamente 47.000 puestos de trabajo”.¹⁴ No en balde, Nike, en la campaña 2000-2001, cumple cinco temporadas consecutivamente como proveedor oficial del campeonato de primera y segunda división del fútbol español.¹⁵

Figura 01
Fútbol Profesional Español.
Ingreso de los clubes- Presupuesto en millones de dólares



Fuente: El Universal (2000)

Si el fútbol es importante económicamente en España, donde para el 2000 “aún los equipos son manejados a lápiz, en pasados de moda libros de contabilidad: **‘debe y haber, debe y haber’**”,¹⁶ su importancia se pierde de vista en Italia, que en 1999 “con una facturación de 12 billones de liras (unos 7.059 millones de dólares), es el

¹³. Galvis, Oscar. **la liga apuesta por estrellas propias**. el universal 09-09-2000, pp. 3-1.

¹⁴. Galvis, Oscar. **crece la industria**. el universal 09-09-2000, pp. 3-1.

¹⁵. Galvis, Oscar. **la liga...** artículo citado.

¹⁶. Guerra, Cristóbal. **a punta de billete**. el nacional 04-06-2000, pp. b-4.

duodécimo sector económico”¹⁷ y es donde, en el 2000, se hizo el campeonato más costoso del mundo, con dos de sus equipos fundamentales – el Roma y el Lazio - cotizando ya en la Bolsa de valores de Milán; y existen otros tres, Juventus, Milan e Inter, que tienen “a sus espaldas verdaderas multinacionales que no escatiman esfuerzos para potenciarlos”.¹⁸

En Inglaterra, en el 2001, el Manchester United era el club más caro del planeta, evaluado en unos 1.400 millones de dólares: primer equipo en cotizar en una Bolsa de valores, la de Londres; tuvo un presupuesto de 160 millones de \$ en la temporada 2000-2001, su afición comprendía 6 millones de fanáticos ingleses y 40 millones de otras partes del mundo; firmó un contrato de patrocinio con Vodafone, la principal empresa mundial de telefonía celular (por número de afiliados), valorado en 47 millones de dólares.¹⁹ Al cierre del ejercicio fiscal el 31-03-2001, obtuvo beneficios – antes de los impuestos - de 17,3 millones de libras, cifra récord, por el período del primer semestre. En el 2002, recibiría cerca de 30 millones de libras por derechos de TV, que le vienen del canal digital de pago SK y propiedad de New Corporation, de Rupert Murdoch.²⁰

¹⁷. Según investigación realizada por el club Parma, de la primera división del fútbol profesional italiano. Efe.

Fútbol italiano factura más de 7 millardos de dólares. El Nacional 20-11-99, pp. b-4

¹⁸. ap. **bajo el signo del dólar se inicia hoy el fútbol italiano.** el nacional 30-09-00, pp. b-11.

¹⁹. Galvis, Oscar. **el negocio en cifras.** El Universal. caracas 14-02-01, pp. 3-2.

Galvis, Oscar. **palmares de los socios** El universal. caracas 14-02-01, pp. 3-2.

Galvis, Oscar. **empresas de telecomunicaciones e internet entran en juego.** el universal. caracas 14-02-01, pp. 3-2.

²⁰. Efe. **Acciones del Manchester caen en la Bolsa.** El Nacional 20-04-2001, pp. b-4.

- **Béisbol**

La *Major League Baseball* (MLB) de EEUU es la Liga profesional de béisbol más competitiva y más importante económicamente, llamada comúnmente Grandes Ligas. Constituida por 30 equipos o franquicias que aún cuando operan como negocios independientes, todos se benefician de ingresos generados de forma centralizada.²¹ El valor de las franquicias de los equipos es de 4,2 millardos de dólares. Es un negocio que movió 3,5 millardos de dólares en el año 2000, proveniente de:²²

Boletería	970 millones de dólares
Derechos de TV (Contratos de la liga mayor con las cadenas nacionales)	950 millones de dólares
Derechos de TV (Contratos de los equipos con los medios locales)	840 millones de dólares
Consumo en los estadios	480 millones de dólares

La principal fuente de ingresos son los contratos con la televisión.

La MLB tiene una serie de contratos por cinco años con los siguientes canales de televisión: NBC (por un valor de 850 millones de dólares), FOX (585 millones de dólares), ESPN (850 millones de dólares) y FX, el canal deportivo de Fox (172 millones de dólares), para la transmisión de los juegos. Los contratos con Fox, FX y NBC expiran a finales del presente año²³.

En el 2000. A partir de 2001 la contratación se hizo con Fox y ESPN.

En el béisbol profesional estadounidense la inversión, en la fuerza de trabajo principal (en jugadores), es superior a mil millones de dólares al año. En el año 2000, en 16 equipos de un total de 30 fue de 993,1 millones de dólares.

²¹. **En juegos tres millardos de dólares.** El Universal 28-05-00, pp. 3-1.

²². **Los millardos del norte.** Revista Producto. Diciembre 2000 No. 207. Caracas pp. 22.

²³. **En juego tres millardos...** Artículo citado.

Los Yanquis de Nueva York es el equipo más costoso del béisbol profesional de EE.UU. y acaban de firmar un acuerdo comercial con el equipo de fútbol profesional Manchester United de Inglaterra. Su franquicia está evaluada en unos 1.000 millones de dólares. La “cifra que pagó la familia Steinbrenner (actual dueña de la insignia) a CBS por el equipo, en 1973, fue 10 millones de dólares. La más atractiva oferta la hizo en 1997 Donald Trump: 800 millones de dólares, y lo dejaron con el cheque frío”²⁴

- **Baloncesto**

La Liga profesional de baloncesto de EEUU, conocida como NBA, junto a la MLB del béisbol, constituyen las ligas más importantes del deporte profesional estadounidense,²⁵ ambas detentan las nóminas de jugadores más elevadas: el club Trail Blazers de Portland invirtió 124 millones de dólares en salarios de los jugadores en el 2000; es una de las nóminas más altas de la liga de baloncesto profesional estadounidense (NBA) y es 11 millones más cara que la mayor nómina del béisbol profesional ostentada por los Yanquis de Nueva York.²⁶

c) **Empresas privadas** organizadoras de la tercera parte del espectáculo deportivo, eventos de disciplinas deportivas individuales avalados por la Organización Deportiva Mundial.

Son los organizadores directos de una parte del espectáculo deportivo (Abiertos de Tenis y los Tours de Ciclismo), que capta la atención de un volumen importante de

²⁴. **Los millardos del Norte**. ...Artículo citado.

²⁵. Knight, Rebecca. **Béisbol hacia la globalización**. El Universal 28-05-2000, pp. 3-1.

EFE. **Rodríguez, Ramírez y Delgado valen 480 millones de dólares**. Meridiano, Caracas 13-12-2000, pp. 14.

²⁶. **Blazers no pueden con rol de favorito**. El Universal 21-11-2000, pp. 3-4.

la población mundial durante todo el año. El espectáculo cuenta con el aval, legitimidad, el visto bueno de la ODM

Los Abiertos de Tenis son grandes espectáculos lucrativos. Por ejemplo, el Abierto de EE.UU., en el 2000: repartía 15 millones de dólares en premios, fue transmitido por canales de TV de 161 países y atendido por algo más de 1.000 periodistas de todo el mundo²⁷;

(...) con un promedio de poco más de medio millón de espectadores en cada uno de los últimos cinco años, las ganancias de taquilla proyectan un aumento de 12,6%, De los 38,1 millones de dólares que se computaron en 1999, este año se calcula un monto de 42,9 millones de dólares (...).²⁸

d) **Empresas privadas independientes** de la Organización Deportiva Mundial, organizan la cuarta parte del espectáculo deportivo.

Los Abiertos de Golf y el automovilismo de la Fórmula 1 son los eventos principales organizados por empresas totalmente independientes de la ODM. Vienen creciendo sostenidamente como espectáculo y sus dos grandes símbolos como deportistas-competidores, Michael Schumacher en la F1 y Tiger Woods en el golf, se han ubicado entre los de mayores ingresos del mundo por la publicidad que movilizan. Y hasta es tema de debate entre especialistas cuánto han generado a las empresas que los han utilizado como propaganda para sus productos .²⁹

e).- **Empresas transnacionales de bienes y servicios patrocinantes del espectáculo deportivo: los “sponsors”.**

²⁷. AFP. **Olvidense del tenis, vamos a ver las estrellas.** Panorama, 04-09-2000, pp. 4-6.

²⁸. AFP. **Olvidense del tenis**..... Artículo citado.

²⁹. The Economist. **Tiger, el señor de los dólares.** Zona. El Universal 29-04-2001, pp. 8. traducción de Mario Bulfone.

REUTERS. **71 millones de dólares recibirá Schumacher.** El Nacional 12-10-2000, pp.B-4.

Sebastián, Miguel Ángel. **Schumacher: El deportista que más gana en el mundo.** El Universal, Zona, 18-03-2001, pp.8.

A cambio de publicidad para sus productos y/o marcas financian el espectáculo deportivo de la siguiente manera:

1) Compran a los organizadores del espectáculo el derecho a utilizar los símbolos y logos de los eventos deportivos, en la publicidad de sus productos y/o marcas. Una muestra de los patrocinadores o “sponsors” es la siguiente: a) Del Comité Olímpico Internacional (COI) en el período 1998-2000, financiaron los Juegos Olímpicos Sydney 2000: Coca-Cola, Visa, IBM, John Hancock Mutual Life Insurance Co., Eastman Kodak Co., McDonald’s Corp., Panasonic Inc, Samsung Inc., Xerox Corp, United Parcel, Inc y las revistas Sports Illustrated y Time. b) De la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), para el Mundial de Fútbol 2002: Adidas, Budweiser, Coca-Cola, Fuji Xerox, Fuji Film, Gillete, Hyundai, JVC, Korea Telecom, MasterCard y McDonald’s.³⁰

En el año 2001, el ingreso por patrocinio de los clubes profesionales europeos fue de: 8,9 millones de \$ en España, 13,4 millones de \$ en Italia y 9,2 millones de \$ en Inglaterra³¹.

2) Compran a instancias nacionales de la ODM el derecho a publicidad de sus productos y/o marcas, a través de la selección nacional de jugadores. La Confederación Brasileña de Fútbol (CBO), llamada “FIFA brasileña”, para el 2000 tenía un contrato de exclusividad con la Nike, recibiendo 400 millones de dólares en 10 años, a cambio de que los jugadores utilizaran productos NIKE en su uniforme.³²

³⁰. O’connell, Vanessa. **FIFA a la cancha publicitaria**. El Nacional 23-04-2001, pp.F-5.

³¹. Galvis, Oscar. **Origen de los ingresos**. El Universal, 09-09-01, pp. 3-1.

³². Guerra Cristóbal. **Brasil, Business & Investment**. El Nacional 30-04-00, pp. B-4.

3) Compran a los deportistas-competidores el derecho a utilizarlos en publicidad para sus productos y/o marcas. Puede ilustrarse en el siguiente cuadro:³³

Los Dólares del Deporte. Contratos Publicitarios (En millones de dólares)	
Los 10 mayores ingresos anuales, excepto contratos deportivos (1996)	Los 10 mayores Sponsor Inversiones (en 1996)
Michael Jordan 38 (Baloncesto)	Anheuser – Busch 143,25 (Bebidas)
Shaquille O’Neal 23 (Baloncesto)	Chevrolet 119,1 (Automóviles)
Arnold Palmer 16 (Golf)	Miller Brewing 95,68 (Bebidas)
Andre Agassi 15,8 (Tenis)	Ford 89,75 (Automóviles)
Jack Nicklaus 14,5 (Golf)	Mc Donalds 89,75 (Alimentos)
Grant Hill 14 (Baloncesto)	IBM 67,21 (Informática)
Joe Montana 12 (Fútbol Americano)	Toyota 57,28 (Automóviles)
Wayne Gretzky 8,75 (Hockey)	Procter & Gamble 56,71 (Jabón de lavar ropa)
Deion Sanders 6 (Fútbol Americano)	Nike 54,24 (Artículos Deportivos)
Hakeem Olajuwon 5 (Baloncesto)	American Honda 51,51 (Automóviles)

Cuadro 1

Los Dólares del Deporte. Contratos Publicitarios (En millones de dólares)

Fuente: Sports Business. AFP Infografía – P. Deré

f) **Un “sponsors” especial: las empresas transnacionales de artículos e implementos deportivos.**

ADIDAS y NIKE, son patrocinadoras de los principales eventos deportivos mundiales, de las selecciones nacionales de competidores y de los deportistas-competidores individualmente. Son las mayores empresas productoras de artículos e implementos deportivos en el mundo y las más importantes proveedoras de sus productos en cualquier espectáculo deportivo significativo mundialmente.

Operan como cualquier “sponsors”, con la particularidad de que sus productos son los únicos cuyo valor de uso se realiza directamente en la competencia deportiva.

³³. **Los dólares del deporte.** El Universal, Caracas 21-05-1997.

Los zapatos y la indumentaria de los jugadores, los balones, aros, cascos y demás implementos que utilizan los deportistas-competidores, son los únicos bienes cuya utilidad o uso directo (para lo que son comprados por los consumidores) se pone de manifiesto durante el desarrollo de la competencia.

g) Empresas transnacionales de medios de comunicación

Los medios de comunicación convirtieron al deporte moderno en un espectáculo y mantienen su difusión permanente – al instante, al momento de producirse – por el mundo entero.

Junto a las empresas transnacionales de bienes y servicios o “sponsors”, son los principales financistas del espectáculo deportivo porque compran a los organizadores del espectáculo deportivo el derecho a transmitirlo:

- El Comité Organizador (SOCOG) de los Juegos Olímpicos (JO) Sydney 2000, recibió 798 millones de \$ en ingresos por derechos de televisión, superando netamente los 568 de los JO Atlanta 96 y casi doblan los 440 de los JO Barcelona 92. En definitiva, los pagos por derechos de transmisión de los JO Sydney 2000 fueron de 1.332 millones de \$.
- La cadena de televisión NBC, filial del gigante industrial financiera y de medios de comunicación General Electric, compró por 460 millones de \$ los derechos de transmisión de los JO Atlanta 1996 y fue la que pagó más de la mitad del costo total de exclusividad de los JO Sydney 2000, 705 millones de \$. Vendió todos sus espacios publicitarios para Sydney 2000 por una cifra récord de 900 millones de dólares, lo que representa el aumento de un 32 % con respecto a los 680 millones de \$ que vendió

cuando transmitió los Juegos Olímpicos Atlanta 1996. Se estimó que los costos de producción del evento bordearán los 125 millones de dólares, por lo que la transmisión de los JO Sydney 2000 significó para la NBC una ganancia de unos 70 millones de \$.

Desde finales de la década del 90 del siglo XX, los medios de comunicación se han convertido en organizadores del espectáculo deportivo a través de la compra de los clubes profesionales más famosos, en las disciplinas deportivas de mayor demanda por el público.

La tendencia global a que dueños de medios adquieran equipos deportivos la consagró Rupert Murdoch, el magnate dueño de News Corporation³⁴, Fox Broadcast Network, SkyTV y otros negocios comunicacionales:

- En septiembre de 1998 se firmó un convenio de venta del club de fútbol inglés Manchester United con la BSK y B, imperio televisivo perteneciente, en un 40%, a la News Corporation, por cerca de 1.040 millones de dólares; con una participación de 9,9%, Murdoch era el mayor accionista minoritario del equipo.³⁵ Con la BSK y B tenía los derechos de transmisión del fútbol inglés hasta el año 2001, y antes de comprarlo había anunciado la creación de una cadena televisiva con el Manchester United; con la cadena de TV por suscripción o cable (SKyTV) tenía los derechos exclusivos de transmisión del fútbol británico.

³⁴. La News Corporation está señalada como la cuarta compañía de comunicaciones y entretenimiento más grande del planeta; ³⁴ es uno de los 4 grandes consorcios de Hollywood (los otros tres son AOL Time Warner, Viacom y Walt Disney); tiene diversos medios audiovisuales en Australia, EE.UU., Inglaterra y Asia; acumuló ganancias operativas por más de mil millones de dólares y factura 23.000 millones de dólares al año. REUTERS. **Magnate Murdoch será padre**. Panorama, 14-05-2001, pp.3-13.

Stiletano, Marcelo. **Hollywood puede detenerse**. El Nacional 15-04-2001, pp.B-8.

REUTERS. **Magnate Murdoch será padre**....Art. citado.

Galvis, Oscar. **Medios audiovisuales en el terreno de juego**. El Universal, Caracas, 27-09-1998, pp.3-14.

³⁵. Osio Cabrices, Rafael. **Los reyes del mambo**. El Nacional. Caracas 05-10-1998. Contraportada del cuerpo B.

- En EE.UU. era propietario de equipos profesionales: en el béisbol adquirió los Dodgers de Los Ángeles en 500 millones de dólares; en el baloncesto compró los Ángeles Lakers y en el hockey sobre hielo también tiene intereses.³⁶ A través de la cadena de televisión Fox, adquirió los derechos mayoritarios de transmisión del fútbol americano o NFL, béisbol de Grandes Ligas y hockey sobre hielo (NHL). “La cadena FOX se aseguró ayer los derechos exclusivos para transmitir los partidos de la postemporada y el juego de Estrellas de las Grandes Ligas entre el 2001 y el 2006, como parte de un contrato que asciende a 2.500 millones de dólares. La cadena también retuvo los derechos sobre el juego de la semana que transmite durante la temporada regular, la cual tiene seis meses de duración.”³⁷

- En Uruguay, a través de Sky, transmite (comparte el mercado con Directv) por cable los partidos de primera división del fútbol, y compró los derechos de transmisión nacional e internacional de la mayoría de los partidos del torneo colombiano, que pertenecían a las cadenas Caracol y RCN, por 20 millones de dólares y una vigencia de dos años.³⁸

A través de Sky Perfect Comunicaciones (empresa de New Corporation), Murdoch “negocia con la FIFA por más de 100 millones de dólares la transmisión de los partidos, pero sólo en TV por suscripción”,³⁹ en el Mundial de Fútbol Japón–Corea 2002.

³⁶. Galvis, Oscar. **Medios audiovisuales**.Artículo citado.

Visionario Rupert. Revista Producto. No. 207. Año 17. Diciembre 2000. Caracas, pp. 29.

Galvis, Oscar. **FIFA anunció su postura**. El Universal. Caracas 27-09-1998, pp.3-14.

³⁷. AP. **Cadena Fox pagará \$ 2,5 millardos por transmitir las Grandes Ligas**. El Nacional 29-09-00, pp.B-7.

³⁸. EFE. **Astro millonario y poderoso**. El Nacional 29-12-1997.

GALVIS, Oscar. **Medios Audiovisuales**Artículo citado.

Visionario Rupert.Artículo citado.

Galvis, Oscar. **Suramérica: mercado para explotar**. El Universal. Caracas 27-09-1998, pp 3-14.

³⁹. Galvis, Oscar. **Televisión por suscripción “invade” el Mundial**. El Universal Caracas 11-03-01, pp.3-5.

Al mismo tiempo reforzó su poder mediático-deportivo con la alianza entre el equipo de fútbol profesional inglés, Manchester United, del cual es co-propietario, y los Yanquis de Nueva York de EE.UU., el equipo de béisbol profesional más famoso del mundo.⁴⁰

En el resto de Europa, entre 1998 y 2001, en el fútbol, grandes empresas comunicacionales también están adquiriendo clubes profesionales importantes.⁴¹

América Latina y el Caribe es un escenario más de la pugna entre las transnacionales de la comunicación por controlar el deporte. Finalizando el siglo XX y comenzando el XXI se ha desarrollado una gran pugna entre Sky Latin American de Rupert Murdoch (New Corporation – FOX) y Panamerican Sport Network (PSN), por convertirse en la única red de TV codificada que transmita determinados eventos deportivos y eliminar la dispersión de televidentes, generada por la transmisión en canales de señal libre⁴²:

- PSN⁴³ en el año 2000 destinó 500 millones de dólares para comprar clubes deportivos.⁴⁴

⁴⁰. “(...) anunciaron la firma de un inédito acuerdo comercial que une al club futbolístico británico con la firma YanquiNetsd, empresa que maneja a los Yanquis de Nueva York (béisbol), Nets de New Jersey (NBA) y New Jersey Devils (Liga Nacional de Hockey sobre hielo) (...) los mueve un fin único: ampliar su base de negocios y, por consiguiente, sus millonarios ingresos”. GALVIS, Oscar. **Alianza Manchester-Yanquis, pionera en sinergia deportiva**. El Universal. Caracas 14-02-01, pp. 3-2.

⁴¹. Galvis, Oscar. **Panorama en el viejo continente**. El Universal 27-09-1998, pp. 3-14.

“El popular club londinense Arsenal anunció el martes planes para construir un nuevo estadio, que costará 100 millones de libras (142,7 millones de dólares). El club entregó al municipio local el proyecto de estadio de 60.000 asientos (...) HOK Sport, la firma de arquitectura que diseñó el Estadio Olímpico de Sydney, fue la encargada de proyectar el nuevo estadio, al que el Arsenal espera mudarse en el año 2004”. Ver a REUTERS. **El Arsenal construirá estadio de 142 millones de dólares**. La Verdad. Maracaibo 08-11-00, pp. B-1.

⁴². **El que tenga cable, que vea**. Revista Producto. No. 207. Año 17. Diciembre 2000. Caracas, pp. 28.

⁴³. Con sede en Nueva York y un centro de programación y producción en Miami, PSN operaba en el 2000 en “América Latina y Estados Unidos. Se transmite por el satélite Panamsat 5. Cubre 8 millones de hogares y estimaba cerrar el 2000 con 12 millones de suscriptores en América Latina (50 por ciento de ellos en Argentina), donde funciona como parte del consorcio Hicks & Liberty Media. De paso, entre las asociaciones de su chairman, Thomas Hicks, figura O Globo. Hicks & Liberty Media, a su vez, es parte del conglomerado Hicks, Muse, Tate & Furst (HMT&F), un fondo de inversión texano que se

- En Argentina, SkyLA, pagó 1,75 millones de dólares por los derechos exclusivos del campeonato de fútbol Sub 23 y en contrapartida, PSN (cuya tarifa pay-per-view equivale a seis dólares por partido) contrató la transmisión exclusiva de la Copa Mercosur, el fútbol italiano y las eliminatorias suramericanas y europeas de la Copa Mundial 2002.

- Para fortalecer a PSN, el consorcio HMT&F pretendió adquirir, por los próximos 10 años, los derechos de explotación comercial del club River Plate; la oferta fue de 235 millones. En Brasil, HMT&F logró el control de los equipos de fútbol Corinthians (que tiene 20 millones de seguidores) y Cruzeiro, para asegurarse la exclusividad respectiva a la pantalla de PSN, (el periódico Folha do Sao Paulo apunta que un televidente debe desembolsar en Brasil cerca de 35 dólares al mes por ver los partidos de fútbol en TV por suscripción. Ese monto equivale a 26 por ciento del salario mínimo vigente en el país). En Chile, Fox Sport, de Murdoch, o PSN permiten señal libre en los partidos de fútbol 4 horas después de salir ellos al aire.⁴⁵

- Por 50 millones de dólares, PSN obtuvo los derechos de transmisión de las carreras de Fórmula Uno, durante cinco años “para toda América Hispánica. Sólo en

asoció en 1997 con Gustavo Cisneros para crear la corporación Ibero American Media Partners (IAMP). Este último es un fondo de 500 millones de dólares que invierte en medios en América Latina, España y Portugal. Los activos del IAMP incluyen a Cisneros Televisión Group (CTG), que provee 14 canales de TV codificada a más de 6 millones de suscriptores, a lo largo de unos 1.000 operadores de sistemas de TV por cable. En Venezuela, HMT&F es accionista mayoritario de Intercable” **Quién es PSN**. Revista Producto.Artículo citado, pp. 28.

⁴⁴. **El que tenga cable, que vea**.Artículo citado.

⁴⁵. “SkyLA desató el candelero en Chile. Comenta Armando Faúndez, profesor de la Universidad Católica de ese país, que la Cámara de Diputados trató de impedir la transmisión exclusiva de los partidos de fútbol por TV privada. Y, a la fecha, lo único que logró fue el derecho de transmitir en señal libre los partidos, pero solamente cuatro horas después de haber salido al aire por Fox Sport o PSN”. Sobre las eliminatorias suramericanas y europeas a la Copa Mundial de Fútbol 2002, “arde el debate en la Cámara de Diputados, en defensa de la señal libre”. **El que tenga cable, que vea**.Artículo citado.

Argentina, hasta 1999, el canal Telefé (señal libre) destinaba 2,5 millones dólares al año por la exclusividad”.⁴⁶

Un actor fundamental, en América Latina y el Caribe, en ese proceso de control del deporte por los medios, es el grupo Cisneros de Venezuela⁴⁷, propietario de un vasto complejo comunicacional y socio de empresas transnacionales de la comunicación⁴⁸.

⁴⁶. *Ibíd* pp. 29.

⁴⁷. Propietario de más de 500 compañías y tiene ingresos consolidados superiores a 4 billardos de dólares anuales. Es el más poderoso de Venezuela y el de mayor inserción y relación con el capital transnacional estadounidense. Para el 2003 era el dueño de la “tercera fortuna más grande de América Latina, ocupa el puesto 78 en la tabla de Forbes de los 500 más ricos del mundo, con cuatro mil millones de dólares de patrimonio.” En el mercado nacional de consumo masivo controla la Cervecería Regional, Pizza Hut, Café El Peñón, NCR de Venezuela, FISA; Pueblo Xtra en Puerto Rico; 44 franquicias de Blockbuster en el Caribe, Panamco y 7 por ciento de Spalding. REYES, Gerardo. **Los dueños de América Latina**. Citado en **Cisneros se sentó**. Temas de Venezuela. Año 2 N. 83. Caracas. Del 25 de junio al 01 de julio 2004. pp.19.

⁴⁸ Gustavo Cisneros, en noviembre de 2000, expuso los siguientes datos de su negocio en las telecomunicaciones, en EE.UU.: 1) Univisión fue adquirida en diciembre de 1992 para atender el crecimiento explosivo del mercado hispano (32 millones de personas, 12% del país, en el 2000, con un poder adquisitivo de 443 billones de dólares); de allí surgió la asociación con Emilio Azcárraga, de Televisa, y Jerry Perengio. Para el año 2000 alcanza 93% de los hogares hispanos a través de 19 estaciones propias, 33 filiales de transmisión por aire y 1.093 filiales por cable. Es la principal cadena televisora en español y la quinta red televisiva, en EEUU. 2) Luego se le unió Galavisión, que es la principal red de cable en español, con 10 millones de suscriptores. Como complemento, se lanzó por Internet, IPS Univisión.com, que cuenta con cinco portales verticales: deportes, noticias, entretenimiento y diversión, canal comunitario y comercio electrónico.

En asociación con Hughes Electronics, constituyó Galaxy Latin América, para transmitir a través de DirecTV y DirecTV Latin América, creada en 1994. La negociación para crear la filial de DirecTV en Venezuela, es comentada por George Foyo, presidente de DirecTV Latin American: “Es uno de los mejores países en términos de crecimiento. Ya hemos crecido en más de 60%. Nuestra relación con el Grupo Cisneros se refuerza mucho más. Lo que estamos haciendo es un intercambio de acciones locales por acciones regionales. Es algo que también sucedió con nuestros socios de Argentina. De esta manera, Hughes Electronics conservará 70%, el Grupo Cisneros 25% y Clarín 5%. La operación con Venezuela y Puerto Rico no se ha cerrado aún, pero estamos en eso”. GÓMEZ, Robert Andrés. **DirecTV expande operaciones en la región**. El Universal 16-01-01. Caracas, pp. 3-8.

En 1997 compró –por 114 millones de dólares- Imagen Satelital, la compañía más grande de producción para canales de televisión por suscripción del Cono Sur.

A fines del 2000, DirecTV ofrecía 144 canales de programación continua, con un crecimiento de 68%, llegando a 1,3 millones de suscriptores en los últimos 12 meses. Gustavo Cisneros destacaba, por un lado, que al concluir el año, serían los primeros en combinar el entretenimiento vía satélite y vía Internet y, por la otra, que el valor de DirecTV –según varios estudios realizados por bancas de inversión reconocidas- era de 4,5 billardos de dólares.

Para diciembre 2000, el grupo Cisneros completa su complejo mediático con:

- Venevisión, Venevisión Continental, Venevisión Internacional, Caracol (Colombia), Chilevisión, Caribbean Communications Network (en Trinidad y Tobago posee el canal TV6, 60 por ciento de Granada Broadcast Network y un contrato de operación del canal estatal de

Cisneros y Hughes Electronics, a través de DirecTV Latin American, adquirieron los derechos exclusivos para televisión paga y abierta, circuitos cerrados y radio para Argentina, Chile, Colombia, México, Uruguay y Venezuela, de los mundiales de fútbol 2002 y 2006, con una inversión superior a los 400 millones de dólares. La negociación con la FIFA incluyó también los derechos exclusivos de transmisión del campeonato Mundial de Fútbol Sub-17, el campeonato Mundial Juvenil o Sub-21 ((ediciones 2001, 2003, y 2005), y las copas confederaciones hasta el

San Kitts; es dueño de los diarios The Trinidad Express y The Independent) e Ibero-American Radio Chile (la mayor red radial chilena).

- Es dueño de AOL Latin American (en partes iguales con AOL), elsitio.com, Eccelera (redes de datos corporativas), Artisticdirect Latin American (portal musical latino), RSL (telefonía de larga distancia); y posee una participación en Telefónica de Argentina, a través de su sociedad con HTM&F.
- Es dueño de los canales globales CI@se, HTV, Locomotion, Playboy TV Latin American, Playboy Iberia y Playboy International. Al adquirir Imagen Satelital, controló los canales argentinos de TV codificada Space, I-Sat, Infinito, Uniseries, Júpiter y Venus. A través de su sociedad con Hicks, Must, Tate & Furst, creó el fondo de inversión Ibero American Media Partners, encargado de desarrollar y comprar medios en América Latina, España y Portugal.

Su empresa matriz, Ibero American Media Partners (constituida en asociación con el fondo de inversión estadounidense Hicks, Muse, Tate & Furst Inc.), en el 2000, se fusionó con el portal argentino El Sitio, formando CLAXSON Interactive Group, para desarrollar programas y contenidos en español y portugués para televisión, radio e Internet. Ibero es la compañía matriz del Grupo Cisneros Televisión y la propietaria de estaciones de radio y televisión en Chile y en el Caribe (...) Los accionistas de El Sitio, incluido IAMP –que tiene una participación de 18% en el portal-, tendrán 41,5% de las acciones comunes de Claxson. La compañía combinada tendrá cerca de 109,5 millones de acciones, de las cuales 37% estarán en manos del Grupo Cisneros, 29% serán de Hicks Muse y 34% quedarán para los actuales socios de El Sitio. Claxson Interactive Group tendrá un directorio formado por 10 miembros nombrados por las compañías del Grupo Cisneros, dos designados por Hicks, Muse, Tate & Furst, en representación de los accionistas fundadores de El Sitio, el presidente ejecutivo de Claxson Interactive Group y tres directores independientes. Las compañías informaron que esperan completar la fusión en el primer trimestre de 2001.

Ver: REUTERS. **Empresa matriz del grupo Cisneros se fusiona con portal argentino.** El Sitio. El Nacional 31-10-2000.

Lo que hay en el holding. Revista Producto No. 207. Año 17. Diciembre 2000. Caracas, pp. 20. **El que tenga cable, que vea.** Artículo citado., pp.28.

Tovar, Florencia. **Grupo Cisneros invertirá \$ 200 millones este año en el sector telecomunicaciones.** El Nacional, 15-11-00, pp. F-1.

Reyes, Gerardo. **Los dueños de América Latina....**, ob-cit.

Serrano, Ignacio. **Nuevas garras.** El Nacional 19-04-2001, pp. B-1.

2005; además de la Copa Mundial Femenina del 2003⁴⁹. Adicionalmente, se cuenta los derechos de la música oficial, los emblemas, las marcas registradas y las mascotas.⁵⁰

En Venezuela, se asiste a un creciente control del principal deporte profesional de Venezuela (el béisbol profesional, que de octubre a enero en cada temporada mueve 10 millardos de bolívares⁵¹) por las empresas transnacionales de comunicación del Grupo Cisneros, con una exitosa estrategia articulada que ha comprendido:

1. Mantenerse a la vanguardia en el sector de las telecomunicaciones, invirtiendo 200 millones de \$ en el año 2000⁵²

⁴⁹. Esta negociación es parte de la estrategia programática o plan estratégico de crecimiento de DirecTV, que junto a un nuevo satélite y la instrumentación de la televisión interactiva, pretende conquistar la exclusividad en grandes eventos y captar a 5 millones de suscriptores, en un tiempo aproximado de 4 a 5 años. Junto a la exclusividad de otro macro evento musical, como el de Rock en Río de Janeiro 2000, busca convertirse en una opción fundamental de entretenimiento:

Con la televisión interactiva, ya lanzada en Brasil utilizando una muestra piloto de 1.000 suscriptores y con el lanzamiento de un tercer satélite al espacio (despegará en mayo y entrará en operaciones en septiembre 2001), y con una programación de macroeventos deportivos, musicales, etc., DirecTV, con 1,3 millones de clientes en América Latina y el Caribe, para un total de 27 mercados, intenta convertirse en la señal por excelencia de este continente.

Gómez, Robert Andrés. **Directv expande operaciones en la región**. El Universal, 16-01-2001, pp. 3-8.

Rondón Torres, Aglema. **Directv espera 10% de ganancia con la revancha del Mundial de Fútbol**. El Nacional, 15-01-2001, pp. F-2.

⁵⁰. Rondón Torres, Aglema. **DirectTV espera 10 % de ganancia con la revancha del Mundial de Fútbol**. Artículo citado

Galvis, Oscar. **Televisión por suscripción "invade" el Mundial de Fútbol**. El Universal 11-03-01, pp. 3-5. GÓMEZ, Robert Andrés. **DirectTV expande operaciones en la región**. Artículo citado

REUTERS. **Movimiento: La FIFA mantiene derechos de televidentes del mundo**. La Verdad. 11-03-01, pp. B-1.

DirecTV transmitirá más de 1000 horas de encuentros futbolísticos (...) El anuncio fue hecho desde Nueva York por Gustavo Cisneros, director ejecutivo de la Organización Cisneros; Michael Smith, director ejecutivo de Hughes Electronics (propietaria del 50% de DirecTV); Joseph Blatter, presidente de la FIFA; y Héctor Peña, desde ayer presidente de DirecTV Venezuela, quien se encontraba en Caracas (...) Ésta es la primera vez que un servicio de televisión satelital logra ganar estos derechos. Con ello, DirecTV espera convertirse, no sólo en el nuevo hogar de la Copa, sino en un icono mundial para la transmisión de eventos deportivos. 'La devoción latinoamericana por el fútbol no tiene paralelo, y queremos que ese público se dé cuenta de que DirecTV es el sitio donde debe ver la Copa', manifestó Gustavo Cisneros GÓMEZ, Robert Andrés. **DirectTV, la nueva casa del fútbol mundial**. El Universal. Caracas, 20-12-00, pp. 3-12.

⁵¹. **Un tigre quiere ser león**. Revista Producto. No. 207. Ob. cit., pp. 18.

⁵². TOVAR, Florencia. **Grupo Cisneros invertirá \$ 200 millones este año en el sector telecomunicaciones**. El Nacional, 15-11-00, pp. F-1.

2. La compra⁵³, en abril de 2001, por 9 millones de dólares (6.394 millones de bolívares),⁵⁴ el equipo de béisbol profesional Leones del Caracas.⁵⁵ Es el club beisbolista más exitoso, con 15 títulos nacionales ganados y una serie del Caribe.

3. La compra y modernización de la planta de producción⁵⁶ de Cervecería Regional, en 1992, le permitió, por una parte, el acceso directo a uno de los principales productos consumidos en los estadios y que más se asocia e identifica con la contemplación del béisbol en Venezuela, y, por la otra, tener una participación accionaria del 20% en otro equipo importante, Águilas del Zulia, disponiendo de mejores condiciones para avanzar en la conversión de patrocinante del béisbol profesional venezolano.⁵⁷

4.- Mantener una presencia fundamental en la transmisión televisiva. Su canal de TV convencional (Venevisión) conjuntamente con un canal exclusivamente deportivo, Meridiano TV, transmitieron exclusivamente la temporada de béisbol profesional 2001-2002, desplazando del negocio a uno (Televen) de los 3 canales de

⁵³. En pleno proceso de adquisición de los Leones del Caracas por parte de Cisneros, se especuló... “...que Efraín Muñoz, actual presidente de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional y asesor jurídico del Grupo Cisneros, ocupará un cargo muy importante en la nueva estructura gerencial de los Leones, a partir de la próxima temporada” FIGUEROA RUIZ, Carlos. **Leones y Grupo Cisneros concretarán negociación**. El Universal. Caracas, 13-01-2001, pp.3-2. Efraín Muñoz es un abogado venezolano que admitió y reconoció conocer, tener contactos y que le prestó o pretendía prestarle sus servicios profesionales a un rufián y delincuente como Vladimiro Montesinos, (responsable de asesinatos, de lavado de dinero del narcotráfico, traficante de armas, extorsionador, ex agente de la CIA, asesor de Alberto Fujimori en Perú y hoy preso en ese país) antes de su detención en Caracas y se desempeñó como presidente de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional de Venezuela, antes y en pleno caso Montesinos. RIVERO, Abraham. **Abogado venezolano admite que mantuvo contactos con Vladimiro Montesinos**. El Nacional 09-03-2001, pp. A-3. **Muñoz admite que conoce a Montesinos pero niega que lo haya protegido**. El Nacional. Caracas 06-03-2001, pp. A-2.

⁵⁴. Serrano, Ignacio. **Nuevas Garras**. El Nacional, 19-04-2001, pp. B-1.

Figueroa Ruiz, Carlos. **Acuerdo por todo lo alto**. El Universal. 19-04-2001, pp. 3-1.

⁵⁵. Figueroa Ruiz, Carlos. **Leones y Grupo Cisneros concretarán negociación**. El Universal. Caracas 13-01-2001, pp. 3-2.

Díaz Rangel, Eleazar. **La Curva del Gallo**. La Verdad. 14-01-2001, pp. A-2.

⁵⁶. Cisneros invirtió en el 2000 15 millones de \$ en la producción y 15 millones de \$ en publicidad. SAYAGO, Omaira. **Con música llanera y liquiliqui Cisneros inauguró línea 3 de Regional**. El Nacional 17-11-2000. Caracas, pp. F-2.

⁵⁷. **La Revancha por la fanaticada**. Revista Producto No. 207. Diciembre de 2000. Caracas, pp. 24. **Jardín de Ocho**. Revista Producto, N° 207, Ibíd., pp. 22.

televisión (el otro es RCTV) que monopolizan la audiencia televisiva del país. Televen, que también intentó comprar los Leones del Caracas,⁵⁸ compartía con Venevisión las transmisiones desde la temporada 1993-1994 y ofreció en esta oportunidad, infructuosamente, un millardo y 10 millones de bolívares.⁵⁹ La temporada regular 2005-2006, también fue transmitida por Venevisión, la semifinal, la final y la Serie del Caribe donde el equipo de Cisneros (Leones del Caracas) se tituló campeón.

5.- La eliminación del monopolio que mantenía históricamente Polar⁶⁰ en el patrocinio del béisbol profesional venezolano; hoy lo comparte Polar con Cisneros (Regional).

h) Los Estados nacionales

Aportan y mantienen en buena medida, las selecciones nacionales de deportistas-competidores que participan en eventos organizados (Juegos Olímpicos, Mundial de Fútbol...) por la Organización Deportiva Mundial.

Son sede de todos los eventos deportivos, independientemente de quien sea el organizador. Ser el anfitrión de un espectáculo deportivo significa para un Estado participar de una gran actividad económica, impregnada de amplia significación social y de profundas connotaciones políticas.

La sede donde se realiza el espectáculo deportivo involucra la participación en la preparación de instancias del Estado nacional, de instancias privadas y la instancia nacional correspondiente de la Organización Deportiva Mundial, reunidas en el comité

⁵⁸. Rodríguez, Carlos Valmore. **Televen ofrece 10,5 millones de dólares por los Leones del Caracas.** El Nacional, 31-03-2001, pp. B-2.

⁵⁹. Rodríguez, Carlos Valmore. **Cámaras en el diamante.** El Nacional 04-08-2001, pp. B-1.

⁶⁰. Empresas Polar es, desde 1951, el principal patrocinante del béisbol profesional venezolano; también es propietaria del 28,52% de Cardenales de Lara, uno de los equipos del béisbol profesional, a través de la empresa Ateven **Jardín de ocho...** Artículo citado. Polar invierte cada año “3,3 millardos de bolívares en la temporada profesional y los ocho equipos de la Liga se dividen, según su importancia, 45 por ciento de este presupuesto.” **La revancha...** Artículo citado.

organizador y articulados con la instancia supranacional de la Organización Deportiva. La naturaleza misma del espectáculo, la exigencia de permanente renovación, impacto y atractivo, hace cada vez más costosa y compleja la organización del espectáculo deportivo, estimándose que la escenificación de los eventos más importantes, jerárquicamente, quedará a cargo de las grandes potencias,⁶¹ tal y como sigue ocurriendo. La realización de un espectáculo deportivo importante, además de los costos que implica, produce un impacto económico en la ciudad o país que lo organiza. Ilustremos con los dos espectáculos deportivos más importantes, organizados por la Organización Deportiva Mundial:

- Los Juegos Olímpicos de Atlanta 96 ⁶²

El presupuesto total de Atlanta 96 fue de 1.700 millones de dólares y el movimiento general de dinero en torno del evento o impacto económico de los juegos fue de 5.100 millones de dólares.⁶³

- Los Juegos Olímpicos Sidney 2000

El gobierno de Sydney desembolsó 3.600 millones de dólares en obras urbanas.⁶⁴ Se estimó que los juegos aportarían a Australia unos 3.900 millones de dólares, teniendo efecto sobre su Producto Interno Bruto (PIB) desde 1994 hasta el 2000:

1994: Designación de Sidney

Crecimiento anual de 4,6%

2000: Juegos Olímpicos de Sidney

⁶¹. Cada vez resultan más complejos y costosos. El Universal. 12-07-1996.

⁶². Ídem.

Impacto millonario. El Universal. 12-07-1996.

⁶³. **Critican la desenfrenada...** artículo citado.

Impacto millonario... artículo citado. Rechazo a las acusaciones. El Universal. 20-07-1996.

⁶⁴. **Inversión astronómica.** El Universal. 15-09-2000, pp. 3-5.

Crecimiento anual de 4,4% (1er. trimestre de 2000)
Sin efecto en el crecimiento económico a partir de 2001.⁶⁵

En Australia para los juegos se realizaron 70.000 solicitudes de construcción por 1.900 millones de dólares, se esperaba crear de 5.770 a 7.000 nuevos puestos de trabajo al año y la llegada de 1,5-1,6 millones de turistas.⁶⁶

- El Mundial de Fútbol ⁶⁷

Para la organización del próximo mundial en el 2002, inicialmente “el Comité Organizador Japonés (...) aprobó un presupuesto cercano a los 13 millones de dólares para el año fiscal de 1998”.⁶⁸

i) Los deportistas-competidores

Los deportistas-competidores son los protagonistas del espectáculo deportivo, sin competidores no existe ningún evento deportivo. La naturaleza recurrente, sucesiva, constante, de las competencias y la exigencia permanente de mejores actuaciones, performances, que se traduzcan en la implantación de nuevos récords, han convertido a los deportistas-competidores en unos profesionales del deporte⁶⁹. Para el deportista-competidor su trabajo es dedicarse casi exclusivamente a prepararse para la competencia y competir.

⁶⁵. **Los efectos económicos.** Panorama 10-09-2000, pp.4-5.

⁶⁶. Ídem .

⁶⁷. Mazzei, Jesús Alfonzo. **Francia 98: Globalización, negocios y deporte.** El Universal 22-05-1998.

⁶⁸. **Camino al mundial: Presupuesto del siglo XXI.** El Universal. Caracas 24-03-1996.

⁶⁹. Estando al frente Juan Antonio Samaranch, el COI borra –en 1981- de la Carta Olímpica la palabra **Amateur**, y en 1984 “participaron tímidamente en los Juegos de Invierno de Sarajevo 1984, profesionales de hockey sobre hielo. Pero, dos años más tarde quedó formalmente abandonado el histórico amateurismo olímpico, cuando el Comité Olímpico Internacional (COI) decidió eliminar las palabras **amateur y profesional** de la Carta Olímpica que regula los juegos modernos, limitándose a señalar en su reglamentación que cada nación puede seleccionar a sus mejores atletas”. NOTAS OLÍMPICAS. **Los Juegos de Atlanta serán los más profesionales de la Historia.** El Espectador. Deportes. Valencia–Venezuela 10-07-1996, pp. 28.

Junto con el siglo se eclipsa el amateurismo. El Universal. Caracas 19-07-1996.

Critican la desenfundada... Artículo citado.

Samaranch logró... Artículo citado.

El deportista-competidor es un profesional cuyo trabajo es el deporte y perciben ingresos o recompensas por su labor por distintas vías o figuras laborales.

Se pueden precisar 4 grandes modalidades laborales para el deportista-competidor en el mundo:

Caso 1: Percibe un sueldo como jugador de un club o equipo profesional y una remuneración por su actuación -en la selección nacional de su país- en eventos organizados por la ODM (Juegos Olímpicos, Campeonatos Mundiales..) ⁷⁰ . En el siguiente cuadro se muestra cómo pagaban los países a sus deportistas-competidores, según los resultados obtenidos en los Juegos Olímpicos Atlanta 1996:

Cuadro 2

PAÍS	ORO	PLATA	BRONCE
Israel	166.000	100.000	66.000
México	123.000	74.600	30.000
España	80.000	40.000	24.000
Chile	50.000	30.000	15.000
Francia	50.000	23.300	15.500
Australia	40.000	24.400	12.000
Polonia	23.000 (más un Fiat 500)	15.000	11.000
Rep. Checa	23.300	13.300	10.000
Venezuela	21.000	15.000	10.000
Suiza	12.000	10.000	8.000

Atletas son estimulados con premios millonarios. El Universal. Caracas 15-07-1996.

Deporte aficionado recibirá otro duro golpe. El Universal. Caracas 17-07-96.

PODIUM. El Universal. Caracas 24-07-1996.

Breves: Nigeria optimista. El Universal. Caracas. 14-07-1996.

En los JO Sydney 2000, por ejemplo: la pesista colombiana, María Isabel Urrutia, por su medalla de oro recibió 50.000 \$, mientras la mexicana Soraya Jiménez, también pesista, percibió 50.000 \$ y una beca vitalicia de 500 \$ al mes; cinco millones de bolívares (moneda nacional) recibió cada uno de los atletas venezolanos más destacados: Adriana Carmona (tae kwon do), quinto lugar, Daniela Larreal (ciclismo), sexto puesto, Julio Luna (pesas), octavo, María Alejandra Vento y Milagros Sequera (tenis), quinto lugar. Son sólo una muestra de las remuneraciones de los países a sus atletas. REUTERS. **US\$ 50 mil por la medalla de oro.** El Heraldo. Barranquilla – Colombia 21-09-00.

Austria	11.500	9.300	7.300
China	10.000	6000	3.500

Fuente: El Universal (1996)

Caso 2: Percibe remuneraciones por su actuación -en la selección nacional de su país- en eventos organizados por la ODM y por su desempeño en eventos –avalados por la ODM-organizados por empresas privadas (Abiertos, ...).

Caso 3: Percibe un sueldo y una remuneración por su actuación en eventos organizados por empresas privadas independientes de la ODM: los pilotos de la F1 tienen un contrato con las escuderías y beneficios según la posición alcanzada en las competencias.

Caso 4: Comprende los casos 1⁷¹ y 2⁷² en el deporte cubano, con la diferencia de que en Cuba el Estado interviene -representando a la sociedad- en el proceso de percepción de ingresos del deportista-competidor porque se parte del criterio de que es el producto de una gran inversión social. La mediación del Estado permite, por una parte, recuperar la inversión social realizada y, por la otra, la asignación de beneficios sociales (educación, salud, recreación, confort....) que le permiten al deportista-competidor mantenerse como profesional del deporte, garantizándole dichos beneficios aún después de su retiro.

Estos escenarios laborales se alimentan, interactúan, se complementan y, hasta en algunas oportunidades, se contradicen. Pero, siempre se resuelve la contradicción

⁷¹. El beisbolista Omar “niño” Linares, una de los mejores jugadores de la Cuba socialista, ha participado como miembro de la selección nacional en campeonatos mundiales y jugó en clubes profesionales japoneses.

⁷². Javier Sotomayor, participante victorioso por su país en los Juegos Olímpicos y en los más importantes torneos Invitacionales y Grand Prix de atletismo.

porque componen una unidad inseparable e indivisible; son elementos fundamentales de la gran empresa transnacional del espectáculo deportivo.

El deportista –competidor exitoso, triunfante, ganador, percibe otros ingresos por facilitar su imagen para hacer publicidad a los productos-marca de las empresas de bienes y servicios (ver cuadro presentado en las empresas de patrocinio o “sponsors”). La ratificación permanente de su éxito con triunfos continuos es lo que incrementa constantemente su valor en el mercado publicitario con sus *sponsors*, el cual es directamente proporcional a los éxitos reiterados espectaculares que tenga en la competencia deportiva.

Pero, los elevados ingresos de la élite de deportistas-competidores triunfadores suele opacar –por efecto y acción deliberada de los medios de comunicación- la desfavorable condición y situación laboral de la mayoría de los deportistas-competidores, que es poco conocida y publicitada. Veamos el caso de Brasil:

Cuadro 3
Deportistas-competidores profesionales de Brasil (2000)⁷³

Sueldo mensual (en \$)	No. de jugadores	%
75 (*)	5.389	44,91
75-150	4.995	41,63
150-375	600	5
375-750	335	2,79
750-1500	180	1,5
más de 1500	402	3,35

Fuente: Diario Frontera de Mèrida (2001)

(*) Un salario mínimo era igual a 151 reales o 75 dólares.

⁷³. AFP. **Futbolistas a granel**. Frontera, Mérida-Venezuela 24-03-2001, portada del cuerpo de deporte (artículo elaborado con datos tomados de la la Confederación Brasileña de Fútbol, CBF). Comenzando el 2001 en Brasil existían 800 clubes y 12.000 jugadores y entre 1990 y 2001, 4.287 jugadores brasileños fueron transferidos al exterior, mientras que 1.428 extranjeros fueron contratados por clubes brasileños, entre 1996 y 2001. Idem.

Un elemento constante en las relaciones de trabajo de los deportistas-competidores con los clubes, es la inexistencia de libertad absoluta de contratación, existiendo severas regulaciones y limitaciones (afectan más negativamente a los jugadores que no son estrellas victoriosas) al respecto, que se traducen en reducciones de los beneficios laborales. A pesar de que se han obtenido importantes logros, producto de protestas y luchas de los jugadores, las cuales muchas veces han sido reprimidas por los clubes (apoyados casi siempre por la Organización Deportiva Mundial) con medidas que van desde minimizar los beneficios laborales hasta el boicot o veto para la contratación del (los) disidente(s) que protesta(n)⁷⁴.

j) **El público-consumidor:** Es a quien se dirige todo el espectáculo deportivo.

El fin último del deporte es convertir a todos los habitantes del planeta tierra en unos fanáticos del deporte, que se coloquen frente a un televisor a contemplar atentamente todos los mensajes latentes y manifiestos difundidos en el paquete del espectáculo, de manera tal que afecte decisivamente su conducta como consumidor. En otras palabras, se trata de que el público al contemplar el espectáculo quede

⁷⁴. Para el caso de béisbol profesional de EEUU, ver a:

Figueroa Ruiz, Carlos: **Sucesivos conflictos**. El Universal 16-04-2001, pp.3-4.

Fantasma de huelga ronda por los campos.. El Universal 16-04-2001, pp.3-4.

En el fútbol profesional europeo y latinoamericano, ver:

Díaz, Fanor. **Los goles de oro**. El Nacional. 31-08-1997, pp. H-10;

AP. **Bosman recibirá compensación de 464 mil dólares**. El Nacional. 23-12-1998, pp. B-4;

Galvis, Oscar. **Unión Europea pone en jaque al fútbol**. El Universal, 05-09-2000; EFE. **FIFA, UEFA**

y la Unión Europea llegan a acuerdo en legislación comunitaria. El Nacional, 25-03-2001, pp. B-3;

EFE. **FIFA y la Comisión Europea alcanzaron un acuerdo sobre los traspasos**. El Nacional, 06-03-

01, pp. B-6; **Latinoamérica se encuentra en desventaja**. El Universal, 05-09-2000. **Modelo Español: sí pero no**. El Universal. 05-09-2000.

GaleanO, Eduardo. **Pierna de obra: Brasil en peligro ante Francia 98**. El Nacional. Caracas 31-08-

1997, pp. H-10; EFE. **Pelé trabaja para aprobación de su ley**. El Nacional. Caracas 21-09-1997, pp. B-3;

Habrá temporada en la NBA El Nacional 07-01-1999.

Sí va El Nacional 07-01-1999, pp. B-1;

enganchado, apegado y condicionado con actitudes favorables como consumidor hacia los bienes y servicios propagados o publicitados en el evento deportivo.

2.2. La empresa deportiva transnacional atípica de espectáculo y entretenimiento.

La transnacionalización o globalización de la economía y de toda la sociedad ha traído aparejada la transnacionalización deportiva, teniendo como resultado la conversión del deporte en una atípica empresa transnacional productora de espectáculo y entretenimiento (en adelante EDTEE).

La EDTEE funciona y opera, en sus distintas instancias orgánicas, con la lógica, dinámica y orientación de cualquier empresa transnacional: su objetivo es producir un espectáculo contemplado masivamente (directamente en los estadios e indirectamente a través de la TV) y crecientemente rentable; todas las unidades económicas, excepto el público-consumidor y los deportistas-competidores no exitosos, utilizan empresas o divisiones de marketing; aplica la ciencia y la tecnología más avanzada en el mundo en todas las dimensiones del espectáculo (organizativa, gerencial, administrativa, logística, financiera, competitiva, médica y comunicacional).

La EDTEE se diferencia de las demás transnacionales en:

1.- Es un vasto complejo industrial integral formado por unidades económicas interdependientes e independientes. Trabajan articuladamente, cumplen una tarea específica en todo el engranaje deportivo, en función de garantizar la meta fundamental: el éxito del espectáculo traducido en crecimiento de la rentabilidad económica, en mayores beneficios obtenidos por cada unidad económica. No existe un centro único de decisión, el poder está fraccionado entre sus distintos componentes y por eso las decisiones son el resultado de negociaciones de distinta naturaleza.

Aún cuando las decisiones son negociables y no existe un centro único de poder, unos actores económicos tienen más poder, dependiendo de la función que cumplen en el espectáculo. Las unidades económicas de mayor poder son: el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) en la Organización Deportiva Mundial; un reducido grupo de poderosos clubes o equipos profesionales de fútbol, béisbol y baloncesto, disciplinas deportivas de mayor demanda mundial por parte del público-consumidor; las empresas organizadoras de los Abiertos de Tenis, Tours de Ciclismo, Invitacionales y Grand Prix de Atletismo, Abiertos de Golf y de la Fórmula 1 en el automovilismo; los Estados nacionales cuyas selecciones nacionales y deportistas-competidores individuales tienen protagonismo mundial; grandes empresas transnacionales de medios de comunicación, de bienes y servicios-patrocinantes o “sponsors” y de artículos e implementos deportivos.

2.- Es totalmente monopólica. Es única, no tiene competidores, ostenta el monopolio exclusivo de la producción del espectáculo deportivo. No existen dos o más versiones del mismo evento deportivo en la misma época.

3.- Su área de influencia es el mundo entero. Todos los países cuentan con su organización deportiva y contemplan los espectáculos. El planeta entero está afectado por la lógica y la dinámica deportiva.

El deporte es ante todo y sobre todo, un negocio transnacional más, que reproduce la diferenciación, la desigualdad mundial, existente en lo económico, político, militar, científico-técnico-tecnológico, financiero, etc. Las principales potencias mundiales (el Grupo de los Nueve: EE.UU., Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, Japón, Canadá, Rusia y China.) concentran el poder en el deporte., tanto en la

apropiación de la mayor cantidad de medallas repartidas en los principales eventos deportivos, como en los beneficios económicos producidos por los mismos.

En los JO Modernos, período 1896- 2000 (sin incluir Atenas 2004), de 9.452 medallas repartidas, el Grupo de los Nueve ha obtenido 6.643, más de las dos terceras partes (70,2%); los 18 países más ganadores de medallas son de Europa, EE.UU, Australia, Japón y China; Cuba es el único país tercermundista que aparece entre los 20 primeros ganadores de medallas, ocupando el puesto 18. En los JO de 1996 y 2000, se ratificó la distribución desigual, poco equitativa de medallas⁷⁵: En el siguiente cuadro se observa la distribución de medallas

Cuadro 3
Distribución de medallas por grupo de países

Países	Atlanta 1996	Sidney 2000
Grupo de los Nueve.....	47,7%	46,6%
Grupo de los 70.....	52,3%	53,4%
La mayoría mundial excluida: el Grupo de los 120.....	0	0

Fuente: Eloy Altuve ((2002)

La mayoría de los deportistas-competidores ganadores en los JO (y en la mayor parte de los espectáculos deportivos más importantes) provienen de naciones del Grupo de los Nueve, y son, precisamente, estos triunfadores, exitosos, los que más

⁷⁵. El Grupo de los Nueve –que son el 4,5% del total de países- obtuvo casi la mitad de medallas. En contrapartida, la mayoría mundial excluida que constituye el 60% de los países participantes (118 en Atlanta 1996 y 120 en Sydney 2000) no alcanzaron ninguna medalla. El 35% de países restantes, el Grupo de los 70, obtuvo la otra mitad de medallas.

Los cálculos fueron elaborados a partir de:

Las 10 potencias olímpicas. Panorama 02-10-2000, pp.4-1.

Cuadro de medallas. Panorama 02-10-2000, pp.4-1.

- **Tablero de medallas.** Panorama 03-09-2000, pp.4-1.

- **Latinoamérica en 100 años.** El Universal 17-09-2000, pp.3-6.

- Donbosco Assis. **A verdadeira dor de atleta o esporte a serviço do poder econômico.** Edigáo Pulsar. Brasil. 1997. Pp.251-256.

- **Medallero compartido entre Atlanta y Sidney.** El Mundo, Caracas 02-10-2000.

- REUTERS. **Latinoamérica también superó su actuación en Atlanta.** La Verdad, 02-10-2000, pp. B-2.

- **Cuadro de medallas. Sidney 2000.** El Universal, 02-10-2000, pp.3-1.

posibilidades tienen de acceder a los grandes contratos publicitarios.. Si a ello le agregamos que las empresas de artículos e implementos deportivos, “sponsors” y los medios de comunicación, provienen de ese grupo de países, y que los eventos deportivos más importantes del mundo, también se hacen allí, nos encontramos ante un ciclo económico que empieza y termina en EEUU, Europa, Japón y China.

En definitiva, el mayor volumen de ganancias producidas por el deporte se concentra en la Organización Deportiva Mundial y en empresas transnacionales (de bienes y servicios que actúan como “sponsors”, medios de comunicación y de artículos e implementos deportivos), Estados nacionales y deportistas-competidores de EEUU, Europa, China y Japón.

2.3.- Deporte-medios-poder económico y poder político

La pugna por el control de la exclusividad en las transmisiones del espectáculo, convirtió al deporte en un escenario social más de la guerra a muerte que mantienen los grupos industriales-financieros⁷⁶ transnacionales por el control de los recursos de los multimedia y la autopista de la información.

Esa imbricación del poder financiero con el poder comunicacional, que ya llegó para quedarse y se expande por el deporte, convierte a los magnates de la comunicación en los llamados

nuevos dueños del mundo (...) a sus ojos, el poder político no es más que el tercer poder. Primero está el poder económico, después el mediático, y cuando se poseen los dos, apoderarse del político no es sino una formalidad.⁷⁷

⁷⁶. Entre otros grupos: Ted Turner (CNN), Rupert Murdoch (New Corporation Limited), Bill Gates (Microsoft)), Jeffrey Vinik (Fidelity Investments), Robert Allen (ATT), Steve Case-Gerald Levin (American Online-Time Warner)... . DÍAZ RANGEL, Eleazar. **De los amos de la prensa a los nuevos dueños del mundo**. Edición aniversario del diario El Globo. Caracas 22- 11-1996, pp.14.

La fusión más significativa de la historia hasta inicios del 2000 fue la compra de todas las acciones de Time Warner por parte de AOL y expresa la disputa entre esos grupos. **Líderes en la era de la información**. El Universal 18-01-2000, pp.2-8.

⁷⁷. Citado por Díaz Rangel, Eleazar. **De los amos...** artículo citado.

Silvio Berlusconi es un ejemplo ilustrativo: primer ministro italiano que llegó al poder nuevamente en el 2001, dueño de las tres cadenas privadas de televisión con alcance nacional (Canal 5, Rete 4 e Italia), de la mayor casa editorial y un diario, propietario del club de fútbol Milán y varias empresas inmobiliarias y financieras, el hombre más rico de Italia.⁷⁸

En Venezuela, el poder mediático jugó un papel protagónico, decisivo, en los acontecimientos que desembocaron en el fallido golpe de Estado del 11-4-2002 contra un gobierno democrático legalmente constituido, en el golpe mismo y en la instalación del gobierno de facto que duró menos de 48 horas.

Y el grupo Cisneros (el más poderoso de Venezuela en medios de comunicación y uno de los más importantes en América Latina y el Caribe, y que ya está irrumpiendo en el deporte) fue el elemento central de esa intervención mediática en la política.

Cuando el gobierno –legítima y legalmente constituido- del Presidente Hugo Chávez ordenó sacar del aire a los principales canales privados de TV convencional el día del golpe, 11-04-2002, en horas de la tarde, la medida no surtió efecto y siguieron transmitiendo a través del sistema de televisión satelital de DirecTV, del Grupo Cisneros. Héctor Peña, presidente de DirecTV explicó cómo lo hicieron:

Sucede que la señal de los canales privados no llega a DirecTV a través de las antenas de Los Mecedores controladas entonces por el gobierno, sino por tres vías opcionales: la transmisión por microondas, los satélites Insat o Panansat y el cable de fibra óptica, que es el que nos conecta específicamente con Venevisión (...). Si falla alguna de esas vías, hay una opción adicional: tenemos equipos para tomar la señal dispersa en el aire, procesarla, digitalizarla y enviarla al satélite que lleva la imagen de DirecTV a todos los rincones del país.⁷⁹

⁷⁸. Negrón, Nina. **La fuerza de II Cavaliere**. El Nacional, 15-05-2001, pp. A-8.

⁷⁹. Correia, Alexis. **Directv garantizó el derecho a la información**. El Nacional 13-04-2002. pp. B-12.

El poder del medio es tan grande que, en caso de que el gobierno democrático venezolano ocupara DirecTV, estaban en condiciones de seguir transmitiendo: “Si el gobierno tomaba DirecTV, todavía teníamos una última alternativa de emergencia: elevar la señal de Venevisión al satélite a través de unas antenas ubicadas en México DF”.⁸⁰

En definitiva, el poder financiero-comunicacional se fortalece al irrumpir y ejercer más influencia en el deporte, disponiendo ahora de mayores y más amplias posibilidades de un control político cada vez más directo.

Conclusiones

1. El deporte es una actividad económica cada vez más importante, considerada como una de las cuatro grandes industrias de la contemporaneidad, junto al petróleo, la industria automovilística y las comunicaciones⁸¹. Es una empresa transnacional atípica productora de espectáculo y entretenimiento.

La inexistencia de pérdidas y la elevada y creciente rentabilidad es una constante en el deporte como acto económico: todo espectáculo deportivo importante mundialmente produce crecientes ganancias.

En la realización o ejecución del deporte como actividad económica, convergen o intervienen las principales industrias puntas del mundo globalizado: los medios de comunicación que difunden y financian todo el espectáculo deportivo y organizan una parte de los eventos de los clubes profesionales; las principales empresas de producción de vehículos son los protagonistas de una parte fundamental del espectáculo deportivo, del automovilismo de la Fórmula 1, porque son los

⁸⁰. Ídem.

⁸¹. Guerra, Cristóbal. **En busca de la alegría perdida**. El Nacional. Caracas 24-05-1998, p.p. B-4.

constructores de los carros de competencia y las escuderías (equipos) competidoras; y las empresas petroleras que comienzan a involucrarse fungiendo de patrocinadores del espectáculo deportivo.

2.- Por efecto y acción de las empresas transnacionales de la comunicación, el deporte se ha tornado indispensable en el mundo y se ha convertido en uno de los pocos escenarios sociales más reconocidos de igualitarismo absoluto, siendo percibido como un modelo ideal de convivencia humana. Ha ampliado y perfeccionado su función ideológica de ser percibido como un oasis de tranquilidad e igualitarismo, una actividad para la paz, de fraternidad, de competencia leal y sana, en un mundo cada vez más signado por las marcadas diferencias socio-económicas y los conflictos. Se ha legitimado institucionalmente, es socialmente aceptado y asumido de manera indiscutible e incuestionable como el escenario perfecto, ideal, de confrontación y convivencia humana; es concebido como un antídoto, una medicina contra el enfrentamiento y el conflicto social⁸².

Paradójicamente, existe una percepción generalizada del deporte como modelo ideal de convivencia humana, de igualitarismo absoluto, a pesar de que:

- Hasta donde se tiene conocimiento el deporte no ha evitado, de hecho, ningún conflicto importante entre países⁸³. Ni ha tenido ni tiene ningún efecto significativo real en el fortalecimiento de la paz mundial.

⁸². Esto fue reiterado en los JO Atenas 2004 con el halago del Papa a las Olimpíadas y la participación de atletas provenientes de países protagonistas de los principales conflictos bélicos mundiales (Afganistán, Israel, EE.UU., Iraq...) . Altuve, Eloy. **Juegos Olímpicos Atenas 2004: ¿Cuál paz, igualdad, unidad, fraternidad?**. 23 de Agosto 2004. www.idip.ws .

⁸³. Para lo que si ha servido, es como propaganda que ayuda a preparar la opinión pública para aceptar los acuerdos a firmarse entre países cuyos dirigentes adelantan negociaciones políticas complejas o difíciles: en la “guerra fría” los famosos encuentros de tenis de mesa, la llamada “diplomacia del ping pong”, que se hicieron en pleno proceso de distensión entre EEUU y China, no fueron la razón de la distensión, más bien le sirvieron de propaganda .

- Es y será un elemento más de exclusión y diferenciación en la globalización porque en términos de apropiación de ganancias y de resultados de las competencias, se reproducen las abismales diferencias que existen entre los países en lo económico, político, militar, científico-técnico, cultural.

3. El espectáculo deportivo se ha convertido en una importante alternativa – socialmente reconocida y valorada positivamente- para canalizar el tiempo libre de la población, en la sociedad globalizada o transnacionalizada. Es uno de los fenómenos donde mejor se expresa la llamada cultura de masas.

Esa creciente institucionalización del deporte como escenario masivo de canalización del tiempo libre se explica porque es la única actividad social que concentra la atención mundial simultáneamente en determinados períodos: la final del Mundial de Fútbol es contemplada en el mundo entero. Esto se logra por la concatenación perfecta en el fenómeno deportivo de la sencillez con la máxima complejidad:

- El acto competitivo, el espectáculo deportivo, es manejado y difundido masivamente por los medios de comunicación, extensiva e intensivamente, haciéndose muy simple de comprender por cualquier persona que al apropiárselo se convierte en un espectador. La sencillez para entenderlo unido con la identificación con la camiseta, el equipo, el país, el continente... y con el código lingüístico deportivo, gestos, señales, signos, crea un enganche, un apego, del espectador con el deporte. Es extremadamente fácil acceder al espectáculo deportivo y convertirse en espectador.

- En contrapartida, es desconocido y casi imposible de percibir para el espectador las relaciones de poder que se manejan en el complejo proceso de negociación entre las distintas unidades económicas de la empresa deportiva transnacional, para preparar el

espectáculo deportivo. El espectador lo único que percibe es la casi perfección total en el espectáculo que contempla.

Es cada vez más cotidiana, diaria, la presencia del deporte en la vida moderna. Es perfectamente registrable la cotidianidad moderna como sucesión ininterrumpida de espectáculos deportivos. El maratón de San Silvestre-Brasil que se realiza entre el 31 de diciembre y el 1 de enero, cierra el ciclo anual de competencias deportivas del mundo e inicia el nuevo ciclo que se extiende casi diariamente. Presentemos sintéticamente la omnipotente presencia del deporte hoy en la cotidianidad:

a).- Principales eventos organizados por la ODM:

Organismo	Evento
Comité Olímpico Internacional	Juegos Olímpicos
Federación Internacional de Fútbol Asociado	Mundial de Fútbol
Federación Internacional de Atletismo	Mundial de Atletismo
Federación Internacional de Baloncesto	Mundial de Baloncesto
Federación Internacional de Béisbol	Mundial de Béisbol
Federación Internacional de Volibol	Mundial de Volibol

b).- Principales eventos organizados por los Clubes Profesionales:

Organismo	Evento
UEFA (equipos de fútbol europeos)	Campeonatos Nac. Europa
Equipos fútbol de América Latina	Campeonatos Nac. de AL
UEFA y equipos de AL (desde 2005 incluye todos los continentes)	Mundial Interclubes de fútbol
NBA (Baloncesto profesional de EEUU)	Campeonato de EEUU
MLB (Béisbol profesional de EEUU o Grandes Ligas)	Campeonato de EEUU

c).- Principales eventos organizados por organismos empresariales privados con la aprobación de la ODM:

Organismo	Evento
Federación de Atletismo	Grand Prix e Invitacionales
Federación Internacional de Ciclismo	Tours
Federación Internacional de Tenis	Abiertos

d).- Principales eventos organizados por organismos empresariales privados, independientes de la ODM:

Organismo	Evento
Federación Internacional de Automovilismo	Fórmula 1
Asociación Internacional de Golf	Abiertos

Además de esa sucesión ininterrumpida de eventos deportivos, el deporte está presente en la vida cotidiana en los medios de comunicación (existencia regular de programas deportivos en la radio y la TV, los noticieros radiales y televisivos diariamente tienen una sección deportiva, igualmente los periódicos tienen un cuerpo de deporte) y en la educación, donde ha venido suplantando a la educación física, la cual ha venido asumiendo la lógica, orientación, objetivo y dinámica deportiva.

4.- La globalización del deporte, entendida como crecimiento cualitativo y cuantitativo de la empresa deportiva transnacional de espectáculo y entretenimiento, se profundiza con:

- La creación en el 2005 del Campeonato Mundial de Clubes de Fútbol. Hasta el 2004, los clubes campeones de Europa y América Latina se enfrentaban y el ganador

se erigia como campeón intercontinental de clubes. En el 2005, se cambió el formato de competencia, incorporando a los campeones de clubes de todos los continentes y el ganador se erigió como campeón mundial de clubes.

- La realización en Marzo 2006 del Primer Campeonato Mundial de Béisbol (Copa Mundial), organizado por la directiva del béisbol profesional de EEUU, la MLB⁸⁴, cuenta con la participación de un grupo de selecciones nacionales de deportistas-competidores provenientes de todos los continentes. Este evento es único, porque los campeonatos mundiales de cada disciplina deportiva (de atletismo, fútbol, baloncesto, volibol) son organizados tradicionalmente por la ODM (federación internacional respectiva), y en este caso, la directiva de los clubes profesionales de un país es el organizador de un evento mundial de selecciones nacionales. Ha pasado a la esfera netamente privada-empresarial la organización de una parte del espectáculo deportivo que siempre ha sido potestad de la Organización Deportiva Mundial, desplazando del papel protagónico a la Federación Internacional de Béisbol, la cual no fue excluida sino que está participando en un segundo plano, avalando la realización del evento.

En definitiva, se trata, en el caso del fútbol, de penetrar toda el Asia, especialmente incorporar a el espectáculo deportivo a la población china, y en el béisbol, convertirlo progresivamente en un espectáculo de la misma dimensión del fútbol.

⁸⁴. La estrategia transnacionalizadora del béisbol estadounidense responde a un plan claramente concebido a profundizarse en el siglo XXI, según lo expresó en mayo 2000, Paul Beeston, presidente y director de operaciones de la MLB apoyado por Donald Fehr, presidente de la Asociación de Jugadores KNIGHT, Rebecca. **Béisbol hacia la globalización**. El Universal 28-05-2000, pp. 3-1. **Indispensable generar mayores recursos**. El Universal 28-05-2000, pp. 3-1.

5. La imbricación del poder financiero con el poder comunicacional, penetra y se extiende por todo el deporte, acrecentando el poder de las grandes transnacionales de la comunicación. El deporte ha servido para que los magnates de la comunicación, también propietarios de grandes emporios industriales de empresas de distinta naturaleza, avancen hacia el control directo del poder político.

6. La globalización ha establecido una clara y completa diferenciación del deporte con respecto a la educación física y la recreación., La lógica, dinámica y orientación del fenómeno deportivo hoy, lo diferencia total y claramente de la educación física y a la recreación; son fenómenos distintos, independientemente de tener elementos comunes.

Bibliografía

Altuve, Eloy

- **(2005) Mentiras y mitos de los Juegos Olímpicos.** Colectivo La Peonza. Revista de Educación Física para la paz. N.7, enero España. <http://es.share.geocities.com/lapeonza/Revistas/peonza7.pdf>
- **(2005) Debate teórico sobre deporte y globalización: necesidad o despilfarro de tiempo.** Molina, Víctor: El ocio, el tiempo libre y la recreación en América Latina: problematizaciones y desafíos. Instituto de Deportes y Recreación de Medellín y Grupo de Investigación Calidad de la Educación Física de la Universidad de Antioquia. Medellín-Colombia: Editorial Civitas..
- **(2005) ¿Por qué los movimientos sociales y políticos antiglobalización nunca han cuestionado a el deporte?.** <http://www.efdeportes.com/> Revista Digital. Año 10 - N° 90 - Diciembre de 2005. Área Interdisciplinaria de Estudios Sociales y Culturales del Deporte del Instituto de Investigación de la Facultad de Filosofía-Universidad de Buenos Aires: Buenos Aires – Argentina
- **(2004) Juegos Olímpicos Atenas 2004: ¿Cuál paz, igualdad, unidad, fraternidad?..** <http://www.idip.ws/>
- **(2002) Deporte: modelo perfecto de globalización.** Centro Experimental de Estudios Latinoamericanos de la Universidad del Zulia (CEELA-LUZ). Maracaibo-Venezuela: Imprenta Internacional.

• **(1997) Juego, Historia, Deporte y Sociedad en América Latina.** Centro Experimental de Estudios Latinoamericanos de la Universidad del Zulia (CEELA-LUZ). Maracaibo-Venezuela: Ediluz.

Donbosco, Assis (1997). **A verdadeira dor de atleta o esporte a serviço do poder econômico.** Brasil: Edigáo Pulsar.

Bonilla, García, Josué (1995). **Conflicto laboral en las Grandes Ligas** Revista sobre Relaciones Industriales y Laborales No. 31. Caracas-Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

(2000). **Los millardos del Norte. Visionario Rupert. El que tenga cable, que vea. Quién es PSN. La Revancha por la fanaticada. Jardín de Ocho. Un tigre quiere ser león.** Revista Producto. No. 207. Año 17. Caracas-Venezuela

PERIÓDICO EL NACIONAL (Caracas-Venezuela)

AP. **Havelange deja la FIFA dividida pero con las arcas repletas.** 07-07-1998. **Bajo el signo del dólar se inicia hoy el fútbol italiano** 30-09-00. **Cadena Fox pagará \$ 2,5 millardos por transmitir las Grandes Ligas** 29-09-00. **Bosman recibirá compensación de 464 mil dólares.** 23-12-1998;

COPETAS, Craig A. **El legado de Samaranch requiere de un gran equilibrista.** Publicado en The Wall Street Journal Americas. 16-02-1998.

CORREIA, Alexis. **Directv garantizó el derecho a la información** 13-04-2002

DÍAZ, Fanor. **Los goles de oro** 31-08-1997

Editorial. **Balonización total.** El Nacional. Caracas 12-6-1998.

EFE. **Fútbol italiano factura más de 7 millardos de dólares.** El Nacional 20-11-99. **Acciones del Manchester caen en la Bolsa** 20-04-2001. **Astro millonario y poderoso** 29-12-1997. **FIFA, UEFA y la Unión Europea llegan a acuerdo en legislación comunitaria** 25-03-2001. **FIFA y la Comisión Europea alcanzaron un acuerdo sobre los traspasos** 06-03-01. **Pelé trabaja para aprobación de su ley** 21-09-1997

GALEANO, Eduardo. **Pierna de obra: Brasil en peligro ante Francia 98.** El Nacional 31-08-1997.

GUERRA Cristóbal. **Brasil, Business & Investment** 30-04-00. **En busca de la alegría perdida** 24-05-1998. **El negocio de este mundo** 15-12-1996. **Como la lucha libre** 09-01-2000. **A punta de billete** 04-06-2000. **El fútbol, según Chirinos** 06-05-2001.

NEGRON, Nina. **La fuerza de II Cavaliere** 15-05-2001

O'CONNELL, Vanessa. **FIFA a la cancha publicitaria**. El Nacional 23-04-2001.
OSIO CABRICES, Rafael. **Los reyes del mambo** 05-10-1998.

REUTERS. **71 millones de dólares recibirá Schumacher**. El Nacional 12-10-2000.
STILETANO, Marcelo. **Hollywood puede detenerse** 15-04-2001

REUTERS. **Empresa matriz del grupo Cisneros se fusiona con portal argentino El Sitio** 31-10-2000.

RODRÍGUEZ, Carlos Valmore. **Televen ofrece 10,5 millones de dólares por los Leones del Caracas** 31-03-2001, pp. B-2. **Cámaras en el diamante** 04-08-2001.

RONDÓN TORRES, Aglema. **Directv espera 10% de ganancia con la revancha del Mundial de Fútbol** 15-01-2001,

RIVERO, Abraham. **Abogado venezolano admite que mantuvo contactos con Vladimiro Montesinos** 09-03-2001. **Muñoz admite que conoce a Montesinos pero niega que lo haya protegido** 06-03-2001.
SAYAGO, Omaira. **Con música llanera y liquiliqui Cisneros inauguró línea 3 de Regional** 17-11-2000

SERRANO, Ignacio. **Nuevas garras** 19-04-2001.

TOVAR, Florencia. **Grupo Cisneros invertirá \$ 200 millones este año en el sector telecomunicaciones** 15-11-00. **Grupo Cisneros invertirá \$ 200 millones este año en el sector telecomunicaciones** 15-11-00.

Habrá temporada en la NBA 07-01-1999.

Sí va .7-01-1999

PERIÓDICO EL UNIVERSAL (Caracas-Venezuela)

FIGUEROA RUIZ, Carlos. **Leones y Grupo Cisneros concretarán negociación** 13-01-2001. **Acuerdo por todo lo alto** 19-04-2001. **Leones y Grupo Cisneros concretarán negociación** 13-01-2001. **Sucesivos conflictos** 16-04-2001. **Fantasma de huelga ronda por los campos** 16-04-2001, pp.3-4.

GALVIS Oscar. **La liga apuesta por estrellas propias** 09-09-2000. **Crece la industria** 09-09-2000. **Empresas de telecomunicaciones e Internet entran en juego** 14-02-01.

Origen de los ingresos 09-09-01. **Medios audiovisuales en el terreno de juego** 27-09-1998. **Palmares de los socios** 14-02-01. **El negocio en cifras** 14-02-01. **El negocio detrás del balón** 09-09-00. **FIFA anunció su postura** 27-09-1998. **Suramérica: mercado para explotar** 27-09-1998. **Alianza Manchester-Yanquis, pionera en sinergia deportiva** 14-02-01. **Panorama en el viejo continente** 27-09-1998.

Televisión por suscripción “invade” el Mundial de Fútbol 11-03-01. Unión Europea pone en jaque al fútbol 05-09-2000. Televisión por suscripción “invade” el Mundial 11-03-01

GÓMEZ, Robert Andrés. **DirecTV expande operaciones en la región.** El Universal 16-01-01. Caracas. **DirecTV, la nueva casa del fútbol mundial** 20-12-00.

MAZZEI, Jesús Alfonzo. **Francia 98: Globalización, negocios y deporte.** El Universal 22-05-1998.

SEBASTIAN, Miguel Ángel. **Schumacher: El deportista que más gana en el mundo.** Zona, 18-03-2001

The Economist. **Tiger, el señor de los dólares.** Zona, 29-04-2001.

KNIGHT, Rebecca. **Béisbol hacia la globalización 28-05-2000. Indispensable generar mayores recursos 28-05-2000.**

En juegos tres millardos de dólares. El Universal 28-05-00.

Blazers no pueden con rol de favorito. El Universal 21-11-2000.

Los dólares del deporte. El Universal, Caracas 21-05-1997

Cada vez resultan más complejos y costosos. El Universal. 12-07-1996.

Impacto millonario 12-07-1996.

Inversión astronómica 15-09-2000,

Camino al mundial: Presupuesto del siglo XXI Caracas 24-03-1996.

Junto con el siglo se eclipsa el amateurismo Caracas 19-07-1996.

Aletas son estimulados con premios millonarios Caracas 15-07-1996.

Deporte aficionado recibirá otro duro golpe Caracas 17-07-96.

PODIUM 24-07-1996

Breves: Nigeria optimista 14-07-1996

Latinoamérica se encuentra en desventaja 05-09-2000

Modelo Español: sí pero no 05-09-2000

Latinoamérica en 100 años 17-09-2000

Cuadro de medallas. Sidney 2000 02-10-2000

Líderes en la era de la información 18-01-2000

PERIÓDICO PANORAMA (Maracaibo-Venezuela)

AFP. **Olvídense del tenis, vamos a ver las estrellas** 04-09-2000.

REUTERS. **Magnate Murdoch será padre** 14-05-2000

Los efectos económicos 10-09-2000,

Las 10 potencias olímpicas 02-10-2000

Cuadro de medallas 02-10-2000

Tablero de medallas 03-09-2000

PERIÓDICO LA VERDAD (Maracaibo-Venezuela)

DÍAZ RANGEL, Eleazar. **La Curva del Gallo.** 14-01-2001

REUTERS. **El Arsenal construirá estadio de 142 millones de dólares.** La Verdad. Maracaibo 08-11-00. **Movimiento: La FIFA mantiene derechos de televidentes del mundo.** 11-03-01. **Latinoamérica también superó su actuación en Atlanta** 02-10-2000

PERIÓDICO EL ESPECTADOR (Valencia-Venezuela)

NOTAS OLÍMPICAS: Los Juegos de Atlanta serán los más profesionales de la Historia. El Espectador. Deportes 10-07-1996,

PERIÓDICO EL HERALDO (Barranquilla – Colombia)

REUTERS. **US\$ 50 mil por la medalla de oro** 21-09-00.

PERIÓDICO FRONTERA (Mérida-Venezuela)

AFP. **Futbolistas a granel** 24-03-2001,

PERIÓDICO MERIDIANO (Caracas-Venezuela)

EFE. **Rodríguez, Ramírez y Delgado valen 480 millones de dólares** 13-12-2000

PERIÓDICO EL MUNDO (Caracas-Venezuela)

Medallero compartido entre Atlanta y Sydney Caracas 02-10-2000.

PERIÓDICO EL GLOBO (Caracas-Venezuela)

DÍAZ RANGEL, Eleazar. **De los amos de la prensa a los nuevos dueños del mundo.**
Edición aniversario 22- 11-1996

SEMANARIO TEMAS (Caracas-Venezuela)

Cisneros se sentó. Temas de Venezuela. Año 2 N. 83. Caracas. Del 25 de junio al 01 de julio 2004.