

PAPEL DEL DEPORTE EN MEDIÁTICOS PROCESOS POLÍTICOS QUE DESEMBOCARON EN EL RETORNO DEL NEOLIBERALISMO. Estudio de Sociología Política del Deporte

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

Envío original: 02-03-2020. Revisões requeridas: 25-05-2020. Aceitar: 29-05-2020.
Publicado: 27-11-2020.

Papel do esporte em processos midiáticos que levaram ao retorno do Neoliberalismo. Estudos de Sociologia Política do Esporte

Resumo

Com uma concepção inédita de esporte, inova no estudo da relação esporte-política, incorporando o fenômeno esportivo à análise política. O objetivo é determinar o papel desempenhado pelo esporte nos processos políticos midiáticos que levaram ao retorno do neoliberalismo. Começa registrando a ausência de esporte nas explicações sobre a vitória de Macri na Argentina (2015), a demissão de Dilma (2016) e o triunfo de Bolsonaro (2018), no Brasil. Definindo o esporte como uma Empresa Transnacional de Entretenimento e Entretenimento Atípica (EDTEE), seus componentes são identificados, definidos, analisados e relacionados, explicando as funções do Estado e determinando a concentração de poder. É mostrado que a América Latina carece de poder econômico no EDTEE e tem pouco poder competitivo. Conclui demonstrando que o esporte: expresso na Copa do Mundo de 2014 e nos Jogos Olímpicos. 2016, contribuiu para o enfraquecimento político de Dilma, percorreu, assinou e fez parte do processo de sua remoção; Ele contribuiu para a vitória de Macri, é sua marca de identificação política e foi incorporado com destaque na campanha eleitoral presidencial; Ele contribuiu para a vitória de Bolsonaro, sendo incorporado como um elemento importante na campanha eleitoral presidencial.

Palavras-chave: Esporte, Política, Poder.

Resumen

Con una inédita concepción del deporte se innova en el estudio de la relación deporte-política, incorporando el fenómeno deportivo al análisis político. El objetivo es determinar el papel desempeñado por el deporte en mediáticos procesos políticos que desembocaron en el retorno del neoliberalismo. Comienza registrando la ausencia del deporte en las explicaciones de la victoria de Macri en Argentina (2015), la destitución de Dilma (2016) y el triunfo de Bolsonaro (2018), en Brasil. Definiendo el deporte como Empresa Transnacional Atípica de Espectáculo y Entretenimiento (EDTEE), se identifican, definen, analizan y relacionan sus componentes, explicando las funciones del Estado y

determinándose la concentración del poder. Se demuestra que América Latina carece de poder económico en la EDTEE y tiene poco poder competitivo. Concluye demostrando que el deporte: expresado en el Mundial de Fútbol 2014 y JJ.OO. 2016, contribuyó con el debilitamiento político de Dilma, recorrió, signó y formó parte del proceso de su destitución; contribuyó con la victoria de Macri, es su marca de identificación política y fue incorporado con protagonismo a la campaña electoral presidencial; contribuyó con la victoria de Bolsonaro, al ser incorporado como elemento importante a la campaña electoral presidencial.

Palabras clave: Deporte, política, poder.

The role of sport in media processes that led to the return of Neoliberalism. Sports Political Sociology Studies

Abstract

With an unprecedented conception of sport, it innovates in the study of the sport-political relationship, incorporating the sports phenomenon into political analysis. The objective is to determine the role played by sport in mediatic political processes that led to the return of neoliberalism. It begins by recording the absence of sport in the explanations of Macri's victory in Argentina (2015), the dismissal of Dilma (2016) and the triumph of Bolsonaro (2018), in Brazil. Defining sport as an Atypical Transnational Entertainment and Entertainment Company (EDTEE), its components are identified, defined, analyzed and related, explaining the functions of the State and determining the concentration of power. It is shown that Latin America lacks economic power in EDTEE and has little competitive power. Concludes demonstrating that the sport: expressed in the World Cup 2014 and Olympic Games. 2016, contributed to the political weakening of Dilma, toured, signed and was part of the process of his removal; He contributed to Macri's victory, is his political identification mark and was incorporated with prominence in the presidential election campaign; He contributed to the victory of Bolsonaro, being incorporated as an important element in the presidential election campaign.

Keywords: Sport, politics, power.

Introducción

Desde 1982 investigaciones en Brasil y Argentina y las compilaciones de CLACSO, conformaron una perspectiva analítica más amplia que el positivismo en los estudios de sociología del deporte. Considera que el deporte puede ser visto como un foco o punto donde “se interroga la dimensión de lo simbólico y su articulación problemática con lo político, y también como espacio donde se despliegan algunas de las operaciones narrativas más pregnantes y eficaces para construir identidades”, y reconocen, entre otras limitaciones, la falta de trabajo en otros rubros y perspectivas, como el análisis de las relaciones entre deporte y política, preguntando siempre por las relaciones de poder que constituyen la reflexión crucial de las ciencias sociales latinoamericanas (Alabarces y Garriga Zucal, 2014:3 28).

Desde fines de los 80, comienza a constituirse en Venezuela una concepción crítico-analítica-totalizadora que concibe al deporte como fenómeno histórico-social gestado y conformado en un momento determinado, está en permanente interacción con los demás fenómenos sociales, transformándose al mismo ritmo que lo hace la sociedad históricamente, formando parte e incidiendo en ese proceso de cambio, alimentando y alimentándose en esa transformación. Responde a intereses sociales específicos, cumple determinadas funciones en los distintos momentos históricos y, ha tenido y tiene relaciones e implicaciones políticas, económicas, sociales, culturales, etc.: es una esfera de poder.

Desde la perspectiva crítico-analítica-totalizadora, el trabajo presentado constituye un avance en el estudio de las relaciones entre deporte y política. Sus principales aportes originales son:

- Identificar los actores sociales que participan en la preparación, organización-gestión y realización del espectáculo deportivo, definiendo las funciones que cumplen y las relaciones que establecen entre sí.
- Desentrañar las relaciones de poder existentes en el espectáculo deportivo, determinando su distribución entre los distintos actores sociales.
- Definir la función del Estado en el espectáculo deportivo, determinando la distribución y concentración del poder en un grupo de Estados.
- Determinar el poder económico y competitivo que tiene América Latina en el espectáculo deportivo.
- Determinar el papel desempeñado por el deporte en mediáticos procesos políticos que desembocaron en el retorno del neoliberalismo, con la victoria de Macri en Argentina (2015), la destitución de Dilma (2016) y triunfo de Bolsonaro (2018), en Brasil.

Deporte: ausente en los análisis sobre el retorno del neoliberalismo

Analistas como Sader (2014 y 2017), BBCMundo. (2015), Borón (2015), Serrano (2015), Ariza (2016), Bohoslavsky y Morresi (2016), Borón y Klachko (2016), Brito y Lewit (2016), Cantamutto (2016), Chávez y Molina (2016), Gentili (2016 y 2018), López (2016), Gentili y Trotta (2016), Alemán (2017), Díaz (2017), Félix (2017), Mangonnet, Murillo y Rubio (2016) y una prestigiosa institución como el Consejo Latinoamericano de Ciencias

Sociales o CLACSO (2017; 2018a; 2018b), excluyen el deporte en las explicaciones sobre el resurgimiento neoliberal y hasta en sus análisis sobre el futuro de América Latina. Ausencia extensiva en eventos, en 2018, s como el XV Corredor de las Ideas del Cono Sur y X Coloquio Internacional de Filosofía Política Nuestra América y en el Programa de Apertura y Foros (tuvo 50 temas) del Primer Foro Mundial del Pensamiento Crítico, 8va. Conferencia Latinoamericana y Caribeña de Ciencias Sociales.

Por omisión se considera que el deporte NO tuvo ninguna influencia en el proceso que llevó a la:

1) Presidencia de Argentina a Mauricio Macri en 2015, a pesar de que su ejercicio como Presidente del Club de Fútbol más emblemático y popular del país, Atlético Boca Juniors, fue el trampolín para ingresar a la política, estando presente siempre en su accionar político y lo incorporó a la campaña electoral presidencial.

Comenzó la carrera política en 2001 desde la Fundación Creer y Crecer y construyó “su propuesta con base en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires” (Bohoslavsky; Morresi, 2016: 11) al contar con una alta popularidad, proveniente del reconocimiento -socialmente unánime- al éxito de su gestión del Boca Juniors porque ganó 17 títulos (11 internacionales que incluyen 4 Copas Libertadores de América y 2 Copas Intercontinentales); “la Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol, reconoció al Boca en 2010 como el mejor club de la década” (Altuve, 2018: 496-497). Desde el Boca “Macri tomó visibilidad pública..., utilizó su exitosa carrera... como carta de presentación para entrar en política” (Alemán, 2017: 44).

2) Destitución de Dilma Rouseff de la presidencia de Brasil, en 2016, a pesar de que:

- La preparación-organización del Mundial de Fútbol 2014 y JJ.OO. 2016, fue iniciada por Lula Da Silva y realizados en el 1er. gobierno y el 2do. NO concluido de Dilma.
- El rechazo al Mundial fue incorporado como factor movilizador en las inéditas, insólitas y multitudinarias manifestaciones, iniciadas en 2013 hasta la inauguración y primeros días de su realización, teniendo como uno de los focos principales a la FIFA, cuestionando las exenciones fiscales que se le concedieron, etc. Las protestas estaban unidas por los elevados costos que había tenido para “las arcas públicas, quejas contra la FIFA, y contenían demandas de reivindicaciones... para mejorar la calidad de vida de la población. Esto se expresó en las consignas, preguntas-reflexiones cuestionadoras y acciones realizadas” (Altuve, 2018: 444-445)

3) Victoria de Jair Bolsonaro como presidente de Brasil en 2018, a pesar de ser incorporado a su campaña electoral.

Deporte: empresa transnacional atípica de espectáculo y entretenimiento (edtee)

Según Euroaméricas Sport Marketing, en 2015, contabilizando infraestructuras, bienes, licencias y eventos, el deporte tiene un “valor de 643,8 millones USD\$, crece con más rapidez que el ratio mundial del PIB” (Molina, 2016). El periódico Panorama (2015) ubica su valor “en 689.000 millones USD\$, el 1% del PIB” (Panorama, 2015) y explica su comportamiento por:

- **Patrocinio:** Fue de 57.500 millones US\$. NIKE con ingresos de 30.600 millones US\$, se mantiene como la marca que más factura. En los Clubes de EEUU se destacan: NHL, donde Adidas se convirtió en patrocinante por 490 millones US\$ en 7 años; en la NFL AB InBev renovó contrato por 1.400 millones US\$ durante 6 años; en la NBA, Nike será su proveedor desde 2017 por 1000 millones USD\$, Verizon pagará 400 millones US\$ por 3 años y AB InBev firmó un contrato de 1.000 millones US\$ por 4 años. Otros acuerdos son de los JJ.OO. 2020, etc.
- **Derechos de TV:** En la Liga de Fútbol de España por 3 años: Movistar pagará 825 millones US\$ por el mejor partido de la jornada y Mediapro 2.090 millones US\$ por el principal paquete de encuentros; Orange y Vodafone por 363 millones US\$ transmitirán en los bares; en 2015 internacionalmente los ingresos han ascendió a 690,8 millones US\$, que en los próximos años comercializará Mediapro. Por los JJ.OO. 2018, 2020, 2022 y 2024, Discovery Communications, dueña de Eurosport, pagará 1.430 millones US\$ (Panorama, 2015).

El deporte es una empresa transnacional cuyo objetivo es producir un espectáculo cotidiano, masivo, rentable y tiene las siguientes especificidades:

- *Área de influencia:* Mundial.
- *Completamente monopológica:* No existen dos o más versiones del mismo evento simultáneamente

- *Componentes:* Funcionan de manera independiente e interdependiente, que serán definidos inmediatamente.

I- Organizadores-gestores de la EDTEE

1.1.- Organización Deportiva Mundial (en adelante ODM):

Principal gobierno del deporte y organizador-gestor de una parte del espectáculo deportivo, encabezado por:

- 1) JJ.OO, organizados-gestionados por el Comité Olímpico Internacional (COI):

El COI

según su Informe Financiero 2012, por derechos de transmisión en **millones USD\$**: aseguró 3.600...para los JJ.OO. Invierno 2014 y JJ.OO. 2016...Para los JJ.OO. Invierno 2018 y JJ.OO. 2020 aseguró 2.600...Su Socio Comunicacional es NBC Universal, quien por los derechos de transmisión para EEUU de los JJ.OO. 2000 y JJ.OO. Invierno 2002 se comprometió a pagar 1.250..., tres meses más tarde propuso 2.300...para los JJ.OO. 2004-2008 y JJ.OO. Invierno 2006 y compró los de cuatro olimpiadas hasta 2020 por la cifra...de 4.380...Los patrocinantes principales o Socios Mundiales del COI firman un contrato por 3-4 JJ.OO..., utilizan la imagen...alrededor del mundo...y tienen franquicias en la Villa Olímpica...Fueron en 2016: CocaCola, Atos Origin, General Electric, McDonalds, Omega, Panasonic, Samsung, Visa, Procter Gamble., Dow y Bridgestone. Abonaron 100 millones USD\$ cada uno (Altuve, 2016: 76-78).

- 2) Mundiales de Fútbol, organizados-gestionados por la FIFA: La FIFA

según su Informe de Finanzas el ingreso...**en millones USD\$** fue: 5.718 en 2011-2014, proveniente 4.308 del Mundial 2014 (derechos de TV 2.428, comercialización 1.580, servicios de hospitalidad corporativa 185 y licencias 115)...Los principales patrocinantes o Socios de la FIFA aportaron 30% de los ingresos en el Mundial 2010, pagaron entre 133 millones y 266 millones USD...; fueron en 2010 y 2014: Coca-Cola, Adidas, Sony, Visa, MC Surcoreana de Automóviles y Fly Emirates...Hasta octubre 2011, la FIFA había acordado más de 1.850 millones US\$ por derechos de transmisión para 2015-2022...y concedió la representación de ventas a Infront Sports & Media en Asia, a Bell Media (CTV/TSN/RDS) en Canadá, extendiendo el contrato con IMC (SportsMax) y SBS para el Caribe y Australia (Altuve, 2016: 82-86).

1.2.- Clubes Profesionales Transnacionales avalados por la ODM:

Sus eventos principales son de fútbol, organizados-gestionados por las Ligas Profesionales de Europa y avalados por las Federaciones Nacionales y Federación continental (FIFA de Europa). Su importancia se evidencia en el valor del *Índice Financiero de Fútbol* (FFI) 2018:

Cuadro N.1. Índice Financiero de Fútbol (FFI) 2018 de los 30 primeros clubes (*)

Variable	€ - USD\$ (billones)
Valores o avalúo de los jugadores	9,7 - 11,44
Activos fijos y efectivo en banco	7,7 - 9,08
Red de propietarios combinados	366 - 431,88
Deuda neto	4,3 - 5,07

(*) Procedencia, cantidad y posición: Inglaterra 8 (1°, 2°, 5°, 7°, 9°, 16°, 20° y 27°); EEUU 5 (14°, 23°, 24°, 25° y 28°); Alemania 5 (10°, 12°, 17°, 21° y 22°); España 4 (6°, 13°, 15° y 29); Francia 3 (3°, 18° y 19°); Italia 3 (8°, 26° y 30); China 1 (4°); Rusia 1 (11°). Ordenamiento y agrupación propia. **Fuente:** Soccerex, 2018: 9.

Para ampliar su mercado los Clubes se expanden a China, país visitado por el Real Madrid en 2003, 2005, 2011 y 2015 y donde realizó el 26-10-17 la Cumbre Real Madrid-China (Real Madrid, 2017); además, la Liga española instaló su primera oficina (Beijín) en 2014 y anunció que en 2015 abriría la de Shanghái (Palco 23, 2015).

1.3.- Empresas transnacionales avaladas por la ODM:

Sus eventos más importantes son de ciclismo, avalados por la Unión de Ciclismo Internacional y la Federación Nacional del país sede, dotándolos de legalidad, suelen autorizar el cuerpo de árbitros y jueces y percibir algún tipo de ingreso.

Organizado-gestionado por Amaury Sport Organisation (Grupo Philippe Amaury Publicaciones), quien en 2010 organizó-gestionó 21 eventos de seis disciplinas deportivas, el principal evento es el Tours de Francia que:

En 2009 su presupuesto fue 139 millones USD\$ financiado: 10% por las ciudades-etapa; 50% Eurovisión, France 2, France 3 y Francia 4; 40% 34 empresas e instituciones por patrocinio y publicidad...Su caravana publicitaria va delante de la competencia y consta de 160 vehículos, 33 marcas representada y amerita una inversión entre 278.000-695.000 USD\$;...la cobertura mediática comprendió 186 países con 118 canales de TV; 650 medios de comunicación, 2.500 periodistas, fotógrafos, camarógrafos y consultores...; el sitio web recibió seis millones de visitantes... Los patrocinantes fueron: Asamblea de Departamentos y Ministerio del Interior; Lcl Banque; Vittel; Carrefour; Skoda; Orange; Pmu; Digital; Brandt; Nike; Festina; Csc; Ag2r ; Antargaz; Eco emballages; Belin; Cochonou; Nesquik; Haribo; St Michel; Teisseire; Nestlé; Etap Hotel; Visión Plus; PowerBar; Sodexho; Kawasaki; Mavic; Doublet; Euromaster; Norbert Dentressangle; Kleber; Petit Ambulances (Altuve, 2016: 110-113).

1.4.- Empresas transnacionales independientes de la ODM:

Su principal evento es la Fórmula Uno (F1) gobernada por la Federación Internacional de Automovilismo y cuya organización-gestión es realizada por el Grupo Fórmula Uno:

Constituido en 2010...por Formula One Management ; Formula One Administration Limited; Formula One Licensing BV; Formula One Asset Management; ALL SPORT Management SA; Mirren Holdings; y Campeonato Mundial de Fórmula Ltd., Fórmula Uno Productions Ltd. y One World Travel Ltd.... Y comprado por Alpha Prema (CVC Capital Partners) entre el 25-11-2005 y 30-03-2006 por dos mil millones USD\$ a SLEC..., compañía matriz propiedad de "52% Bayerische Landesbank, 25% Bambino Holdings y 23% de Lehman Bros y JP Morgan (Altuve, 2016: 119-121).

El Grupo Fórmula Uno fue vendido a Liberty Media el 07-09-2016, por "4.400 millones USD\$...completándose la compra en marzo 2017, calculando el valor de la F1 en 8.000 millones USD\$, incluyendo la deuda" (Harris, 2016).

Las fuentes principales de ingreso de la F1 son:

Derechos de TV: Más de 800 millones USD\$ en 2004...Vendidos a 67 países en 2010. En 2007, tuvo 597 millones de teleespectadores, con 11.183 horas de retransmisión en 188 países...**Derechos de radio:** Desde el 25-05-2008 se transmitió a...EEUU por SIRIUS 125 de SIRIUS Satellite Radio...**Patrocinadores:** Mumm (2000-2010); LG Electronics, Inc (2009-2013); UBS por 5 años a partir de septiembre 2010; Allianz y DHL en 2010...Entre 1979-2004 la F1 arrojó beneficios valuados en 3.600 millones USD\$, estimándose que cada año movilizó más de 2.000 (Altuve, 2016: 123-124).

II- Deportista-competidor

Fuerza de trabajo principal del espectáculo, es un profesional especializado. De acuerdo a su participación en los eventos trabaja:

1) Representando a su país en competencias de la ODM y en

- Clubes o eventos de transnacionales avalados por la ODM. En Cuba existe la mediación del Estado.

2) En competencias de transnacionales independientes de la ODM.

Los cien deportistas-competidores con mayores remuneraciones y beneficios entre el 01-06- 2014 y 01-06- 2015: ganaron 3.200 millones USD\$ (17% más que en 2014); 62 son estadounidenses, de los cuales 27 son de baloncesto (NBA); 2 son mujeres (Badenhausen, 2015).

III- Empresas transnacionales patrocinantes

Compran a los:

- Organizadores-gestores, el derecho de usar los símbolos y el logo de los eventos para su publicidad.
- Medios de comunicación, los espacios para difundir su publicidad identificada con los símbolos y logos del espectáculo

IV- Empresas transnacionales s de medios de comunicación

Difunden el espectáculo, compran los derechos de transmisión a los organizadores-gestores y venden los espacios a los patrocinantes. Desde fines de los 90 vienen actuando simultáneamente como organizadores-gestores y difusores.

V- Empresas transnacionales de artículos e implementos deportivos

Proveen los materiales de las competencias y son patrocinantes de deportistas-competidores y eventos. Las más importantes al cierre del ejercicio fiscal el 31-05-2015 tuvieron los siguientes resultados: “NIKE (EEUU) en cifra de negocios 30.601 millones USD\$ y resultado neto 3.273 millones USD\$. ADIDAS (Alemania): Facturación 19.113,9 millones USD\$ y beneficio neto 723,2 millones USD\$” (Riaño y Robledo, 2016).

VI- Público-fanático-consumidor

El objetivo de la EDTEE es convertir todos los habitantes en fanáticos-espectadores que internalizan los mensajes emitidos durante los eventos y consumen compulsivamente los bienes y servicios de las marcas difundidas.

VII- Estado

Sus funciones contribuyen al éxito del espectáculo y se ejercen a través de la política pública. Son:

1) Adecuar la participación del país a la naturaleza organizativa y de gestión de los tipos de espectáculo: “Cuando el organizador-gestor es la ODM, el Estado dispone, prepara y

garantiza la participación de su selección nacional...Si los organizadores-gestores son Clubes o transnacionales, apoya los eventos y contribuye con su éxito” (Altuve, 2018: 167).

2) Producir y reproducir la ideología deportiva incorporándola a su bagaje ideológico, convirtiendo al deporte en uno de sus aparatos ideológicos que refuerza su legitimidad, acrecentada cuando el país internacionalmente gana en competencias y/o es sede de eventos

La función ideológica con la que nace el deporte moderno a fines del siglo XIX, se amplió y perfeccionó en la globalización, produciendo y reproduciendo las... ideas de:...rendimiento-productividad-rentabilidad-progreso lineal e infinito; Estado-Nación;...perfección física individual (campeón) y colectiva (bienestar corporal colectivo). La idea de que es un espacio social universal de igualitarismo absoluto, es el modelo ideal de convivencia humana, resume la ideología deportiva globalizadora...El deporte es un auténtico aparato ideológico estatal porque el Estado se legitima en un proceso único, indivisible y simultáneo de apoyo al deporte a través de la definición, formulación y ejecución de la política pública...y de producción, reproducción y difusión ideológica (Altuve, 2019: 153-154).

3) Financiar, difundir la ideología deportiva, ejercer la violencia simbólica y física y crear las condiciones que garantizan el éxito del espectáculo cuando se realiza en su territorio.

EL PODER EN LA EDTEE

Se concentra en:

- La Organización Deportiva Mundial (ODM), gobierno principal del deporte y organizador-gestor de una parte del espectáculo deportivo.
- Empresas transnacionales cuya función en el espectáculo es: organizar-gestionar las otras tres partes del espectáculo, difundirlo, patrocinarlo y dotarlo.
- Un reducido grupo de países encabezado por el Grupo de los Nueve, de donde proceden la mayoría de los deportistas-competidores ganadores y las transnacionales organizadoras-gestoras, medios de comunicación, patrocinantes y de artículos e implementos, quienes se apropian de los más elevados volúmenes de ingreso producidos por la EDTEE. Es “un ciclo competitivo y económico que empieza y termina en EEUU, Europa, Japón y China”, con una apropiación significativa del ingreso por la ODM (Altuve, 2016: 174-175).

PODER DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE EN LA EDTEE

Como se ha demostrado anteriormente, carecen de poder económico y en lo competitivo es muy poco.

En los JJ.OO. 1996-2016 obtuvieron 7,15% (400) medallas, de las cuales Cuba ganó 2,32% (130) y Brasil 1,57% (88) (Altuve, 2018: 211-215). La actuación de Brasil y Cuba no significa que son parte de la élite mundial, está prevista en el funcionamiento de la EDTEE de mantener concentrado el éxito en el Grupo de los Nueve y que exista en los continentes un grupo de países que destaquen un poco para mantener la infinita esperanza e ilusión a futuro de que todas las naciones *pueden si se esfuerzan* alcanzar mayores niveles de excelencia.

En los Mundiales de Fútbol 1970-2018, el éxito se concentra en Brasil y Argentina con cinco 1°, tres 2°, un 3° y dos 4° lugares. Explicar este desempeño requiere considerar que los campeonatos de Europa y Mundiales son elementos centrales-complementarios del negocio futbolístico controlado por los Clubes de Europa y la FIFA de esta forma:

- *Clubes dotan a los Mundiales de jugadores:* Aportaron 3/4 parte de integrantes de las selecciones nacionales, “en 2014 563”-76,4% (ECA, 2014) y “en 2018 545”-74% (El Tribuno, 2018). Recibiendo un subsidio de la FIFA, **en millones USD\$,** de “70 en 2014 y 209 en 2018” (Dufour, 2018).
- *Mundiales:* Exhiben jugadores para los Clubes, especialmente la cuarta parte (25%) que provienen de fuera de Europa.

América Latina y el Caribe en el negocio futbolístico:

- Su papel es producir-exportar materia prima (jugadores) a los Clubes donde se reelabora (preparación; entrenamientos, etc.) y transforma (jugadores destacados), contribuyendo decisivamente a garantizar el éxito de las competencias europeas y los Mundiales. Brasil y Argentina son los mayores exportadores: “2011: 20%; 2013: Argentina 1.945 y Brasil 944; 2014: Brasil 1.493...y Argentina 801; 2015: Brasil 512 y Argentina 254” (Altuve 2018: 210-211/ 427-428). Resultando contrastante los limitados beneficios que reciben, por ejemplo, Argentina “transfirió 5482 jugadores por 800 millones USD\$ en los últimos 25 años, pero los clubes locales acumulan un pasivo de 400 millones” (AFP, 2001).

- Obtienen como principal retribución “la asignación privilegiada que le hace la FIFA... de cupos-países al Mundial: 9-28,1% en 2014 y 8-25% en 2018, casi igual (10-31,2%) a África, Asia y Oceanía juntos” (Altuve, 2019: 159).
- Sus Clubes ocupan lugares secundarios en el *FFI 2018* (ver cuadro N.1)

Mauricio Macri: de presidente del Boca Juniors del 03-12-1995 al 2007, a la presidencia de argentina en 2015

En el contexto de la crisis política de 2001, Macri “con imagen pública en ascenso, en virtud de su participación en el...fútbol... y...retrato de un empresario exitoso”, el 14-07-2002 anunció en TV que competiría por la Jefatura de Gobierno de Buenos Aires y puntualizó que “Formaremos un partido vecinal y trabajaremos...con la misma pasión que lo hice cuando asumí en Boca” (Vonmaro 2014: 58/60/62). En 2003 constituye el partido Compromiso para el Cambio, denominado en 2005 Propuesta Republicana (PRO), que:

- Nace de un think tank (Fundación Creer y Crecer) ofreciendo una lectura alternativa y desde arriba de la crisis, configurándose “como...organización...*outsider* que prometía un nuevo tipo de gestión de los asuntos políticos guiada por valores morales y basada en know-how,...*saber experto*” (Díaz, 2017: 85-86). Posicionándose como garantía de eficiencia, moralización política, llamando a meterse en política a dirigentes empresariales y “del mundo de los think tanks y el voluntariado...y adquiriendo un cariz festivo de identificación con el color amarillo y el símbolo de play, producto de la creación...de un experto en marketing” (Vonmaro 2014: 62-64).
- Sus facciones preponderantes son profesionales y técnicos provenientes de ONG, think tanks y *corporativos* empresarios exitosos, “sus altos grados de cohesión sociocultural...son producidos por “la cercanía y aceptación casi total de las decisiones del líder...que los orienta políticamente” (Vonmaro 2014: 64).
- El rasgo *outsider* se construye a partir de estos grupos que incorporan sus entornos sociales, visiones del mundo y recursos simbólicos y morales, configurándose un *ethos partidario* con valores del emprendedorismo y voluntariado y rituales semejantes a las fiestas de fin de año de las grandes corporaciones. El

voluntariado se cohesiona en torno a los valores del “desinterés y la entrega de sí,...el espíritu *emprendedor* se vincula con la virtud social y moral...del mundo caritativo...Se celebra el éxito del hacer mediante la estética festiva” (Díaz, 2017: 86-87). Un ejemplo fue la promesa de campaña electoral de Macri, de iniciar una *Revolución de la Alegría*.

- Se definió como post-ideológico, insistiendo en que no defendían una ideología y postulando la construcción de una identidad moderna de la política ligada a la unidad y al consenso a través “de una *gestión* seria, honesta y eficaz que permitiría la generación de condiciones para que todos participen de una...carrera abierta al *talento*”. La identidad se tornó más clara a partir de 2013, cuando comenzó a presentarse como exponente de una tercera vía y fue perfilando un ideario “centrado en la *gestión* y en ciertos valores (diálogo, libertad, solidaridad, eficiencia)” para resolver los problemas de la gente a través de consensos y la convergencia de intereses públicos y privados (Bohoslavsky; Morresi, 2016).

En las elecciones del 2003, el PRO obtuvo resultados que le permitieron un fortalecimiento institucional simbólico y territorial, cosechando Macri triunfos significativos:

- Fue “diputado de la nación 2005-2007 y se convirtió en jefe de gobierno de la ciudad de Buenos Aires en 2007” (Díaz, 2017:81), desde donde “pudo extrapolarse políticamente, anotarse éxitos en 2009, 2011...ganar presencia en los medios de comunicación” (Ariza, 2016: 3) y dar el “salto a la presidencia en 2015” (Díaz, 2017: 81).

I- Papel del deporte en la exitosa campaña electoral presidencial

El deporte -omnipresente en la carrera política de Macri- contribuyó a deslindarlo de su pertenencia a un cuestionado grupo empresarial. Durán Barba, uno de sus asesores principales reveló que: “En 2005 el eje fue sacarle de la identidad un apellido que producía miedo. Ahí pasó a ser *Mauricio*”, Mauricio el de Boca, Mauricio es Boca (Díaz, 2017: 81).

De la exitosa experiencia deportiva y política simultánea entre 2002-2007, aunada a su accionar político de 2008 en adelante, Macri obtuvo elementos que incorporó a la campaña electoral, basada en el diseño y aplicación de un nuevo modelo de comunicación en correspondencia con la *nueva política* que propuso. Se sintetizan en:

1) La gestión desprovista de ideología y neutral, promotora del apoliticismo y encubridora de las diferencias de clase, fue el centro de su propuesta, perfilada y extraída en buena medida de su labor en el Boca Juniors, ensayo exitoso de un proyecto *no político, no ideológico* y cuyo éxito -reconocido unánimemente- se fundamentó en la gestión. Teniendo como complemento “El consensualismo,...la construcción de la sociedad...sin tensiones, se autopresenta como el líder pluralista capaz de suturar a una sociedad enemistada artificialmente por un gobierno polarizador” (Díaz, 2017: 82-84). Eludiendo las contradicciones de su campaña: “sin definiciones de objetivos, todo era posible...con...un discurso que permitiera la convivencia de las muy diversas demandas acumuladas...: la propuesta de una *revolución de la alegría*” (Cantamutto, 2016).

Su visión de tomar lo mejor de cada idea y superar las diferencias presupone que la división se produce horizontalmente, entre individuos iguales cuyas diferencias son de las ideas y no de desigualdad social. Se transforma el antagonismo en “una...polaridad superable. Esta operación ideológica tiene una intención despolitizadora, en tanto que vuelve inexpresable la crítica a las asimetrías estructurales de poder” (Díaz, 2017:83).

2) Comprender que el campeón es en el deporte lo que el candidato es en la política, contribuyó a complementar y articular armónicamente la horizontalidad, humildad e igualdad del candidato, con la dotación de una épica y heroísmo únicos que lo convierten en el acreedor de las condiciones necesarias para ser presidente, profundizando favorablemente su diferenciación con respecto a los demás candidatos. Esta percepción del campeón readecuada a la política, se tradujo en la:

- Presencia directa y cercana (inédita por su amplitud) del candidato con lo(a)s ciudadano(a)s para escucharlos, considerándolos como ayuda para crear mejores políticas públicas, logrando encarnar en su figura la imagen de la nueva política y nuevo estilo de gobierno: Macri compartió “contenidos referidos a su familia y a su rol como padre, presentándose como hombre común que tiene...las mismas tareas que cualquier...ciudadano”; publicó en las redes sociales, los momentos en los que escuchó a los ciudadanos en su casa “mediante el teléfono, leyendo Facebook” (Ariza, 2016: 11).

3) El trajinar deportivo de Macri tuvo protagonismo en la exacerbación de la tragedia personal de su secuestro ocurrido el 24-08-1991, para dotarse de una épica y heroísmo únicos. Con el título de *El gran desafío* cuenta la experiencia en primera persona, es publicada en su página en julio 2015 y se posicionó en lugar central en las redes sociales:

Le quitó la seguridad de lo que pensaba sobre su vida llevándolo a creer... que 'uno puede crear su propio futuro', lo segundo que aprendió es que la clave de todo logro...está en...en los equipos, '¿De quién fue el éxito que Boca tuvo en esa época?. Yo fui una parte más de ese equipo, mi rol...fue crear las condiciones para que esos talentos se desplegaran con todas sus posibilidades' (Ariza, 2016: 8-9).

Haciendo particular énfasis sobre el Boca Juniors que

hizo algo mucho más importante que darme triunfos, me educó para la vida con enseñanzas que aún hoy guían todos mis actos...Si avanzamos decididos hacia lo que queremos, la realidad responde, se modifica, se orienta, lo que parecía un caos se ordena, la desazón se transforma en entusiasmo y, al final, una sucesión de pequeños logros nos lleva al éxito. Boca me enseñó que nada es imposible (Mensaje 360, 2019).

Finaliza *El gran desafío* fundamentando su aspiración presidencial, las razones por las que quería ser presidente, las moralejas que ha aprendido en cada etapa de su vida posterior al secuestro y "le aportan enseñanzas para ser un buen dirigente, la necesidad de la libertad y fe para construir tu propio destino y, la del equipo para llegar más lejos y potenciar las individualidades" (Ariza, 2016: 12).

4) El uso de los medios de comunicación durante su elección y desempeño en el Boca Juniors, contribuyó con la acertada manera como los ha usado en su carrera política y que acertó una vez más en las elecciones 2015, al ser el candidato que más y mejor los utilizó para difundir su propuesta, incorporando efectivamente la comunicación digital, logrando articularla perfectamente con la convencional. Esta confluencia de medios le permitió informar y continuar con la propaganda electoral aun estando prohibida, aprovechando los vacíos de regulación legal en los medios digitales (Ariza, 2016).

Papel del deporte en la suspensión-destitución de Dilma Rouseff como presidenta de Brasil, en 2016

Como parte de su política pública deportiva, Lula Da Silva logró que la FIFA y el COI asignaran a Brasil las sedes del Mundial de Fútbol 2014 y JJ.OO. 2016. Tuvo apoyo de la población porque difundió la ideología deportiva, que se sintetiza en las promesas de que producirían amplios beneficios, son los máximos símbolos de convivencia, fraternidad y democracia, siendo motivo de orgullo, evidencia de progreso y ratifica la condición de potencia del país. Al ser cotejadas con la realidad porque no se cumplieron, se produce el desmoronamiento ideológico que recorrió y formó parte del proceso político

que desembocó en la salida del gobierno de Dilma Rousef y puede sintetizarse de esta manera (Altuve, 2019):

I- Ni el Estado ni los empresarios y mucho menos el resto de la sociedad brasileña tuvieron poder en las decisiones fundamentales sobre ambos eventos

El Estado otorgó privilegios fiscales y comerciales a la FIFA, COI y sus Socios Transnacionales patrocinantes. La Ley 1270 les garantizó cuatro años de exoneración fiscal, extensiva a “contribuciones sociales y aranceles de importación en actividades propias y directamente vinculadas a la organización” (La Nación, 2016).

En los JJ.OO. el Estado dejó de percibir “530 millones USD\$ y algunas estimaciones lo ubican en 1.000” (Altuve, 2018a: 465). En el Mundial dejó de percibir -al menos- 680 millones USD\$; la FIFA ingresaría “1.800 millones USD\$...”, lo que...generaría unos 450 en impuestos...y tuvo otras exoneraciones relativas a la importación de materiales y equipos de televisión,...sobre la venta... y... en los premios concedidos” (Zimbalist, 2016: 125/208-209)

II.- Basadas en el impacto positivo para el desarrollo económico por la inversión privada que no se produjo, la esperanza e ilusión de progreso y ventajas en la población creadas por el gobierno, la FIFA y el COI, progresivamente desaparecieron. El financiamiento fue principalmente estatal, produciendo una descapitalización de las arcas públicas

- *Mundial 2014*: En junio 2014, el Tribunal de Cuentas indicó que la inversión superaría los 11.608 millones USD\$: 83,6% estatal y 16,4% privada; a mediados de junio 2014 “El Ministro de Deportes dijo que la participación del Estado...asciende a 13 mil 750 millones USD\$” (Altuve, 2018a: 465-466). Fuentes independientes estiman en 99% la inversión estatal y el costo en “15.000-20.000 millones USD\$...en junio 2013 era 16.600 millones USD\$” (Zimbalist, 2016: 118/207).
- *JJ.OO. 2016*: Según el Estado, el presupuesto hasta agosto 2015 fue “7.250 millones USD\$, 57% recursos públicos y 43%...privados” (Gobierno Federal, 2015: 1-2). Otra fuente señala -en millones USD\$- que: “La candidatura original se estimó en 14.400, en julio de 2015, pero ha aumentado hasta los 20.000” (Zimbalist, 2016: 131).

El Estado sitúa el costo de ambos eventos en “21 mil millones USD\$”, mientras Zimbalist lo estima en “35 a 40 mil millones USD\$” (Altuve, 2018: 477). La inversión

fue prácticamente pública y duplicó lo estimado inicialmente; el capital privado centró su participación en sectores como el aeroportuario, “donde invirtió 1.320.000.000 USD\$” (Altuve, 2018: 471). El costo final es mayor porque falta incluir la inversión en:

- **1) Sobreprecio** en la construcción y remodelación de la infraestructura. **2) Ganar la sede:** Comprende pagos por postulación y en la fase final al COI (son entre 150.000 y 500.000 USD\$, respectivamente) y la FIFA, el plan, contratar asesores, promoción, viajes a reuniones de la FIFA y el COI, recibimiento de sus ejecutivos, etc.: “El Comité Organizador de los JJ.OO. contrató a AECOM (Los Ángeles), Wilkinson Eyre (Reino Unido) y Pujol Arquitectura (Barcelona), IMG y McKinsey (Nueva York), para diseñar una estrategia y estilo urbanos”. **3) Ceremonias de apertura y clausura:** China invirtió “343 millones USD\$ (precios de 2014)”, en la apertura de los JJ.OO. 2008 (Zimbalist, 2016: 60-61/64/115-116).

III.- Se promovió y estimuló la corrupción político-empresarial, al aprobarse en agosto 2011 NO divulgar el presupuesto estatal antes de la licitación, ocasionando un exorbitante aumento del gasto público en la construcción de estadios e infraestructura

Las contratistas del Mundial y los JJ.OO. fueron “Camargo Corrêa, Queiroz Galvão, OAS, Galvão Engenharia, UTC, Mendes Junior, Engevix, encabezadas por Odebrecht y Andrade Gutiérrez”. Todas se encontraban bajo investigación judicial y con algunos presidentes detenidos en junio 2015 (Reuters: 14-09-16).

IV.- Se adelantaron reconversiones urbanísticas signadas por el desplazamiento forzoso y violento de pobladores de las favelas o barrios pobres, para disponer de los espacios necesarios para las obras del Mundial y JJ.OO., creándose una gran especulación inmobiliaria y agravando el problema de la vivienda

Para el Mundial se estiman en “250.000 los desalojos;...en los JJ.OO., por su ubicación junto a las 4 áreas olímpicas, varias favelas fueron desalojadas para hacer construcciones más caras” (Baños, 2014).

El precio de los inmuebles se disparó para la mayoría de las personas que vivían en las grandes ciudades y cerca de la décima parte de la población no tenía acceso a viviendas en condiciones:

De 2005 a 2014, el crédito para la especulación inmobiliaria y construcción civil aumentó 20 veces; en São Paulo y en Río de Janeiro los precios por metro cuadrado se cuadruplicaron. Solamente

en el 2010, los alquileres en São Paulo aumentaron 146%. Y en ese mismo periodo, había cerca de 6 millones de pisos desocupados, con 7 millones de familias sin techo". Los alquileres en los alrededores de Itaquera (São Paulo), el suburbio en el que se ubicó un nuevo estadio de fútbol, aumentaron 130 US\$ al mes en 2013. "Y en vez de aumentar la oferta de casas populares, el gobierno financió a las de la construcción privada -con un espléndido beneficio- de urbanizaciones en áreas periféricas, cobrando alquileres más caros de lo que los más pobres pueden pagar, a la vez que apoyaba a las autoridades locales en los desalojos de ocupaciones (Gentili, 2006: 40-41).

V.- Ante el desmoronamiento ideológico, la violencia se convirtió en recurso fundamental para garantizar la realización de los eventos

Sustentada en:

- Un ordenamiento jurídico resultado de modificar y/o aprobar nuevas leyes (728 en 2011; 236 en 2012; 3.461 y 499 en 2013; y 12.850), que permitió utilizar las fuerzas armadas para mantener el orden interno (Baños, 2014), la tipificación del "crimen de terrorismo" y **violación de los "derechos a la información y a la participación política"** (Amaral, 2015) con el espionaje electrónico, límites al acceso a la web y al ejercicio de las libertades de prensa, expresión y comunicación, "evidenciado en censura de las protestas populares por los grandes medios de comunicación nacionales y extranjeros aliados con la FIFA, el COI y sus Socios transnacionales" (Altuve, 2018: 485-486).
- La inversión de "más de 1.000 millones USD\$ en seguridad" (Altuve, 2018: 482).

La represión de las manifestaciones y protestas contra el Mundial ameritó produjo severas críticas de organismos internacionales de derechos humanos que sacaron "tarjeta amarilla al gobierno...Todas las personas tienen derecho... a ejercer sus derechos humanos, a la libertad de expresión y la reunión pacífica...y el gobierno...está obligado a garantizar que así sea" (Amnistía Internacional, 2014).

Con el orgullo y soberanía nacional vapuleados por la FIFA y sus Socios, con el progreso económico prometido convertido en espejismo debelado por el alto costo del Mundial financiado con fondos públicos, inutilidad social de algunas obras y corrupción combinada con impunidad en buena parte de todas, y con una violenta política estatal de desalojos y reconversiones urbanísticas que profundizó el problema de la vivienda, se fue desmoronando la ideología deportiva *mundialista* en medio de una situación económica cada vez más difícil que agravaba los problemas de la vida cotidiana.

La dinámica crisis económica-desmoronamiento de la ideología *mundialista*, explica en alguna medida las inéditas, insólitas y masivas protestas en 2013 unidas por las quejas contra la FIFA, los elevados costos que tenía para las arcas públicas el Mundial y contenía demandas de reivindicaciones muy específicas para mejorar la calidad de vida de la población (transporte, servicios públicos); articularon exigencias de solución de necesidades básicas y severos cuestionamientos a la realización del evento, a su simbología y a la FIFA: la aprobación del gobierno cayó a la mitad. Esta situación se venía incubando

desde 2010 hasta...2013...Alcanza su punto de inflexión en las grandes movilizaciones de junio 2013...Con la consigna *Padrao FIFA*...se reclamaba para el transporte público, educación, salud, estándares similares al tratamiento que se le daba al uso de recursos públicos para obras y organización del Mundial y las Olimpiadas (Carcione: 11-11-18).

La intensificación de la violencia frente a las protestas 2013 generó más rechazo y alcanzó su clímax en el Mundial “con el mayor despliegue de seguridad de todos los Mundiales” (Altuve, 2018: 485).

En lo político, pueden registrarse tres períodos:

- Desde la asignación de las sedes del Mundial 2014 y JJ.OO. 2016 en la cúspide de popularidad de Lula Da Silva, que se mantiene con Dilma Rouseff.
- Debilitamiento de Dilma al final de su primer gobierno, debe sortear las manifestaciones contra el Mundial desde 2013 y es reelecta con una estrecha ventaja del 3% en 2014, año del Mundial.
- Colapsada la ideología deportiva, intensificada la crisis económica y a flor de piel el descontento y enojo de sectores importantes de la población, Dilma debilitada comienza su nuevo gobierno, continúa con los preparativos de los JJ.OO. y la gran burguesía con el apoyo del capital transnacional inicia su demoledora ofensiva final -a través de sus operadores políticos- a mediados de 2015, logrando su suspensión el 12-05-16 (2 años después del Mundial), sustituida por un Presidente provisional que inaugura los JJ.OO el 05-08-16 y destituida el 31-08-16 después de finalizados los juegos el 21-08-16.

El deporte a través del Mundial 2014 y JJ.OO. 2016 realizados con financiamiento - fundamentalmente- del Estado, al concentrar sus beneficios producidos en la FIFA, el COI, sus Socios transnacionales y empresarios nacionales asociados con funcionarios estatales y políticos corruptos, convirtió el rechazo al Mundial en elemento movilizador que

coadyuvó a las protestas de 2013 y puso en duda el carácter popular-democrático del gobierno de Dilma al evidenciar que mantenía inalterables los beneficios de los poderosos, mientras engañaba a su pueblo porque no cumplía lo prometido y agravó sus problemas, contribuyendo con su debilitamiento político y formando parte del proceso de génesis-desarrollo de su destitución.

Incorporación del deporte a la victoriosa campaña electoral presidencial de Jair Bolsonaro, en Brasil, en 2018

El deporte fue incorporado como elemento importante de la campaña electoral de Bolsonaro en 2018, logrando articular armónica y simultáneamente:

1) El respaldo de famosos deportistas-competidores activos y retirados. **Futbolistas:** Ronaldinho; Lucas Moura; **Neymar;** Cafú; **Jadson;** **Roger;** **Kaká;** Gilberto; Lucao; Ederson; Rossi; etc. **Automovilismo:** Fittipaldi; Lucas Di Grassi.; Felipe Massa. **Volibol:** **Wallace y Mauricio Souza.** **Luchadores:** José Aldo y Wanderlei Silva; Paulo Henrique; Warley Alves (BBC Mundo 2018, Cornali 2018, EFE 2018, El Periódico 2018). “Así como en Argentina...Macri logró la presidencia gracias al apoyo de Tévez, Riquelme, Ramón Díaz, Francescoli, Basile, Del Potro,...en Brasil Rivaldo se suma a...Ronaldo, Emerson y Mascherano” al apoyo a Bolsonaro (Taringa, 2018).

2) Con la presencia de Bolsonaro en partidos de distintos equipos, ciudades y estadios:

America Football Club, Palmeiras, Botafogo, Flamengo, Operário Futebol Clube, Vasco Da Gama, Sport Recife, Sampaio Corrêa, Santos, Fluminense, Gremio, Verdão... si busca ‘Bolsonaro time’ en Google, aparece una interminable lista de instantáneas... con distintas casacas... Utilizó al fútbol como una alternativa para publicitar su candidatura, y tuvo muy buenos resultados... en una encuesta que realizó UOL, la mayor empresa de contenidos brasileña,... fue elegido por la mayoría de los futbolistas (Radiohuancavilca 2018, Perfil 2018).

Fue prominente el lugar del deporte en la victoria de Bolsonaro. Lo convirtió en uno de los escenarios privilegiados donde mejor operó la revolución tecno-política de su campaña electoral. Logró articular el respaldo de famosos deportistas-competidores (activos y retirados), con su presencia en partidos de distintas ciudades. Registrando, difundiendo y propagando masivamente a través de las redes sociales, su presencia en los estadios y el apoyo de deportistas-competidores, en fin, el respaldo del mundo deportivo.

Referências

AFP. (2001). Fútbol argentino transfirió jugadores por 800 millones USD\$. **El Nacional**. Caracas, 09 de septiembre.

ALABARCÉS, P. y GARRIGA J. (2014). “Pionerismos, continuidades, deudas”. En: **Revista del Museo de Antropología**, Universidad Nacional de Córdoba Vol. 7, N. 2.

ALEMÁN, P. (2017). De cómo Macri retornó Argentina a la pesadilla neoliberal. **Contexto Latinoamericano**, La Habana Vol. 1-Año 1. La Habana. Disponible en: <http://www.contextolatinoamericano.com/files/Contexto%20Latinoamericano_14.pdf>. Acceso en: 02 may. 2019.

ALTUVE, E. (2016). **Deporte, globalización y política**. Medellín: Editorial Kinèsis.

ALTUVE, E. (2018). **Globalización, neoliberalismo, política pública y poder. Papel del deporte en el retorno del proyecto neoliberal**. Centro Experimental de Estudios Latinoamericanos “Dr. Gastón Parra Luzardo” de la Universidad del Zulia-Maracaibo, asociado al Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Quito: CIED.

ALTUVE, E. (2019). “Papel del deporte en la irrupción fascista en Brasil 2018: ¿Cómo el deporte fue convertido en elemento importante de la campaña de Bolsonaro? ¿De qué forma el Mundial de Fútbol y JJ.OO. contribuyeron con la destitución de Dilma Rouseff, el punto de quiebre de la democracia?”. **ATHLOS. Revista Internacional de Ciencias Sociales de la Actividad Física, el Juego y el Deporte**. Madrid. Vol. XVI, Año VIII.

AMARAL, M. (2015). Brasil: el Mundial de Fútbol, esa catástrofe. **Planv**. Quito. Disponible en: <<http://www.planv.com.ec/historias/sociedad/brasil-el-mundial-futbol-esa-catastrofe>>. Acceso en: 07 ago. 2015.

AMNISTÍA INTERNACIONAL. (2014). Sácale tarjeta amarilla al gobierno de Brasil. La protesta no es un crimen. **Amnistía Internacional**. Madrid. Disponible en: <https://www.es.amnesty.org/actua/acciones/brasil-protestas-mundial-may14/>>. Acceso en: 30 ago. 2014.

ARIZA, A. (2016). **Mauricio Macri: Claves de una campaña virtual exitosa**. Ponencia de Andrea Ariza en el XII CONGRESO NACIONAL Y V CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE DEMOCRACIA. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales-Universidad Nacional de Rosario. 2016, Rosario, 12 septiembre.

BADENHAUSEN, K. (2015). Los atletas mejor pagados. **Revista Forbes**. México DF. Disponible en: <<https://www.forbes.com.mx/los-100-atletas-mejor-pagados-del-mundo/>>. Acceso em: 26 nov. 2016.

BAÑOS, D. (2014). Daños colaterales del Mundial Brasil. **Difuso Ribero**. Ciudad de México. Disponible em: <<https://difusoribero.com/2014/07/11/%20danos-colaterales-del-mundial-brasil-2014>>. Acceso en: 09 sep. 2015.

BBCMUNDO. (2015). Las 5 razones por las que, según BBC, el triunfo de Mauricio Macri es “único”. **La Nación**. Buenos Aires. Disponible en: <<http://www.lanacion.com.ar/1848142-las-5-razones-por-las-que-segun-bbc-el-triunfo-de-mauricio-macri-es-unico>>. Acceso en: 06 nov. 2016.

BBCMUNDO. (2018). Brasil: Jair Bolsonaro y los famosos futbolistas como Ronaldinho que apoyan su candidatura a la presidencia. **BBCMundo**. Londres. Disponible en: <<https://www.bbc.com/mundo/deportes45940842>>. Acceso en: 05 nov. 2018.

BOHOSLAVSKY, E. y MORRESI, S. (2016). El partido PRO y el triunfo de la nueva derecha en Argentina. **Amérique Latine HISTOIRE & MÉMOIRE**. París. Disponible en: <<https://journals.openedition.org/alhim/5619>>. Acceso en: 05 may. 2019.

BORÓN, A. (2015). Argentina 2015: Claves de una derrota. **Telesur tv**. Caracas. Disponible en: <<https://static.telesur tv.net/filesOnRFS/news/2015/12/22/argentina-clavesdeunaderrota.pdf>>. Acceso en: 28 dic. 2015.

BORÓN, A. y KLACHKO, P. (2016). Sobre el “post-progresismo” en América Latina: aportes para un debate. Madrid. **Rebelión**. Disponible en: <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=217125>>. Acceso en: 05 may. 2019.

BRITO, G. y LEWIT, A. (2016). **Cambio de época. Voces de América Latina**. Caracas: Fundación Editorial El Perro y La Rana, Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG) y BANDES.

CANTAMUTTO, F. (2016). Cambiemos final de la dominación hegemónica en Argentina. **Universidad Nacional del Sur-Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur**. Buenos Aires. Disponible en: <https://www.academia.edu/29888497/Cambiamos_final_de_la_dominaci%C3%B3n_hegem%C3%B3nica_en_Argentina>. Acceso en: 01 may. 2019.

CARCIONE, C. (2018). El fenómeno Bolsonaro. ¿Punto de llegada o momento de aceleración de la crisis? **Aporrea**. Caracas. Disponible en: <<https://www.aporrea.org/internacionales/a271635.html>>. Acceso en: 11 nov. 2018.

CLACSO. (2017). **Enciclopédia do golpe**. Vol. 1. Bauru-São Paulo: Projeto Editorial Praxis. Instituto Joaquín Herrera Flores-Instituto Defesa da Classe Trabalhadora.

CLACSO. (2018a). **Enciclopédia do golpe**. Vol. 2. Bauru-São Paulo: Projeto Editorial Praxis. Instituto Joaquín Herrera Flores-Instituto Defesa da Classe Trabalhadora.

CLACSO. (2018b). **Gobiernos del PT. Un legado para el futuro. Brasil**. Buenos Aires y San Pablo: Fundação Perseu Abramo.

CORNALI, F. (2018). Elecciones en Brasil: los deportistas divididos entre el respaldo y el rechazo al candidato Bolsonaro. **La Nación**. Buenos Aires. Disponible en: <<https://rebelion.org/sobre-el-post-progresismo-en-america-latina-aportes-para-un-debate/https://www.lanacion.com.ar/2185273-elecciones-brasil-deportistas-divididos-respaldo-rechazo-al->>. Acceso en: 05 nov. 2018.

CHÁVEZ, E. y MOLINA, P. (2016). Ganar por el voto joven. **Revista Anfibia. Universidad Nacional de San Martín.** San Martín. Disponible en: <<http://revistaanfibia.com/ensayo/ganar-por-el-voto-joven/>>. Acceso en: 02 may. 2019.

DÍAZ, B. (2017). **Luchas por la hegemonía en el siglo XXI La renovación de las derechas en tiempos de progresismo en América Latina.** Berlín: Freie Universität-Facultad de Ciencias Políticas y Ciencias Sociales-Instituto de Estudios Latinoamericanos.

DUFOUR, I. (2018). El Mundial reparte 178 millones € para los clubes. **La Vanguardia.** Madrid. Disponible en <<http://www.lavanguardia.com/deportes/20180609/444240695536/el-mundial-reparte-178-millones-de-euros-para-los-clubes.html>> Acceso en: 16 ago. 2018.

ECA. (2014). Más del 75% de los jugadores de la Copa Mundial 2014 se ha registrado en clubes europeos. **Asociación de Clubes Europeos.** Nyon-Suiza. Disponible en <<http://www.ecaeurope.com/news/eca-playerrelease-analysis-fifa-world-cup-2014>> Acceso en: 07 ago. 2014.

EFE. (2018). Rivaldo, Ronaldinho y otros deportistas afines a Bolsonaro. **La Opinión.** Madrid. Disponible en <<https://www.laopiniondemurcia.es/deportes/2018/10/18/rivaldo-ronaldinho-deportistas-fines-bolsonaro/964149.html>> Acceso en: 05 nov. 2018.

EL PERIÓDICO. (2018). **Perone apoya a Bolsonaro.** El Periódico. Aragón. Disponible en <https://www.elperiodicodearagon.com/noticias/realzaragoza/perone-muchos-futbolistas-brasilenos-apoyan-ultraderechista-bolsonaro_1318323.html> Acceso en: 13 nov. 2018.

EL TRIBUNO. (2018). Las ligas europeas aportan el 74% de los jugadores para Rusia 2018. **El Tribuno.** Salta. Disponible en <<https://www.tribuno.com/salta/nota/2018-6-6-20-35-0-ligas-europeas-aportan-el-74-de-los-jugadores>> Acceso en: 16 ago. 2018.

FÉLIZ, M. (2017). Argentina, de la crisis neoliberal a la crisis del neodesarrollo, de Kirchner a Macri. **Memoria Académica UNLP-FaHCE.** La Plata. Disponible en: <<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.561/pm.561.pdf>>. Acceso en: 03 may. 2019.

GENTILI, P. (2016). **Golpe en Brasil: Genealogía de una farsa.** Buenos Aires: CLACSO- Octubre Editorial.

GENTILI, P. (2018). Plebiscito en una democracia agonizante. Brasil barbarie. Los niños explican Jair Bolsonaro. Brasil en el abismo del fascismo. El fascismo nuestro de cada día. El Brasil que queda y lo que queda de Brasil. Rio de Janeiro. **CLACSO.** Buenos Aires. Disponible en <https://elpais.com/elpais/2018/10/07/contrapuntos/1538907924_338401.html; https://elpais.com/elpais/2018/10/23/contrapuntos/1540297843_322060.html; https://elpais.com/elpais/2018/10/26/contrapuntos/1540505173_870088.html; https://elpais.com/elpais/2018/10/08/contrapuntos/1538983816_661454.html; https://elpais.com/elpais/2018/10/28/contrapuntos/1540687510_196909.html>

https://elpais.com/elpais/2018/10/29/contrapuntos/1540780955_489243.html>. Acceso en: 04 a 09 nov. 2018.

GENTILI, P. y TROTTA, N. (2016). **América Latina: La democracia en la encrucijada**. Buenos Aires: CLACSO-Editorial La Página.

GOBIERNO FEDERAL. (2015). **Informe Presupuesto con participación privada 1 año para los Juegos Olímpicos Río 2016**. Río de Janeiro.

HARRIS, R. (2016). Ecclestone confirmó la venta de la F1 a conglomerado de medios de EEUU. Nueva York. **La Patilla**. Caracas. Disponible en: <<http://www.lapatilla.com/site/2016/09/07/ecclestone-confirmando-la-venta-de-la-f1-a-conglomerado-de-medios-de-eeuu/>> Acceso en: 08 sep. 2016.

LA NACIÓN. (2016). Río 2016: ¿por qué las multinacionales patrocinadoras de los JJ.OO. no pagan impuestos?. **La Nación**. Buenos Aires. Disponible en: <<http://www.lanacion.com.ar/1928919-rio-2016por-que-las-multinacionales-patrocinadoras-de-los-juegosolimpicos-no-pagan-impuestosbr>>. Acceso en: 24 ago. 2016.

LÓPEZ, F. (2016). **América Latina: Crisis del posneoliberalismo y ascenso de la nueva derecha**. Buenos Aires: CLACSO-EDICIONES CICCUS.

MANGONNET, J.; MURILLO, M.; RUBIO, J. (2016). “Argentina: El protagonismo de los votantes y la alternancia electoral”. **En Revista de Ciencia Política Chile**, vol. 36, n. 1. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago. Disponible en: <<https://www.redalyc.org/pdf/324/32446000001.pdf>>. Acceso en: 04 may. 2019.

MENSAJE 360. (2019). Mauricio Macri, el empresario que forjó su camino hacia el sueño presidencial. **Mensaje 360**. Buenos Aires. Disponible en: <<http://www.mensaje360.com/0/nota/index.vnc?id=1074>>. Acceso en: 07 may. 2019.

MOLINA, G. (2016). El negocio del deporte, un gigante de 580.000 millones €. En **La Jugada Financiera**. Madrid. Disponible en: <<http://lajugadafinanciera.com/negocio-del-deporte-un-gigante-de-580-000-millones/>> Acceso en: 09 abr. 2017.

PALCO23. (2015). La Liga lanza su ofensiva internacional con oficinas en Sudáfrica, EEUU y China. La Liga agita ‘El Clásico’ a nivel mundial con eventos en China y EEUU. **Palco 23**. Barcelona. Disponible en: <<http://palco23.com/competiciones/20151008/la-liga-lanza-su-ofensiva-internacional-con-oficinas-en-sudafrica-eeuu-y-china/>> y <http://palco23.com/fueradejuego/20151116/la-liga-agita-el-clasico-a-nivel-mundial-con-eventos-en-china-yeeuu/>>. Acceso en: 15 dic. 2016.

PANORAMA. (2015). El 2015 fue un año récord en dinero para la industria del deporte. Maracaibo. **Diario Panorama**. Maracaibo. Disponible en: <<http://www.panorama.com.ve/deportes/El-2015-fue-un-ano-recorden-dinero-para-la-industria-del-deporte-20160102-0015.html>>. Acceso: 03 enero 2016.

PERFIL. (2018). Jair Bolsonaro, el presidente multicamiseta. Perfil. Buenos Aires. Disponible en: <<https://442.perfil.com/2018-10-29-649887-jair-bolsonaro-el-presidente-multicamiseta/>>. Acceso en: 08 nov. 2018.

RADIO HUANCAVILCA. (2018). Bolsonaro, el presidente de los brasileros y de los clubes. Radio Huancavilca. Guayaquil. Disponible en: <<https://radiohuancavilca.com.ec/deportes/deportes-internacionales/2018/10/29/bolsonaro-el-presidente-de-los-brasileros-y-de-los-clubes/>>. Acceso: 08 noviembre 2018.

REAL MADRID. (2017). Cumbre Real Madrid-China. **Real Madrid**. Madrid. Disponible en: <<https://www.realmadrid.com/noticias/2017/10/cumbre-real-madrid-china-en-pekín>>. Acceso en: 03 nov. 2018.

REUTERS. (2016). Brasil: más proyectos olímpicos son investigados por corrupción. **Reuters**. Curitiba. Disponible en: <<http://gestion.pe/politica/brasilmas-proyectos-olimpicos-son-investigados-corrupcion-2159034>>. Acceso en: 14 sep. 2016.

RIÑANO, P; ROBLEDO P. (2016). El Mapa de la Moda 2016: Los campeones del deporte. **Moda**. Madrid. Disponible en: <<https://www.modaes.es/back-stage/el-mapa-de-la-moda-2016-ivlos-campeones-del-deporte.html>> Acceso en: 10 abr. 2017.

SOCCKEREX. (2018). Football Finance 100. **2018 Edition**. Londres. Disponible en: <http://mysoccerex.com/Soccerex_Football_Finance_100_2018_Edition.pdf>. Acceso en: 01 nov. 2018.

SADER, E. (2014). **Lula y Dilma. Diez años de gobiernos posneoliberales en Brasil**. Madrid: IAEN y Universidad de Posgrado del Estado, de Ecuador-Traficantes de Sueños.

SADER, E. (2017). **Las vías abiertas de América Latina**. Caracas: CELAG y BANDES.

SERRANO A. (2015). **América Latina en disputa**. Caracas: Fundación Editorial El Perro y La Rana, CELAG y BANDES.

TARINGA. (2018). Rivaldo apoya a Bolsonaro y se define la elección. **Taringa**. Buenos Aires. Disponible en: <https://www.taringa.net/+info/rivaldo-apoya-a-bolsonaro-y-se-define-la-eleccion_1eevgh>. Acceso en: 08 nov. 2018

VOMMARO, G. (2014). “«Meterse en política»: la construcción de PRO y la renovación de la centroderecha argentina”. **Revista Nueva Sociedad Brasil**, n. 254.

ZIMBALIST, A. (2016). **El negocio económico detrás de la organización de los JJ.OO. y el Mundial de Fútbol**. Madrid: Ediciones Akal.