


TRANSFORMACIONES EN EL CAPITALISMO GLOBAL Y MERCADO DE JUGADORES DE FÚTBOL

Transformations in global capitalism and soccer player market

Santiago **ULIANA**

Universidad de Buenos Aires (UBA), Buenos Aires, Argentina

usantiago@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8571-056X> 

A lista completa com informações dos autores está no final do artigo ●

RESUMEN

El objetivo de la investigación que aquí se presenta es conocer el funcionamiento del mercado de jugadores de fútbol en Argentina hacia otros países. Tomando distancia de las visiones económicas clásicas que entienden a los intercambios de mercado como resultado de decisiones racionales de los agentes, realizamos una lectura sociológica que pone en juego tres modelos teóricos diferenciados para comprender cómo se construye el mercado de jugadores. Los cambios en el capitalismo, las redes entre actores y las relaciones de estos en términos de conflicto y cooperación junto al rol del estado, son vistos como condicionantes de las operaciones de traspaso de futbolistas. Demostrándose cómo detrás de una aparente lógica económica se esconde una matriz social. Metodológicamente se produjeron una serie de datos cuantitativos tomados de fuentes secundarias y otros de factura propia, conjuntamente con datos cualitativos resultados de entrevistas semi estructuradas con actores involucrados en el mundo del fútbol.

PALABRAS CLAVES: capitalismo. Globalización. Mercado. Fútbol

ABSTRACT

The objective of the research hereby introduced is to learn about the way the soccer players market works in Argentina regarding other countries. Taking distance from the classical economic visions which take market exchanges as a result of rational decisions of the agents, we carry out a sociological reading that puts into play three differentiated theoretical models to understand how the player market is built. The changes in capitalism, the networks between actors and their relationships in terms of conflict and cooperation all together taken with the role of the state are seen as determining factors in the transfer operations of soccer players. There is a social matrix hidden behind an enomical logic. Methodologically, there is a series of quantitative data taken from secondary sources and others from their own invoices, together with qualitative data taken from interviews, which are the results of semi-structured interviews with actors involved in the football environment.

KEYWORDS: Capitalism. Globalization. Market. Football

1 INTRODUCCIÓN

La compra y venta de los servicios que prestan los jugadores de fútbol constituye un mercado global en el que los jugadores argentinos se insertan activamente. En este artículo es de interés analítico y empírico dar cuenta de las lógicas de funcionamiento estructuran los mercados.

La concreción de la transferencia de un futbolista por un determinado monto de dinero de un club a otro, interroga sobre cómo se fija el precio del traspaso. Para responder la pregunta, partimos de considerar que ese valor nominal no se define tomando como base y referencia el costo de producción del jugador, como por ejemplo sucedería con la venta de un paquete de arroz o de una línea telefónica. Lo que se está vendiendo es un servicio que puede tener ya varios años disputando fútbol profesional, que podrá no cumplir, alcanzar o superar las expectativas previas, constituir una inversión financiera, a vez que posee un valor que fluctuará a lo largo tiempo e inevitablemente, terminará por disolverse hacia el final de la carrera del profesional. La respuesta a la pregunta sobre la definición del valor monetario de la venta, se despliega en las páginas que siguen a partir de la comprensión de las lógicas sociales que se recrean en los mercados de jugadores de fútbol.

En términos conceptuales, partiremos desde una primera toma de distancia con el discurso económico clásico, que sostiene que el precio de un bien o un servicio en el mercado, surge de una decisión racional de los actores fundada en intereses individuales. Discutiremos con la idea de que un mercado es un espacio abstracto en donde las operaciones económicas fluyen de manera natural. En cambio, consideramos, que en la adquisición de estos servicios, intervienen factores sociales y culturales, enlazados con tendencias propias del sistema capitalista actual y del proceso de globalización como marco general que las contiene y hace posible.

Concretamente, se considera que la noción de mercado y la definición de valor monetario, se construyen en el funcionamiento de redes de relaciones entre actores (BOLTANSKI y CHIAPELLO, 2010; GRANOVETTER, 2003), sostenidas en vínculos con contenido moral (ZELIZER, 2008, 2011), apuntaladas por regulaciones estatales (BOURDIEU, 2001), en un contexto de donde la *reflexividad estética* (LASH y URRY, 1998) utiliza a la figura de los deportistas cuando devienen en objeto mercantil.

La perspectiva sociológica que aquí se retoma excede la idea del mercado como juego entre oferta y demanda. Y para definir la idea de construcción se busca comprender

las condiciones sociales fundantes de los intercambios. Entendiendo que un mercado no es más que un sistema de relaciones sociales (Lorenc Valcarce, 2012).

Se presentan a continuación tres enfoques teóricos sociológicos y los avances de una investigación empírica que arroja sus primeros resultados.

2 TRES ENFOQUES SOCIOLÓGICOS PARA ABORDAR LOS MERCADOS DE JUGADORES DE FÚTBOL

2. 1. Cambios en el capitalismo contemporâneo

La globalización se ha impuesto desde la década del noventa, provocando un importante crecimiento del volumen de intercambios de objetos y servicios entre países. Esta circulación ha sucedido de manera acelerada y atravesando grandes distancias (LASH y URRY, 1998) que contribuyeron a la creación de nuevos mercados y ampliación de otros ya existentes. Este proceso, también se dio en el caso de los jugadores brasileños y su migración hacia clubes de otros países. Al respecto, Silva Rial (2011), introdujo una clave clasificatoria para entender los mercados globalizados del fútbol, al distinguir los destinos para los futbolistas brasileños según: a) las grandes ligas europeas como Italia, España e Inglaterra con salarios altos, repercusión mediática global y competitividad deportiva y, b) las ligas menores con menos nivel técnico en competición, escasa trascendencia mediática por fuera del país y salarios en otra escala más baja, entre ellas países como Portugal, los países latinoamericanos o Japón. Pero la inserción de un futbolista brasileño en una liga extranjera importante también reporta “ganancias” asociadas a su costado simbólico (SILVA RIAL, 2008), al aportar a la configuración de un imaginario nacional sobre un Brasil con peso en el exterior y en la consideración de sus habitantes.

Otro de los cambios asociados a la globalización es el debilitamiento de las estructuras sociales y culturales típicas de la modernidad, como las clases sociales, los partidos políticos o la familia. Las relaciones sociales están cada vez más vaciadas de significaciones y mediadas por objetos mercantiles cuyo consumo permite a las personas tomar extraer signos de distinción e identificación (BOURDIEU, 1998). En este sentido, Louveau (2007) entiende que el cuerpo de los deportistas es atravesado por el mercado volviéndose objeto de culto. Los futbolistas se insertan en esta trama desde un papel de

estrellas del show del fútbol televisado. Esta tendencia también impacta en su valuación monetaria.

Una de las contracaras de la globalización, ha sido el debilitamiento de los estados nacionales, que se han visto sobrepasados en su capacidad de control por el ingreso masivo de capitales, bienes, servicios, informaciones, tecnologías, políticas, imágenes y regulaciones. Este problema visualizado en el fútbol es abordado recientemente por Ribeiro (2017), en un estudio de los flujos migratorios de jóvenes futbolistas brasileños. Situación que esconde, tras una aparente legalidad, actuaciones ilegales por transferencias de menores de edad. Si bien, la Federación Internacional de Fútbol Asociada (FIFA)¹, en línea con las legislaciones laborales prohíbe la contratación de proyectos de futbolistas menores de 18 años de edad, la misma regla es trasgredida con otra que establece que si un familiar directo del jugador se muda a la ciudad para desarrollar alguna actividad económica, el fichaje puede realizarse. La mecánica consiste en que el club consiga un trabajo para alguno de los padres del menor.

Los cambios de la globalización impulsaron por el surgimiento de las *economías de signos*. Que según entienden Lash y Urry (1998), promueven un uso intensivo del conocimiento e incorporan a la información como eje de las decisiones de producción. El arte y el diseño se fusionan con la economía personalizando la producción y dejando de lado las series estandarizadas. Nuevos nichos de mercado tan específicos como disímiles encuentran un dinamismo inusitado: turismo, moda y espectáculos. A estos cambios en la economía Lipovetzky y Serroy (2015) los sintetizan bajo la noción de *capitalismo artístico*. Así, el fútbol, se enmarca en las economías de signo, por su capacidad de escenificar estructuras y jerarquías sociales como “ritual pagano” (DA MATTA, 1982), que pueden asumir variadas significaciones culturales y sociales (GUEDES, 1977). Dentro de sus ricas posibilidades narrativas, son las más frecuentes las identidades territoriales y las rivalidades binarias entre equipos que conforman los clásicos (DAMO, 2002; ULIANA, 2011). La mercantilización del fútbol y la valorización de los jugadores es un proceso económico apoyado sobre estas bases culturales y sociales.

El capitalismo actual es un sistema económico fuertemente financiarizado (APPADURAI, 2017). A continuación, seguimos a Lash y Urry (1998) en su análisis del proceso. Hoy los sistemas financieros se estructuran globalmente y acompañan la desterritorialización de la economía. Los mercados de créditos privados son un sistema

¹ Se trata de la entidad mundial rectora del fútbol que define entre otras cosas el reglamento de transferencias de jugadores entre clubes miembros.

global que escapa a los controles nacionales. El dinero como medio de pago ya no representa el valor creado por los procesos materiales de una economía. El dinero se comercializa a cambio de dinero transado bajo títulos que son transacciones monetarias futuras. El dinero se ha convertido de una especie de significante flotante que conecta intercambios con otros signos alejados de los procesos reales y materiales. Bajo esta lógica de la financiarización los grandes equipos de fútbol europeo ya cotizan en bolsa y los jugadores se vuelven activos financieros de riesgo.

Los procesos descritos bajo el paraguas interpretativo de la globalización, son parte de las profundas transformaciones del capitalismo, que repercuten sobre la configuración de los mercados y los valores monetarios que las transferencias de los jugadores involucran.

2. 2. Redes sociales y mercados

La segunda de las interpretaciones sociológicas utilizadas son aquellas que leen a los mercados desde la perspectiva de las redes sociales. Al respecto, Bolstanki y Chiapello (2010) entienden que la novedad del capitalismo radica en el impulso de formas organizativas que se apoyan en criterios de flexibilidad en la búsqueda de creatividad. Al procurarse desandar las viejas estructuras burocráticas y jerárquicas tanto en la empresa como en el estado es que se promueve el trabajo en red.

Conceptualmente, el modelo de trabajo en red constituye un paradigma aplicable a cualquier más allá de las organizaciones económicas. La añeja crítica al carácter opresivo de las instituciones de la modernidad que planteara Foucault, encontraría en las redes un principio de solución que dio mayores grados de libertad, elevando la productividad y garantizando altas tasas de ganancias. La eficacia de este esquema radica en una redefinición del uso del tiempo que promueve relaciones entre actores económicos de mayor fortaleza y estabilidad. La noción de red se sedimenta en vínculos interpersonales basados en la confianza. El mundo económico actual se encuentra articulado no solo sobre la propiedad privada sino también sobre las relaciones. Por lo que la comunicación es nodal para aceitar operaciones económicas basadas en vínculos interpersonales. Se plantea una conexión con los objetos orientada hacia disponibilidad en función de un tiempo determinado; el alquiler. Las transferencias de jugadores de fútbol se estructuran desde contratos laborales que incluyen una temporalidad acotada y vinculaciones regulares entre los actores del mercado.



Las redes de los mercados del fútbol se articulan en procura de distintos intereses que pueden exceder lo futbolístico. Las transferencias son solo un cuadrado en el entretejido mayor de la red. Un ejemplo de cómo funciona el negocio es el caso de los derechos de propiedad intelectual sobre el fútbol televisado y sus vinculaciones asociadas al fútbol negocio (NEVES y DOMINGOS, 2004). Existe un formato ya consolidado conocido como “jardines vallados”² (DANTAS y MOURA da SILVA LOPES, 2016) ensamblado con actividades económicas vinculadas a la compra de derechos³ de transmisión de encuentros y su posterior venta a empresas propietarias de señales de televisión, pero también a fabricantes y desarrolladores de software y hardware. Estamos en presencia de propietarios de derechos de transmisión, canales de televisión, fabricantes de pantallas, computadoras, colocaciones financieras en los mercados bursátiles del mundo y en algunos casos hasta dueñas de clubes de fútbol⁴. Luego, parte de los ingresos por venta de derechos vuelven a los clubes para financiar la compra de nuevos jugadores. Con lo que equipos y super estrellas del fútbol se transforman en piezas publicitarias elevando su cotización de mercado. ¿El resultado? un negocio caracterizado en el que unas pocas empresas son propietarias de derechos de transmisión que usan como piedra angular para el desarrollo de negocios conexos⁵.

Las redes económicas también comprenden articulaciones y fines políticos. Trabajando en esta línea, Rocha (2019) demuestra como la candidatura del luego presidente de la FIFA Joao Havelange en el año 1974, fue impulsada desde una red de empresarios brasileros en alianza con la dictadura militar de la época. El grupo empresarial se constituyó como apoyo financiando la preparación de la selección nacional para Mundial México 1970. Con el objetivo de posicionar (se) al país en el contexto internacional en el marco del fuerte proceso de industrialización y desarrollo económico del Brasil de la época.

El enfoque de redes se complementa con las lecturas que observan los aspectos morales inherentes a los procesos económicos. Viviana Zelizer (2008, 2011) retoma el interés por la pregunta sobre la construcción de los valores de mercado, asociando la consecución de un valor nominal a registros de factura moral, política, estética y afectiva.

² Pago de un canon de parte de los televidentes para ver los partidos.

³ Lo que ha posibilitado el crecimiento del negocio de la televisación de los partidos va de la mano de la venta de los llamados “derechos de autor”, estos derechos son propiedad de las asociaciones nacionales, continentales o mundiales según sea el caso y de las cuales los clubes forman parte.

⁴ Es público por ejemplo que el grupo mexicano de medios de comunicación Televisa es propietario del club América, uno de los más populares de México.

⁵ Es conocido el caso de la llamada Superliga Argentina de Fútbol (SAF), que nuclea a los clubes de fútbol en Argentina, quienes han cedido la administración de los derechos por televisación, que luego fueron vendidos durante el año 2017 a la cadena estadounidense Fox y Turner.

Entendiendo que el proceso de conformación de un precio siempre está sujeto a lógicas socioculturales que se proyectan sobre los objetos transables. Alineado con esta lectura, Damo (2008) explica que aunque sea tratado como mercancía los valores morales también orientan los mercados de jugadores. Como en el caso de la venta de Ronaldinho Gaucho hacia un club europeo.

2. 3. La noción de campo económico de Pierre Bourdieu

La tercera de las líneas teóricas sociológicas utilizadas es la perspectiva de Pierre Bourdieu (1987). Según la cual toda práctica social debe ser comprendida dentro de las lógicas del *campo* al que pertenece. Para el caso de las acciones económicas, el autor se refiere *campo económico* (BOURDIEU, 2001), en el que agentes despliegan sus estrategias como forma de ordenar, acaparar y controlar posiciones y relaciones con otros. En este sentido, las grandes inversiones de auspiciantes en clubes y la compra de futbolistas, puede representar un curso de acción en la búsqueda por visibilizar una marca, asociándola al prestigio o capital simbólico de una institución y/o de futbolistas que poseen buena imagen en la opinión pública.

Asimismo, Bourdieu (2001) considera clave en el *campo económico* el rol y la injerencia del estado a la hora de definir reglas de funcionamiento, que son las que según entiende terminan de deshacer, aumentar o perpetuar la dominación de unos agentes sobre otros. También en contrario a los que ven a la economía como una esfera autónoma que se regula por sí misma, Polanyi (2007) demuestra como el capitalismo en sus orígenes fue una creación estatal, a partir del impulso a la disolución de reglas sociales de los mercados de trabajo y del acceso a la tierra. En este sentido, el estado brasileño, ha intervenido con regulaciones sobre los mercados de futbolistas (RODRIGUES, 2003), concretamente la “Ley Zico” y “Ley Pele” produjeron un impacto en la comercialización de los servicios de los futbolistas. La primera propicia una apertura al habilitar a que los clubes puedan transformarse en empresas privadas perdiendo su contenido asociativista. Y la segunda, impulsa la libertad de contratación a partir del fin de la pertenencia de los futbolistas a un club por tiempo indefinido. El estado en el marco de flexibilidad laboral e impulsada por la globalización económica, impulso un cambio en la legislación alineando al fútbol brasileño con la tendencia mundial en materia de transferencia.

A continuación, se presenta desde una investigación en curso, una serie de datos cualitativos y cuantitativos que nos permiten abonar la hipótesis de los mercados como constructos sociales, aplicado las tres perspectivas sociológicas trabajadas.

3 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

Los datos expuestos a continuación fueron obtenidos a partir de un trabajo de campo que implicó la utilización de técnicas cuantitativas y cualitativas de recolección de datos.

Se han elaborado y analizado datos de factura cuantitativa, algunos de los cuales constituyen interpretaciones de fuentes secundarias extraídas de publicaciones sobre migraciones internacionales de futbolistas, junto a la producción de datos estadísticos propios, realizados a partir de la creación de una base de datos que normalizó el registro de transferencias de jugadores argentinos hacia el extranjero. Sobre la base de datos se construyó de una serie de variables como fecha de transferencia, destino por país y tipo de transacción. El cruce entre datos de secundarios los datos propios, permitió observar tendencias mundiales en materia de transferencias, en su comparación con los movimientos del mercado argentino.

Otro de los ejes metodológicos consistió en la reconstrucción de los marcos normativos legales nacionales e internacionales. Su análisis incluyó una superposición con las transformaciones del capitalismo analizadas en la sección teórica (2.1.), que permitió reconstruir la morfología de los mercados.

En relación a los datos cualitativos también se realizaron una serie de siete entrevistas semi estructuradas a actores vinculados al fútbol profesional, como preparadores físicos, dirigentes deportivos, periodistas especializados, intermediarios y representantes. Estos actores fueron considerados “informantes claves”, que narraron en primera persona sus experiencias en las negociaciones de traspasos de jugadores, lo que permitió comprender el funcionamiento de las redes que viabilizan las transferencias.

Por último, se realizó un relevamiento e interpretación de noticias en medios digitales sobre mercados mundiales y sus movimientos. Esto habilitó a profundizar la comprensión de las trazas y dinámicas de los mercados del fútbol emergentes en su vinculación con otras expresiones del capitalismo y el rol de los estados.



3. 2. Morfología de los mercados

Partiendo de la tesis de Bourdieu (2001) según la cual los mercados están fuertemente condicionados en su construcción por el estado, emprendemos a continuación una reconstrucción de los marcos legales y sus transformaciones en la evolución histórica.

El modelo inglés fue el punto inicial para la construcción de los mercados de futbolistas en el mundo. Sentando las bases de su organización en 1893 con el llamado “derecho de retención” (VUOTTO, 2018) de los clubes sobre los jugadores. La norma establecía que un club que había contratado a un jugador era también propietario de su pase y podía retenerlo hasta que decidiera realizar una transferencia hacia otro club. Como señala Brohm (1993), no puede comprenderse el origen del deporte moderno por fuera del contexto histórico en el que está inmerso: el capitalismo inglés del siglo XIX. La legislación inglesa de la época condicionaría el naciente mercado de futbolistas limitando las transferencias y profundizando las desigualdades entre clubes en materia económica. Toda una marca del capitalismo de la época.

Durante el mismo año de su puesta en práctica, el derecho de retención sufriría una primera modificación en la reglamentación del campeonato inglés dictada por la propia Federación. Se dispuso que el jugador profesional que firmaba un contrato con un club quedara retenido por el tiempo que éste quisiera, con contrato vigente o sin él, a menos que este le concediera la libertad de acción o decidiera transferirlo a otra entidad deportiva. De allí en más, en todo el mundo se aplicaría la prohibición de romper el vínculo si la contratación había quedado registrada oficialmente en algún club asociado a una federación nacional que estuviera afiliada a la FIFA.

Las regulaciones inglesas funcionaron como modelo sobre el cual se construyó el fútbol argentino en lo referido a la limitación de la circulación de jugadores. Para diversos autores de literatura jurídica (VUOTTO, 2018; BARBIERI, 2013), el derecho de retención recién comenzaría a ser desarmado en la legislación nacional en la década de los 60' por diferentes fallos judiciales. Las regulaciones sobre la actividad de futbolista se incorporarían recién en el derecho laboral en 1973 y luego en el primer convenio colectivo de la actividad del año 1975. En la realidad local sería entonces el derecho al trabajo el que condicionó el funcionamiento del mercado al concebir al futbolista como un trabajador portador de derechos.

El primero de estos fallos judiciales que regula la actividad es del año 1969 y es producto de un conflicto entre un futbolista y el club Platense⁶. La principal incidencia del fallo, radica en que tipifica la relación laboral ahondando en algunos aspectos de la actividad, como el ofrecimiento de un primer contrato a los jugadores menores de edad, la composición de la remuneración piso, el registro de los contratos o el porcentual que los jugadores debían percibir si es que su contrato era transferido a otro club. De aquí en adelante, se determinaría que si bien la actividad de jugador de fútbol no es un “bien”, si es un “servicio” y por tanto tiene valor económico. En los años sucesivos hasta la firma del convenio que regularía la actividad, otra serie de conflictos serán laudados en una dirección similar, lo cual producirá la acumulación de casuística que preparará el terreno para las posteriores normas que dictará el estado.

La ley que regula la actividad del futbolista profesional se plasma en la legislación laboral en el año 1973⁷. Estableciendo que el club poseedor de los derechos federativos durante treinta meses deberá proporcione al jugador un contrato de trabajo que lo respalde. Concluido el mismo el jugador es considerado en libertad de acción para negociar un nuevo vínculo con otro club, perdiendo el primero la potestad para negociar un posible pase. Sobre la transferencia establece que el 10 % del monto del pase debe ser para el jugador. Posteriormente para el año 1975 nuevas normas complementan a la mencionada ley y se establece que las relaciones entre los futbolistas y clubes serán representadas por Futbolistas Argentinos Agremiados en el caso de los primeros y por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) para los segundos en tanto “empleadores”. Entre las modificaciones más significativas se dictamina que debe ampliarse a un 15 % del monto del pase de lo que el jugador percibe para sí.

El hecho sociológico más significativo de las nuevas normas radica en que coincide con la serie de transformaciones que comienza a experimentar el capitalismo, pasando de un modelo industrial de escala nacional hacia uno más flexible de alcance global. Las transformaciones del fútbol se inscriben en las trazas más generales de lo que Boltansky y Chiapello (2010) dieron en llamar “nuevo espíritu del capitalismo” sucedidas a partir de la década de los 70'. Los mercados en el nuevo esquema general concretan las transferencias

⁶ Plenario de Cámara Nacional del Trabajo “Ruiz, Silvio R. c/ Club Atlético Platense”. Disponible en: [http://www.casi.com.ar/sites/default/files/INFORTUNIOS%20LABORALES%20JUGADORES%20FINAL%20\(Doctrina\).pdf](http://www.casi.com.ar/sites/default/files/INFORTUNIOS%20LABORALES%20JUGADORES%20FINAL%20(Doctrina).pdf). Acceso en: 24 de octubre 2019.

⁷ Ley Nacional 20.160. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=32637>. Acceso en: 5 de noviembre 2019.

a mayor velocidad y alcance geográfico. La posibilidad de libertad de contratación para los jugadores a los cuales se les ha vencido el contrato luego de 30 meses sucede en esta dirección.

La construcción del mercado entonces está fuertemente definida por la evolución de la legislación. Sin embargo, también hay otro proceso que no puede dejar de soslayarse y es la transformación del fútbol en espectáculo. El primer certamen profesional en Argentina data de 1931 y fue, según Alabarces (2002), posible a partir de un temprano desarrollo de las industrias culturales entre las décadas de 1910 y 1920. La prensa escrita especializada colaboró en la transformación del fútbol de una práctica para el desarrollo físico y moral de los deportistas tal como la trajeran al país sus creadores los ingleses, a un espectáculo de consumo de masas. El pasaje del fútbol amateur al profesionalismo que se concretó en 1931 fue empujado por una huelga de jugadores que reclamaba por el “pase libre”, precisamente en contra del derecho de retención. Según Fridemberg (2011) la profesionalización del fútbol vino a legalizar una situación que ya existía de hecho; la contratación y pago de salarios a jugadores y la compra venta entre clubes⁸. Concluimos parcialmente aquí, que hay dos procesos centrales que hacen a construcción de estos mercados: las regulaciones estatales y la espectacularización.

Siguiendo con la evolución de la normativa en el plano internacional los mercados encontrarían un cambio trascendental a partir de la sentencia judicial dictada sobre el “caso Bosman”. La misma constituye un hito que redefine las transacciones durante los años 90’ a partir de dos modificaciones: I) declaración de ilegales las indemnizaciones por traspaso y, II) abolición de los cupos para extranjeros de jugadores nacionales de los estados miembros de la Unión Europea. Lo que esta sentencia trae para los mercados, es la eliminación de las restricciones a la libre circulación de los futbolistas por razón de nacionalidad, que funcionaba a través de los sistemas de cupo vigentes según cada federación nacional, que variaban según país nunca excedieron las tres contrataciones. Desde este fallo en Europa solo existe vinculación de un jugador con un club en la medida en que exista un contrato de trabajo vigente y hasta la extinción de dicho vínculo. Con el mencionado fallo judicial las regulaciones en los mercados viraron hacia un esquema de apertura que garantizó la circulación a escala planetaria. Mientras que en el plano normativo local el fallo se plasmaría parcialmente en las últimas modificaciones del convenio colectivo de trabajo que regula la actividad de los futbolistas en el año 2009.

⁸ Esta situación de pago a los deportistas o por sus contrataciones es común de los períodos previos a la profesionalización en muchos deportes y se la conoce “amateurismo marrón”.

Otra modificación normativa que apuntaló la libre circulación durante la década de los 90', fue la distinción entre derechos "federativos" y "económicos" que impuso una mayor desregulación y ampliación de las posibilidades de transferencia ante las necesidades económicas de los clubes. Estos derechos son la base del sistema actual y se encuentran enlazados en el capitalismo post industrial, al permitir que los futbolistas puedan constituirse en activos financieros e instrumentos de crédito. Si bien estos derechos no tienen una expresión normativa específica que los contenga, se encuentran resguardados en el nuevo Código Civil de la Nación⁹ como venta de servicios.

Otro conjunto de regulaciones que el estado define y pesa sobre los mercados, es el régimen especial de retenciones e impuestos que gravan las transferencias hacia países extranjeros¹⁰. Se establece que por cada transferencia los clubes deben aportar al fisco (7%), a la agremiación de futbolistas (0.50%) y la Asociación de Fútbol Argentino (2%)¹¹. Esto surge para compensar que en Argentina los clubes son asociaciones civiles sin fines de lucro están exentas del principal impuesto que grava la actividad económica (impuesto a las ganancias). En algunas jurisdicciones, además, se paga un impuesto de sellos. En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ese ítem alcanza al 1,2% del valor bruto del pase.

La evolución normativa deja en claro que ya desde sus inicios en los mercados de futbolistas, ha existido una articulación entre las normas nacionales y las dictadas exclusivamente por las entidades privada del fútbol (como la AFA para el caso argentino o la FIFA internacionalmente). Si bien conceptualmente toda regulación nacional tiene potestad por sobre las reglas que un espacio privado como el fútbol debe acatar, esta articulación se vio tensada por ejemplo en el caso Bosman, en la medida en que la defensa del jugador debió recurrir El Tribunal de Justicia de la Unión Europea con sede en Luxemburgo, que basado en una legislación previa bajo el Título III del Tratado de Roma de 1957, establecía la libre circulación de los trabajadores europeos dentro de la Unión Europea. Por lo que una normativa supranacional terminaría por redefinir la economía del

⁹ Amparado por el art 1616 del mencionado Código Civil de la Nación dictado durante el año 2014. Disponible en: <http://www.codigocivilonline.com.ar/articulo-1616/>. Acceso en: 25 de noviembre 2019.

¹⁰ Decreto presidencial 1212/03. Disponible en: <http://www.saij.gob.ar/231-nacional-modificacion-decreto-1212-2003-dn20190000231-2019-03-29/123456789-0abc-132-0000-9102soterced?&o=2&f=Total%7CFecha%7CEstado%20de%20Vigencia/Vigente%2C%20de%20alcance%20general%7CTema%5B5%2C1%5D%7COrganismo%5B5%2C1%5D%7CAutor%5B5%2C1%5D%7CJurisdicci%F3n/Nacional%7CTribunal%5B5%2C1%5D%7CPublicaci%F3n%5B5%2C1%5D%7CColecci%F3n%20tem%Etica%5B5%2C1%5D%7CTipo%20de%20Documento/Legislaci%F3n/Decreto&t=9107>. Acceso en: 23 de noviembre 2019.



fútbol. Al ampliarse la cantidad de transferencias posibles se vigorizaría el mercado en cuanto a montos dinerarios y cantidad de pases.

Sin embargo, también suceden tensiones entre los ordenamientos privados de las entidades del fútbol y los marcos legales de los países. Al respecto, la FIFA ha determinado recientemente un cambio en la normativa prohibiendo la participación de terceros en la adquisición de “derechos económicos”, con el objeto de fortalecer a sus afiliados los clubes. A entender de Vuotto (2018) estos cambios reflejan mejor una realidad europea en donde los clubes son mayoritariamente sociedades comerciales, que bajo las formas de fondos de inversiones habilitan el ingreso de capitales externos sin la necesidad de violentar las normativas de la FIFA. En consonancia con la reglamentación de FIFA en Argentina el organismo encargado de recaudar impuestos a la actividad económica, estableció la prohibición a terceros que no sean clubes o jugadores de fútbol para ser propietarios o beneficiarios de derechos económicos de pases¹². El estado retoma y fortalece desde su legislación el camino definido por las instituciones del fútbol.

Lo que aquí se expresa como un hecho conflictivo entre la FIFA y su representante local la AFA por un lado, y el corpus legal de la Nación expresado en el nuevo código de Derecho Civil y Comercial por otro, que habilita mediante la forma de “sesión de derechos” la participación de terceros, expresa desde un punto de vista sociológico un conflicto que resulta de tensiones entre la figura del estado nación y la globalización económica. La economía del fútbol también presiona sobre los estados nacionales.

3. 3. Circulación global de jugadores

Los datos estadísticos presentados a continuación permiten acercarnos a un conocimiento más acabado del tamaño de los mercados y la inserción en ellos de futbolistas argentinos. Según datos de la FIFA (POLI, RAVANEL Y BESSON, 2017)¹³ en el período anualizado que comprende 2018 y 2019 hubo en términos absolutos un crecimiento en las transferencias de 628 casos más respecto del año anterior. Esos valores representan un incremento del 5 % a nivel mundial de la cantidad de jugadores migrados desde sus países de origen hacia otros. El mercado global está en un periodo de claro crecimiento.

¹² Resolución general 3740 de Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

¹³ El estudio toma un periodo interanual desde mayo 2018 a abril 2019 por tratarse del tiempo en el cual se desarrollan las principales ligas de mundo que no coinciden con el año calendario.

Al analizar la distribución de jugadores migrados de acuerdo a su origen nacional se observa que 1330 provienen de Brasil, otros 867 de Francia y 827 de Argentina. Conjuntamente, los deportistas de estos tres países representaron el 22.5% de las transferencias del último año, es decir casi una cuarta parte o uno de cada cuatro provienen de alguno de estos tres países. Si se toma el criterio de crecimiento de los mercados respecto de las salidas hacia el extranjero, Argentina acompaña la tendencia general alcanzando un 7% en términos porcentuales, que son 57 transferencias más respecto del periodo precedente.

En relación a los países de destino se observa que Inglaterra (728), Italia (636), Estados Unidos (575), España (516), Portugal (508), Turquía (455), Alemania (379), Bélgica (333), Francia (330) y Grecia (304) se ubican entre los primeros 10 de la lista. De los principales destinos nueve son países europeos y solo uno no lo es, Estados Unidos. Recién en el puesto número once se ubican México (289) como el primer país latinoamericano en la lista. Al listar los traspasos entre países se observa que el primer lugar lo ocupan la migración de brasileros hacia Portugal con 261 casos, en segundo puesto se ubican los traspasos de argentinos hacia Chile con 116 y el tercer puesto les corresponde a las transacciones que involucran ingleses hacia Escocia con 113 casos. Lo que estos tres primeros puestos en materia de pases internacionales evidencian es la cercanía geográfica y/o cultural entre los países como un estímulo que facilita las operaciones.

En base a datos de elaboración propia, tomados del registro de transferencias de jugadores argentinos que publica regularmente la AFA para el período anual del 2018, se observan los siguientes destinos continentales en orden decreciente¹⁴: Sudamérica 46%, Europa 39%, Norteamérica 6%, América Central 5%, Oceanía 2% y Asia 1%. Mientras que África no posee representación estadística por el escaso número de casos, la sumatoria de países del continente americano asciende a 57%. Al observarse las estadísticas de modo desagregado entre traspasos definitivos y préstamos, los datos reproducen casi los mismos valores que tomados de modo conjuntos. Sudamérica y Europa son los principales destinos de los jugadores argentinos que migran para participar de otras ligas.

3. 4. La lógica de las transacciones: intermediarios, negociaciones y redes

¹⁴ El total de trasferencias ascendió durante ese año a 1178 e incluye 1065 pases definitivos y 113 préstamos sobre esa base se obtuvieron las estadísticas presentadas.

Se presentan aquí lógicas de funcionamiento constitutivas de los mercados de futbolistas. Una operatoria de contratación suele iniciarse a partir de las evaluaciones técnicas del entrenador o de lo que los dirigentes en base a la lectura de una necesidad de parte del equipo profesional. Retomamos aquí las argumentaciones un dirigente nos explicó sobre la dinámica de una contratación:

Se conversa con el entrenador cuales son los puestos que el equipo necesita (...) sugiere un par de nombres que le interesan porque los tiene vistos, o ya los conoce de otros clubes. (...) las nuevas incorporaciones están sujetas a las salidas, porque hay que vender para traer, o a veces el representante trae una buena oferta y no se le puede decir que no, sobre todo si es de afuera porque el jugador quiere ir". (Dirigente 1)

La selección de un jugador local por un club del exterior, suele ser el resultado de un largo proceso de seguimiento que en el ambiente se conoce como *scouting*. Un representante de jugadores del medio local cuenta cómo llega una oferta desde el extranjero:

El fútbol es ser previsor. Los clubes que les va bien son aquellos que desarrollan una base de datos y un seguimiento de los jugadores en el torneo previo al que lo quieren contratar. Así se mueven desde Europa para llevarse un jugador cuando van a hacer una inversión importante, no improvisan". (Representante 1)

El paso posterior a la llegada de la oferta del exterior implica que se entable una negociación, de la que participaran los dirigentes del club vendedor y los compradores, a la que se suman intermediarios y representantes¹⁵ en defensa de los intereses de los jugadores. Un directivo (2) de un importante club de Argentina considera que "ya no son habituales las negociaciones de club a club, tienen mucho pesos los intermediarios". Frente a esta tendencia del crecimiento del rol del intermediario y/o representante, el Vicepresidente de un club (directivo 3) que lleva adelante las negociaciones con por la venta de una joven promesa a un club inglés señala que: "Como la ficha del jugador nos pertenece nosotros la negociación por la transferencia la estamos encarando de club a club". Y sobre el rol de los representantes en las trasferencias señala uno de ellos (representante 2) que "*conseguimos clubes*", y en referencia a sus redes de relaciones agrega que "las relaciones te hacen lograr otras cosas. Es normal que uno, por las relaciones, recomiende los

¹⁵ Para el caso de representantes e intermediarios sucede que hay muchos que cumplen las dos funciones, que pueden coincidir respecto de un mismo jugador o no.

jugadores que tiene más cerca para los equipos”. Un modelo análogo en el deporte, puede ser la figura del *matchmaker* dentro de la economía del boxeo profesional de los Estados Unidos, que según Wacquant (2007), posee una carpeta de boxeadores y trabaja convocado por los organizadores de peleas para definir los combates de la velada. Por su parte, los intermediarios también manejan una red de contactos en los clubes además de poseer una cartera de clientes (jugadores), con los cuales tienen una ligazón de tipo profesional pero que a veces llega a ser afectiva como comenta el representante: (3) “porque por ahí por la diferencia de edad vos sos como un padre, lo escuchás, lo conoces desde que tenía 15 años, le das consejos, conoces a la familia”.

El servicio comercial que brindan los representantes e intermediarios es considerado por los dirigentes como la parte “sucias” u “obscura del negocio”. Es frecuente que negocien en favor de un entrenador, la obtención de un porcentaje económico que se materializara en futuras operaciones de compra de jugadores de parte del club que lo contrata.

Sucede que hay representantes que trabajan con técnicos entonces se colocan los jugadores que el representante representa en esos equipos. Pero es un grave error, porque muchas veces se devuelven favores en forma de operaciones de jugadores, y entonces el técnico le agradece que le haya hecho llegar a tal club y en ese agradecimiento pidió tres o cuatro jugadores que vos representas, para que se los traigan. Si el técnico después trae jugadores que no están a la altura para defender dentro de una cancha lo quiere, el primero que se va a ir es él, los jugadores quedan y el representante ya cobró. (Representante 1)

La tarea del intermediario consiste en acercar las partes y poner a disposición las redes de contactos, que como sostienen Boltansky y Chiapello (2010) para el mundo empresarial, han construido a lo largo del tiempo, apoyándose en relaciones interpersonales de confianza que son troncales para la concreción de negocios.

Uno de nuestros informantes (representante 4) dice realizar ambas tareas; intermediación y representación, porque cuenta con una importante red de contactos en clubes de Bolivia y Perú, en parte debido a la historia de su familia en el fútbol, porque su padre fue director técnico de la Selección Nacional de Bolivia, lo cual le otorga en sus palabras: “un gran respaldo porque me conocen, saben que soy el hijo de”. Además, dice también haber trabajado en el tiempo para la perdurabilidad de esos vínculos que “heredó”. En su opinión la posibilidad de que una operación se lleve a cabo se apoya en parte “en la confianza mutua que nos tenemos con los clubes, ellos me llaman cuando necesitan jugadores y yo en función de lo que me piden les ofrezco”.

Entonces, por un lado están las necesidades de unos de conseguir club para sus representados y por otro, la de los clubes de “reforzar su plantel” para el torneo venidero. El club muestra su interés en el jugador y realiza un primer sondeo informal para conocer las expectativas del club vendedor, sobrevienen las negociaciones formales sobre las condiciones de contratación, que incluye, lo que llamaríamos vulgarmente, asignarle un precio al jugador. Los informantes consultados coincidieron en parámetros comunes, ellos son:

- 1) Presente deportivo del jugador.
- 2) Posición en el campo y cantidad de goles en su carrera.
- 3) La edad del futbolista.
- 4) Necesidades económicas del club vendedor.
- 5) Cantidad de ofertas de otros clubes.
- 6) Nacionalidad, liga y club de origen y destino.
- 7) Expectativas reflejadas en los medios de prensa.
- 8) Interés e insistencia del club.
- 9) Tiempo restante para la finalización del contrato.
- 10) Rol, redes y habilidades del representante en la negociación entre clubes.
- 11) Interés del jugador por pasar de club.

Sobre estos parámetros podemos interpretar, que si bien son los que contribuyen a la fijación del precio de la transferencia, se han definido y objetivado en función de las interacciones desplegadas en las redes de los distintos agentes que conforman el mercado. Esos criterios para la valuación son lo que Zelizer (2011) consideraría claves en la construcción social de un mercado.

El modelo de la red y la negociación entre representante y club es más adecuado a mercados como los que Silva Rial (2011) clasifico en el punto b) como “ligas menores”. Así mismo, las redes del representante 4 se extienden entre equipos que formarían parte de esta clasificación.

Las transferencias hacia estos mercados más pequeños se concretan en muchas ocasiones porque resultan muy atractivas desde lo económico para el jugador argentino. Es notorio el caso de un país como Ecuador que posee una economía dolarizada porque según entiende un preparador físico de dilatada trayectoria en el fútbol profesional con experiencia en México, Chile y Japón “cuando les llega la posibilidad a jugadores que

participan en la segunda o tercera categoría del fútbol argentino no dudan en tomar la chance, ganan en dólares, desde lo económico es una oportunidad para mejorar”. El círculo cierra porque en algunas ligas de otros países funciona un imaginario sobre cierta condición esencialista que los futbolistas argentinos cumplirían. Ante la pregunta sobre por qué los jugadores argentinos son tan requeridos, el mismo preparador físico enfáticamente responde: “por la alta calidad técnica y profesionalización, el jugador argentino es una garantía, ...además se adapta a todo”. En los países de América circula un imaginario de que el jugador argentino conjuga calidad, con una casi segura adaptaran a cualquier fútbol, por cómo lo entiende el entrevistado se trataría de “verdaderos profesionales”.

Otro aspecto que forma parte del mercado y se relaciona con la globalización, es el uso tecnologías audiovisuales que producen informaciones sobre los desempeños de los futbolistas. Nuevos software permiten que las partes interesadas hagan una mejor evaluación del nivel técnico para la toma de decisiones. Los intermediarios utilizan estas herramientas para editar compilados de imágenes cuando salen a “colocar” a sus representados en los clubes. El representante 3 nos dice que “el video de YouTube se usa pero no se debe agotar ahí. Nosotros lo usamos y los enviamos porque es una primera aproximación. El dirigente o el director técnico que te pide un video de Youtube se supone que al jugador ya lo conoce, lo tiene visto”. En la misma línea, respecto del uso de soportes tecnológicos, el representante 1 comenta que: “hoy tenés un montón de herramientas de seguimiento de jugadores como por ejemplo la plataforma de *wyscout*, que te permite a vos agotar todas las instancias previas a contratar un jugador”.

Volviendo a la clasificación de Silva Rial (2011), se entiende que los clubes que conforman la categoría a) “grandes ligas de Europa”, suelen realizar un trabajo previo de seguimiento como forma de evaluar y cerciorarse de que se trata del jugador adecuado, dependiendo más de sus propias estructuras profesionalizadas que de las redes de intermediación, así lo reflexiona el representante 1:

Hay un formato europeo, no por nada los clubes en Europa tienen las gerencias deportivas que tienen, con la autonomía que tienen. (...) si bien en nuestro país hay algunos clubes que ya trabajan con la figura del gerente deportivo, como Alayes en Estudiantes de la Plata que funciona muy bien, pero acá eso es una novedad.

Otro de los aspectos claves que condiciona las negociaciones de las grandes figuras es el rol de los medios de comunicación. Las operaciones que involucren a super

estrellas por valores millonarios son reconstruidas como mercancías mediáticas en un capitalismo como lo entienden Lipovetsky y Serroy (2015) de la hiper espectacularización.

3. 5. Mercados emergentes, burbujas financieras, flujos internacionales de capitales y triangulaciones

Introduciremos a continuación la cuestión financiera como factor concomitante a la compra de jugadores. Un fenómeno nuevo son aquellas ligas que vienen teniendo un desarrollo durante la última década. Se han consolidado como mercados de destino para futbolistas a partir de recibir la inyección de fondos de inversión globales, y terminan elevando considerablemente el precio de los jugadores de primera línea, nos referimos a los casos de las ligas de Estados Unidos y China.

La Major Soccer League (MLS) agrupa equipos de los Estados Unidos y en menor medida de Canadá. Fue fundada en 1993 como condición al otorgamiento de la sede del mundial de fútbol que se disputaría al año siguiente, pero recién alcanzaría en este siglo un importante nivel de crecimiento en cuanto a espectadores, trascendencia mediática y mejora de la calidad técnica en el juego. En lo organizativo los equipos tomaron un esquema de franquicias similar al de otros deportes profesionales consagrados en el país del norte como la liga de básquet (NBA) o la de fútbol americano (NFL). Cada franquicia es comprada a la liga y representa a una ciudad, disponiendo de una gran cantidad de fondos aportados por sponsors privados que son los que sostienen los gatos. Otra fuente de ingresos de dinero son los derechos televisivos. Algunos equipos directamente como New York Red Bulls han tomado el nombre de un auspiciante. Los equipos son empresas que comercializan fútbol y poco tienen que ver con el modelo asociativista y representativo de identidades colectivas imperante en el fútbol argentino. La liga estadounidense es un conglomerado de empresas que vende fútbol como espectáculo. A partir de allí salen al mercado a contratar jugadores extranjeros, compitiendo cada vez más en calidad y dinero con los equipos europeos de primer nivel. En los últimos cinco años ha dejado de ser un destino al que donde los jugadores acuden para culminar sus carreras profesionales. Al atractivo económico que sin dudas impulsa las para jugadores, se le suma paulatinamente desafíos deportivos en aumento. En los últimos años en la MLS se va posicionando como un mercado atractivo para los jugadores argentinos.

La otra liga que experimenta un importante crecimiento en los últimos años es la llamada Superliga China. Parte de su crecimiento se dio debido a que el estado chino ha promovido el ingreso de capitales de origen de su país en el fútbol europeo. Al igual que la MLS en cuanto atractivo económico, la liga China pasó de ser un destino para futbolistas en edad de retiro o jugadores que nunca pudieron alcanzar la élite, a atraer a jóvenes estrellas que se encuentran en el mejor momento de sus carreras o con grandes expectativas de consolidarse en Europa.

¿El motivo del interés del estado chino por el fútbol? Por su carácter de lenguaje universal el fútbol ha sido definido por el gobierno, como un medio eficaz en el marco de una estrategia geopolítica más amplia, de avance del país en su propósito por consolidarse como primera potencia mundial en las décadas venideras.

El interés por el fútbol crece en función de una estrategia oficial de seducir a la población hacia el consumo de este deporte. La que incluyó la diversificación de inversiones como la compra parcial o total de paquetes accionarios de clubes europeos de primera línea y tradición como por ejemplo el Milán de Italia, Manchester City de Inglaterra o el Español de Barcelona. Otra faceta de la estrategia, se viene orientando a la compra de los pases de jugadores para que participen de la Superliga. Y finalmente, a la puesta en marcha de proyectos de formación de jugadores juveniles en clubes sudamericanos y europeos. Por ejemplo, en el marco de las relaciones entre estados, los gobiernos chinos y argentino incluyeron en los convenios de cooperación¹⁶ firmados durante el año 2017 acuerdos específicos sobre fútbol, en el cual el club Atlético Banfield recibió un importante contingente de futbolistas de aquel país que permanecerán en el club durante un período de 9 meses y jugarán alrededor de 30 partidos amistosos contra equipos juveniles de Banfield y otras instituciones, además de recibir capacitación y entrenamiento específicos bajo la supervisión del staff de entrenadores y preparadores físicos de esa entidad local.

Otro de los negocios emparentados con el fútbol mundial y que aporta la disponibilidad de recursos para la compra de jugadores es el referido a los flujos de capitales globales que realizan inversiones bajo la compra de acciones de los clubes más importantes del continente europeo que cotizan en bolsa, como por ejemplo el Ajax de Holanda, Manchester United de Inglaterra o la Juventus de Italia. Estas funcionan de acuerdo a la lógica del capitalismo financiero que promueve alta rentabilidad en el corto plazo. Estas operaciones construyen burbujas especulativas que terminan por impulsar

¹⁶ El documento específico resultó ser un *Memorandum de entendimiento e involucra al Ministerio de Educación y Deportes de la República Argentina y el Ministerio de Educación de la República Popular China*.

hacia arriba los precios de los jugadores a la vez que plantean un desafío para los estados respecto al dudoso origen legal de los fondos que participan de ese tipo de operaciones.

También alineada con la financiarización del fútbol, es importante considerar con una breve mención a una serie de casos de transferencias de jugadores argentinos a clubes “fantasmas” de Europa o Sudamérica que sirvieron como “pantalla” para evadir impuestos, y se dieron con frecuencia durante las primeras dos décadas del nuevo milenio. Al respecto en su libro Casar González (2015) reconstruye un circuito de contrataciones donde los futbolistas primero recalcan en pequeños clubes de países como Chile, Uruguay o Luxemburgo que poseen menores regulaciones sobre el funcionamiento del mercado, que aseguran el pago de tasas impositivas insignificantes en operaciones desde esos clubes hacia Europa sin siquiera haber disputado un solo partido. Un ejercicio de triangulación que asegura la evasión del al fisco.

4. CONCLUSIONES

El funcionamiento de los mercados de jugadores de fútbol tiene una lógica irreductible en su inteligibilidad a los postulados de la teoría económica en las versiones clásicas y neoclásicas. A lo largo de estas páginas nos hemos propuesto ampliar el horizonte de interpretación, tomando distancia de la idea de que este tipo de operaciones puede explicarse solo como el encuentro entre oferta y demanda. Por el contrario, concluimos que la sociología nos provee de herramientas de indagación y análisis que permiten comprender en su complejidad los traspasos de jugadores a partir tres modelos teóricos diferenciados.

Un primero modelo, es aquel que enfatiza en los cambios del capitalismo durante el último tercio del siglo pasado. Fundamentalmente la globalización y el debilitamiento de los estados nacionales, junto a las nuevas formas de reflexividad presentes en el consumo de signos y la financiarización de la actividad económica. Producto de lo cual se produjo una multiplicación exponencial de transferencias de futbolistas argentinos hacia otros países.

El segundo de los modelos, permite comprender el mercado como redes de intercambio en la que participan agentes económicos diversos como representantes, intermediarios, dirigentes de clubes y empresas auspiciantes, cuyas interacciones son claves para la concreción de este tipo de operaciones.



El tercer modelo, asentado en las ideas de Bourdieu, habilita el entendimiento de los mercados como un campo surcado por conflictos, intereses y alianzas entre actores, donde el rol estatal como agente regulador es definitorio para la construcción de los mercados.

En el contexto de las expresiones del capitalismo contemporáneo, el análisis de los datos, permite vislumbrar dos esquemas facticos diferenciados sobre la construcción social de los mercados. El primero, se corresponde con los mercados europeos, en donde la espectacularización promovida por medios de comunicación expresa el contenido de la globalización. Allí predomina una lógica de funcionamiento que promueve las asociaciones entre instituciones en el tiempo, donde se concretan transferencias con un grado mayor de formalización, que supone el funcionamiento de espacios profesionalizados en la búsqueda y selección de jugadores. El segundo, más característico de países latinoamericanos, también asentado en procesos globales impulsados por el uso de nuevas tecnologías, pero donde se destaca como clave para el mercado los vínculos interpersonales, fundamentalmente aquellos que se entablan entre representantes, intermediarios y dirigentes de clubes, son los que habilitan la posibilidad de un traspaso para la mayoría de los jugadores argentinos.

De lo que se trata entonces, es entender que las transacciones de jugadores son el resultado de un conjunto de relaciones sociales que incluyen personas, instituciones y objetos (como la tecnología) y que por lo tanto pueden ser mejor comprendidas desde la sociología. Lejos de ser excluyentes entre sí, los tres modelos teóricos presentados, funcionan en la captación de distintos planos en los que se dan las transferencias. Aspectos estructurales del capitalismo, el rol del estado, junto a relaciones micro sociales entre actores, son irreductibles a la hora de entender el funcionamiento de los mercados de jugadores de fútbol.

BIBLIOGRAFÍA:

ALABARCES, Pablo. **Fútbol y Patria**. El deporte y las narrativas de la nación en Argentina. Buenos Aires: Prometeo, 2002

APPADURAI, Arjun. **Hacer negocios con palabras**. El fracaso del lenguaje como clave para entender el capitalismo financiero. Buenos Aires, siglo XXI, 2017.

BARBIERI, Pablo Carlos. **Naturaleza del vínculo club-futbolista profesional en la jurisprudencia argentina**. Disponible en: <http://www.saij.gob.ar/pablo-carlos-barbieri-naturaleza-vinculo-club-futbolista-profesional-jurisprudencia-argentina-dacf130330-2013-10-29/123456789-0abc-defg0330-31fcanirtcod>. Acceso en: 29 de octubre, 2013.



- BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Éve. **El nuevo espíritu del capitalismo**. Editorial Akal: Madrid, 2010.
- BOURDIEU, Pierre. **Cosas dichas**. Gedisa: Barcelona, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. **La distinción**. Criterios y bases sociales del gusto. Taurus: Madrid, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **Las estructuras sociales de la economía**. Manantial: Buenos Aires, 2001.
- BROHM, Jean Marie. 20 tesis sobre el deporte. En **AA.VV.: Materiales de Sociología del Deporte**. Ediciones La Piqueta: Madrid, 1993.
- ROCHA, Luiz Guilherme B. S. P. **A dança das cadeiras**: a eleição de João Havelange à presidência da FIFA (1950 / 1974), Tesis de Doctorado, Universidad de São Paulo, 2019.
- CASAR GONZÁLEZ, Alejandro. **Pasó de todo**. Como la AFA, la FIFA y los gobiernos se adueñaron de la pelota. Planeta: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2015.
- DA MATTA, Roberto. **O universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Río de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DAMO, Arlei. Dom, amor e dinheiro no futebol de espectáculo. En: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, p. 139 - 50, 2008.
- DAMO, Arlei. **Futebol e identidade social**: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes. Editora da UFRGS: Porto Alegre, 2002.
- DANTAS, Marcos e LOPES, Maria Moura da Silva. En: Sierra Caballero, F. (coord.) y Maniglio, F. (coord.), **Capitalismo Financiero y Comunicación**. Quito: Ciespal, 2016.
- RODRIGUES, Francisco Xavier F.; A sociologia do trabalho e a sociologia do futebol: uma análise da flexibilização das relações de trabalho no futebol brasileiro. En: **Sociedade e Cultura**. V. 6, N. 1, Jan./Jun. 2003. P. 85-97.
- FRYDENBERG, Julio. **Historia social del fútbol**: del amateurismo a la profesionalización. Buenos Aires: Siglo XXI, 2011.
- GRANOVETTER, Mark "Acción económica y estructura social: el problema de la incrustación". En: Félix Requena Santos (comp.), **Análisis de redes sociales**: orígenes, teorías y aplicaciones, Madrid: Alianza, 2003.
- GUEDES, Simoni Lahud. **O Futebol Brasileiro** - Instituição Zero. Tesis de pregrado, Universidade Federal de Río de Janeiro, Brasil, 1977.
- LAFUENTE, Esteban. El negocio del fútbol por TV: cuánto facturan las principales ligas del mundo y la Superliga. **La Nación**. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/el-negocio-del-futbol-por-tv-cuanto-facturan-las-principales-ligas-del-mundo-y-la-superliga-nid2046415>. Acceso en: 23 de julio. 2017.

LASH, Scott; URRY, John. **Economías de signos y espacio**. Sobre el capitalismo de la post organización. Amorrortu: Buenos Aires, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **La estetización del mundo**. Vivir en la época del capitalismo artístico. Anagrama: Buenos Aires, 2015

LORENC VALCARCE, Federico. Sociología de los mercados: modelos conceptuales y objetos empíricos en el estudio de las relaciones de intercambio. En: **Papeles de Trabajo**. Año 6, N° 9, junio, pp. 14-36, 2012.

LOUVEAU, Catherine. El cuerpo de deportivo: ¿un capital rentable para todos? En Lachaud, J M y Neveux, O. (Dir.). **Cuerpos dominados, cuerpos en ruptura**. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2007.

NEVES, José y DOMINGOS, Nuno. **A época do futebol**. Zahirio Alvin: Lisboa, 2004.

POLANYI, Karl. **La gran transformación**. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo. Fondo de Cultura: Buenos Aires, 2007.

POLI, Rafaele. RAVENEL, Loïc. BESSON, Roger. Les footballeurs expatriés dans le monde. **Rapport mensuel de l'Observatoire du football CIES**. n° 25, maio, 2017.

RIBEIRO, Luis Carlos. Circulação irregular de jogadores brasileiros no mercado internacional. En: **Ciencias Sociais aplicadas**. Vol 2, N 2, p.p. 175 – 186, 2017.

SILVA RIAL, Carmen. Rodar: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior. **Horizontes Antropológicos**. 30: 21-65, 2008.

SILVA RIAL, Carmen. Fronteras y zonas de circulación global de los jugadores brasileños de fútbol. En: **Fútbol y sociedad**. Prácticas locales e imaginarios globales. Godio, M. y Uliana, S. (compiladores). EDUNTREF: Saenz Peña, 2011.

ULIANA, Santiago. Identidades y rivalidades. Reflexiones desde la Copa Libertadores de América. En: **Fútbol y sociedad**. Prácticas locales e imaginarios globales. Godio, M. y Uliana, S. (compiladores). EDUNTREF: Saenz Peña, 2011.

VUOTTO, Marcelo Oscar. Derecho deportivo: hacia un nuevo paradigma. Derechos económicos y federativos. Relaciones de titularidad y cotitularidad. Prohibiciones reglamentarias. **El derecho. Diario de doctrina y jurisprudencia**. Año LVI, N 14378, ED 277, 2018. Disponible en:

<http://www.elderecho.com.ar/includes/pdf/diarios/2018/04/03042018.pdf>. Acceso en: 18 de noviembre. 2019.

WACQUANT, Loic. Un traficante de carne en acción: pasión poder y lucro en la economía del boxeo profesional. En: **Cuerpos dominados, cuerpos en ruptura**. Lachaud, J. M.; Neveux, O. Ediciones Nueva Visión: Buenos Aires, 2007.

ZELIZER, Viviana. **El significado social del dinero**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2011.



ZELIZER, Viviana. Pasados y futuros de la sociología económica. **Revista Apuntes de Investigación del CECyP** 14, pp. 94-111, 2008.

NOTAS

TÍTULO DA OBRA

Transformaciones en el capitalismo global y mercado de jugadores de fútbol

Santiago **ULIANA**


Magister en Investigación en Ciencias Sociales (UBA)

Universidad de Buenos Aires (UBA)

Profesor Adjunto

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

usantiago@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8571-056X> 

AGRADECIMENTOS

Luis Miguel Donatello

LICENÇA DE USO – uso exclusivo da revista

Os autores cedem à **Em Tese** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution 4.0 Internacional \(CC BY\)](#). Esta licença permite que **terceiros** remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico. Os **autores** têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico.

PUBLISHER – uso exclusivo da revista

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Publicado no [Portal de Periódicos UFSC](#). As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

HISTÓRICO

Recebido em: 21 de fevereiro de 2020

Aprovado em: 23 de junho de 2021

