

Fútbol y Poder Nacional: Un Marco Teórico Aplicado a China y Argentina

Zhongli Zhang^a y Daniel Morales Ruvalcaba^b

(Versión al español de Jesús Ruiz Flores)

Resumen / Abstract

El fútbol se ha convertido en un fenómeno global, pero existen relativamente pocos estudios referentes a las Relaciones Internacionales. Este documento explora las aportaciones que el fútbol hace al poder nacional del Estados a través de tres hipótesis: 1) El poder nacional es impactado por todo tipo de actividad humana, incluyendo el deporte; 2) el fútbol, como actividad humana, promueve el poder nacional; 3) el fútbol está condicionado por el sistema mundial y reproduce su dinámica. Para comprobar estas hipótesis, este documento presenta un marco teórico para analizar la contribución del fútbol al poder nacional; más adelante, implementa dicho marco teórico para estudiar el potencial del fútbol en el poder regional semi-periférico; y finalmente, identifica la relación en el fútbol entre dos actores excepcionales: Argentina y China.

Palabras clave: Reformas estructurales, México, Desarrollo regional.

Football has become a global phenomenon, but there are relatively few studies that come from International Relations. This document explores the contributions that football makes to the national power of States through three hypotheses: 1) national power is affected by all types of human activities, including sport; 2) football, as human activity, promotes national power; 3) football is conditioned by the world system and reproduces its dynamics. To verify these hypotheses, this paper presents a theoretical framework to analyze the contribution of soccer to national power; later implements this theoretical framework to study the football potentiality of the regional powers of the semi-periphery; and, finally, identifies the relations in football between two outstanding actors: Argentina and China.

Keywords: National power, football, world-system, Argentina, China.

a. Profesora Investigadora. Centro de Estudios Latinoamericano en la Universidad Sun Yat-Sen, China.

b. Profesor Investigador Asociado. Centro de Estudios Latinoamericano en la Universidad Sun Yat-Sen, China.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el fútbol se ha convertido en un fenómeno global, mayormente debido al desarrollo de las telecomunicaciones y el involucramiento de marcas multinacionales, pero también gracias al monopolístico y lucrativo papel desempeñado por la FIFA (Boniface, 2006; Eisenberg, 2006a; Dietschy, 2013).

Si bien es verdad que un número de estudiosos se ha aventurado dentro del estudio sociológico del fútbol -especialmente desde la construcción de representaciones nacionales e identidades (Hadas, 2000; Marschik, 2001; Bradley, 2002; Karush, 2003; Darby, 2013)- existen relativamente pocos estudios referentes a las Relaciones Internacionales (Eisenberg, 2006b), esto es, desde la óptica que considera el Estado, organizaciones internacionales y corporaciones multinacionales como actores fundamentales en este deporte global. Se discute aquí que el fútbol es un fenómeno que es digno de estudio más profundo desde las Relaciones Internacionales (RI), no solo por su creciente importancia en los asuntos mundiales sino porque es una actividad que paradójicamente promueve la globalización, el regionalismo y el nacionalismo simultáneamente.

Bajo esta premisa de posibilidades analíticas, este documento se enmarca en las contribuciones que el fútbol hace al poder nacional del Estado y, por esto, las siguientes hipótesis funcionales son planteadas aquí: 1) El poder nacional es multidimensional, un fenómeno recursivo y dinámico que es impactado por todo tipo de actividades humanas, incluyendo el deporte; 2) El fútbol se ha convertido en un fenómeno global que promueve el poder nacional; 3) El fútbol está condicionado por el sistema mundial y reproduce su dinámica.

Se debe aclarar que, debido a su alcance, volumen y complejidad, el fútbol es presentado hoy como un fenómeno que debe ser estudiado desde las RI, pero también posee retos teóricos y metodológicos para la disciplina, lo que requiere verlo en términos ontológicos. En el actual contexto internacional de (re)surgimiento de nacionalismos y escepticismo frente a la globalización, este artículo busca re-evaluar diversos macro acercamientos usados por las RI, que en la actualidad pueden ser muy útiles para un mejor entendimiento del fútbol como fenómeno global.

Este documento está organizado en tres partes: la primera presenta un acercamiento teórico para analizar la contribución del fútbol al poder nacional, propuesta que está sustentada por una extensa información empírica; la segunda parte implementa este marco teórico para estudiar el potencial del fútbol en los poderes regionales de la semi-periferia, enfatizando dos casos: Argentina, una “potencia mundial en el fútbol”, y China, el principal poder emergente de las últimas dos décadas y la única que aspira decisivamente a alcanzar un mayor papel en el deporte en los años venideros; la tercera parte identifica las relaciones de intercambio y cooperación entre China y Argentina, las cuales son mostradas como excepcionales pero con posibilidades de fortalecerse aún más.

2. EL FUTBOL EN EL PODER NACIONAL DE LOS ESTADOS

Una de las aproximaciones recientes al poder nacional de un estado ha sido propuesta por Morales, Rocha y Durán, quienes lo definen como un “producto de la combinación multidimensional, dinámica y recursiva de capacidades materiales (CM), capacidades semi-materiales (CSM) y capacidades intangibles (CIT), la cual es expresada como resultado de un determinado momento histórico del desarrollo de los Estados en el sistema político internacional” (Morales Ruvalcaba et al., 2016, p. 83).

Lo más relevante de su perspectiva en el poder nacional es que, además de considerarlo como un fenómeno tridimensional -que supera a la perspectiva de poder bidimensional duro/suave- está sustentada en el concepto de capacidades nacionales, también organizadas en tres dimensiones y basadas en indicadores claramente medibles. Como resultado de su conceptualización, los autores agregan que el poder nacional es entonces “el potencial relativo –no capacidad medido en términos absolutos- y relacional –no capacidad desarrollada aisladamente- que define posición (posición estructural), capacidad de acción (lo que pueden y lo que no pueden), proyección (posible alcance geo-económico y geo-político) y atracción (difusión y proyección geo-cultural) de un país en el conjunto de Estados que construyen el sistema interestatal internacional (Morales Ruvalcaba, 2016, p. 84). Ahora, ¿De qué forma está articulado el futbol con el poder de una nación-estado?

El futbol es un fenómeno global altamente complejo y multidimensional debido a que no está limitado a la esfera sociocultural -con millones de personas practicándolo y muchas otras que lo usan como mecanismo para la expresión o reafirmación de sus identidades- sino que también impacta la economía (Torgler, 2004; Allmers & Meannig, 2009; Dubal, 2010; Levermore, 2011) y exige la acción política de los Estados. Sin embargo, desde sus orígenes el Estado ha actuado como una entidad política comprometida con el mantenimiento y defensa de la soberanía, lo que históricamente ha incrementado la secularización, exaltado la noción de no-interferencia en asuntos internos y retroalimentado la llamada *raison d'État*. Como otras actividades humanas, siendo permeadas por la *raison d'État*, el futbol se convierte en un mecanismo para la consolidación del Estado, la promoción de los intereses nacionales y el incremento del poder nacional.

En efecto, debido al amplio rango de los segmentos sociales y los sectores económicos involucrados en el futbol, es posible afirmar que este deporte tiene repercusiones en cada una de las tres categorías de las capacidades nacionales identificadas anteriormente.

2.1 Las Capacidades Materiales del Futbol y su Contribución al Poder Económico-Militar.

Las capacidades materiales están relacionadas con los indicadores económicos y militares (Morales Ruvalcaba, 2016, p. 83). En este sentido, los elementos del futbol que se referirían

a las capacidades materiales de un Estado serian aquellos relacionados con la magnitud económica, preponderancia fiscal y peso relativo que ha alcanzado una liga nacional de futbol en el mundo. Esto sería significativo a través de: el costo del equipo, el valor total de la liga y el precio de los jugadores que participan en ellos (estimados por medio del precio de la transferencia).

De acuerdo con Forbes, el costo de un equipo de futbol es determinado por cuatro categorías de ingresos: “aquellos generados el día del juego, transmisión, comerciales y marcas” (Forbes, 2016). Basado en esto, se estableció que los diez más valiosos equipos de futbol en el mundo para 2016 fueron: (i) Real Madrid/España, US\$3.65 billones, (ii) Barcelona/España, US\$3.55 billones, (iii) Manchester United/Inglaterra, US\$3.32 billones, (iv) Bayern Munich/Alemania, US\$2.68, (v) Arsenal/Inglaterra, US\$2.02 billones, (vi) Manchester City/Inglaterra, US\$1.92 billones, (vii) Chelsea/Inglaterra, US\$1.66 billones, (viii) Liverpool, US\$1.55 billones, (ix) Juventus/Italia, US\$1.3 billones, (x) Tottenham/Inglaterra, US\$1.02 billones. Se debe hacer notar aquí que los equipos más caros se encuentran en los países desarrollados, principalmente en El Reino Unido, España, Alemania, Francia e Italia.

Sin embargo, el costo de estos equipos contribuye a incrementar el valor total de las ligas en las que participan. De acuerdo a la agencia Transfermarkt -especializada en información del mundo del futbol- hay solamente once ligas nacionales que exceden el valor de 500 millones de euros: (i) Premier League/Inglaterra, €5.42 billones, (ii) La Liga/España, €3.5 billones, (iii) Serie A/Italia, €3.13 billones, (iv) Fußball-Bundesliga/Alemania, €2.71 billones, (v) Ligue 1/Francia, €1.82 billones, (vi) Liga NOS/Portugal, €862 millones, (vii) Série A/Brasil, €810 millones, (viii) Süper Lig/Turquía, €786 millones, (ix) Premier League/Rusia, €714 millones, (x) Liga MX/México, €592 millones, (xi) Primera División/Argentina, €556 millones.

Indudablemente, el costo de los equipos de futbol y el valor de las ligas nacionales depende mayormente de sus jugadores. Pero ¿Cómo se calcula el valor de un jugador de futbol? Basado en el estudio de casi 2,000 transferencias de pagos de fondos, el Observatorio de Futbol CIES -un centro suizo independiente especializado en el análisis estadístico del futbol- desarrollo un poderoso acercamiento para estimar el valor transferido de los jugadores profesionales de futbol. El equipo académico de la CIES considero diez indicadores en tres grupos: primer grupo, características de los jugadores; segundo, desempeño; y tercer grupo, nivel de las ligas en donde juegan (Poli, et al., 2016). Ahora, algo que es importante mencionar es que todos los jugadores con el más alto valor estimado por la CIES juegan en las más costosas ligas Europeas, pero casi un tercio (32%) provienen de países en desarrollo, mayormente de Sudamérica (CIES Observatorio de Futbol, 2017; Poli, 2015).

2.2. Las Capacidades Semi-Materiales del Fútbol y Su Contribución al Poder Socio-Institucional.

La fuerza de un estado (poder económico-militar) no se traduce automáticamente en altos estándares de desarrollo y bienestar para su población. Para entender mejor estas capacidades, es necesario voltear a ver una segunda dimensión del poder nacional. Las capacidades semi-materiales están relacionadas al poder socio-institucional del Estado, esto es, en el avance de un Estado a través de la prosperidad de su población y el desarrollo de sus instituciones nacionales (Morales Ruvalcaba, 2016, p. 83). Del mismo modo en que los indicadores fueron mencionados para hablar de las capacidades materiales del fútbol en un país –y con él, la preponderancia económica y financiera de una liga de fútbol- es necesario recalcar otros componentes que se refieren a la calidad de este deporte. En ese tenor, los elementos que pueden referirse a esas capacidades semi-materiales son: la cantidad de equipos jugando en cada liga nacional, el nivel de las ligas nacionales y la competitividad de sus equipos en la copa mundial.

Lo primero a considerar es la cantidad de equipos compitiendo en cada una de sus ligas con el más alto nivel -esto es, primera división o su equivalente- por país. Esto es relevante, porque la cantidad de equipos en primera división está directamente relacionado con el tamaño de la población de un país y con la popularidad del fútbol en ese lugar. De este modo, se puede destacar que los países con ligas de primera división con más equipos son: (i) Argentina con 28 equipos; (ii) Estados Unidos con 22; (iii) países con 20 equipos son Brasil, Colombia, Inglaterra, Francia, Italia y España; y, (iv) con 18 equipos son Egipto, Alemania, Indonesia, Japón, México, Países Bajos, Portugal, Tailandia, Turquía y Venezuela. Como puede verse, varias de las ligas nacionales enlistadas aquí son también aquellas previamente identificadas como las de mayor valor. Pero, ¿Entre más equipos compitiendo, es más la calidad de la liga? No necesariamente.

Es importante ponderar la competitividad de cada liga -y no solamente su valor económico de acuerdo a las capacidades materiales- desde que Gasparetto y Barajas, siguiendo la teoría clásica propuesta por Rottenberg (1956), argumenta que “los fanáticos están más interesados en torneos balanceados” (Gasparetto & Barajas, 2016, p. 290) o competitivos. De acuerdo a la *Federación Internacional de Historia y Estadística del Fútbol* (IFFHS por sus siglas en inglés) -organización fundada el 27 de Marzo de 1984 y enfocada a la documentación de la historia y records de la FIFA- las ligas nacionales más fuertes en 2015 fueron (IFFHS, 2016a): 1) España, 2) Italia, 3) Alemania, 4) Argentina, 5) Francia, 6) Brasil, 7) Inglaterra, 8) Portugal, 9) Bélgica, 10) Rusia. Con el estudio de Gasparetto y Barajas es posible corroborar la competitividad y balance de las ligas identificadas por la IFFHS.

Ahora, lo que es más relevante de teorizar sobre la contribución del fútbol al poder nacional es que las ligas aquí mencionadas son aquellas que tradicionalmente generan más interés a nivel global, no solo en términos de nivel de competición, sino también en la

calidad de los clubes que allí participan. Con base en la IFFHS, los clubes mundiales en 2015 fueron clasificados así (IFFHS, 2016b): 1o FC Barcelona/España, 2o Juventus FC/Italia, 3o SSC Napoli/Italia, 4o FC Bayern München/Alemania, 5o Paris Saint-Germain FC/Francia, 6o Real Madrid CF/España, 7o Club Independiente Santa Fe/Colombia, 8o ACF Fiorentina/Italia, 9o River Plate/Argentina, 10o VfL Wolfsburg/Alemania. Desde luego, la mayoría de los mejores clubes considerados por la IFFHS también compiten en las ligas más competitivas del mundo: dos terceras partes de los mejores 50 equipos juegan en las ligas de los países mencionados en los párrafos anteriores.

2.3. Las capacidades inmateriales del futbol y su contribución al poder comunicativo-cultural.

Las capacidades inmateriales están directamente relacionadas con el poder comunicativo-cultural (Morales Ruvalcaba, 2016, p. 83). En este sentido, los elementos del futbol que reflejarían las capacidades materiales de un Estado serian aquellas ligadas al prestigio, cosmopolitismo y la fama de cada liga nacional respecto a sus pares. Para entender esto, es relevante revisar: la marca de valor del equipo, derechos de transmisión y el número de extranjeros en cada liga.

Brand Finance, fundada en 1996 y con oficinas principales en Londres, es la principal consultora estratégica independiente de valuación de marcas de negocios en el mundo. Esta agencia considera que “los clubes de futbol están hechos de una mezcla de activos (estadios, campos de entrenamiento) y de diversos recursos intangibles (jugadores comprados) con una marca de valor, jugadores hechos en su cantera y buena fe, haciendo la diferencia para proporcionar el valor combinado de los clubes” (Brand Finance Group, 2012). En uno de sus más amplios y completos reportes publicado en 2012, Brand Finance presentó el valor de marca de 190 clubes de futbol, en un rango de US\$853 billones (Manchester United FC, Inglaterra) hasta US\$3.5 (Associação Portuguesa, Brasil). Lo más relevante del reporte de Brand Finance es que identifica, por una parte, el número de clubes por país dentro de los “mejores 190” dentro de las más valiosas marcas de futbol y, por otra parte, el valor total resultante de la suma de las marcas más valiosas por país. En cuanto a la suma del valor de los clubes por país (solo de las marcas enlistadas dentro de las “mejores 190”), se muestran en el siguiente orden: 1) Premier League/Inglaterra, 2) Fußball-Bundesliga/Alemania, 3) La Liga/España, 4) Serie A/Italia, y 5) Série A/Brasil. Sin embargo, al ver el número de clubes por país dentro de los “mejores 190” se revela que: (i) Japón cuenta con 23 clubes en la lista, (ii) Brasil con 18, (iii) Estados Unidos con 17, (iv) México con 13, (v) Inglaterra con 12. Así, podemos puntualizar que, a pesar de que los equipos de las ligas nacionales desarrolladas tienen el más alto valor como marca global, en los países desarrollados el valor de la marca es más moderado pero con un número mayor de clubes, aspecto que incrementa su futuro potencial.

Ahora, una estrategia de los clubes para generar proximidad y alcanzar penetración en mercados específicos nacionales o regionales, consiste en proceder con el reclutamiento de jugadores prominentes pero de esos lugares. En otras palabras, aquí se discute que el reclutamiento de jugadores extranjeros no solamente responde a una lógica de incremento en la competitividad del deporte, sino también debido a factores históricos, geográficos y acercamiento cultural (Poli, 2006; Taylor, 2006). De hecho, los recientes patrones de globalización evidenciados por el fútbol han hecho de este deporte “una excelente arena para examinar los patrones de migración, ideas de identidad y conexiones entre personas y lugares” (Storey, 2011, p. 94), lo que promueve el cosmopolitismo (Zolo, 2000; Beck, 2002; Giri, 2006) y la súper-diversidad de las sociedades (Vertovec, 2007; Meissner & Vertovec, 2015). De acuerdo a las razones aquí proporcionadas, las ligas nacionales con más jugadores extranjeros alcanzan mayor competitividad, pero especialmente una mayor proyección global. En este sentido, la información proporcionada por Transfermarkt es nuevamente muy útil, debido a que permite ver cuáles son las ligas más cosmopolitas o súper-diversas en el mundo, con la mayoría de sus jugadores de nacionalidad extranjera (esto es, más del 50%): 1) Premier League/Inglaterra) 67%; 2) Liga NOS/Portugal 58.5%; 3) Jupiler Pro League/Bélgica 58.5%; 4) First División/Chipre 57.9%, 5) Serie A/Italia 53.5%, 6) Gibraltar Premier División/Gibraltar 53.4%, 7) BGL Ligue/Luxemburgo 53.0%, 8) Süper Lig/Turquía 52.8%, 9) Bundesliga/Alemania 52.5%, 10) MLS/Estados Unidos) 52.3%, 11) Ligue 1/Francia 50.1%.

En cuanto a los derechos de transmisión, es posible encontrar algunos estudios sobre el tema (Falconieri, 2004; Evens & Lefever, 2011; Gortazar, 2012). A grandes rasgos, el debate se ha enfocado en los resultados obtenidos entre la administración individual de los derechos de transmisión por cada equipo para la negociación colectiva de la misma por parte de la liga. Aparte de este tema, el hecho es que los ingresos por derechos de transmisión en el fútbol han crecido -como se describió antes- extraordinariamente en los últimos años, no solo para la FIFA sino también para las ligas y clubes nacionales. Es importante considerar la venta de los derechos de transmisión porque, de acuerdo Christian Huveneers, “el mercado de los deportes por sí mismos reúne diferentes grupos de clientes, y diferentes vías de ingresos. En términos de teoría económica moderna, el mercado de los deportes es de esta forma, una plataforma mercantil multi-canal, por ejemplo, un mercado donde las plataformas reúnen diferentes grupos de clientes” (Huveneers, 2014, p. 2). Debe notarse que, mientras en los países en vías de desarrollo las ligas de cada club administra sus derechos de transmisión individualmente, en los países desarrollados los equipos negocian colectivamente en cierta forma que, de acuerdo a Forbes, estos sean los valores más importantes de transmisión por temporada en los años recientes (Forbes, 2017): i) Premier League/Inglaterra, US\$2.63 billones, ii) Serie A/Italia, US\$1.13 billones; iii) Bundesliga/Alemania, US\$790 millones, iv) Ligue 1/Francia, US\$739 millones; v) La Liga/España,

vi) US\$706 millones, vii) Turkish Super League/Turquía, US\$489 millones; viii) MLS/Estados Unidos, US\$90 millones, ix) Dutch Eredivisie/Holanda, \$87 millones. En un mercado tan creciente y diverso, una buena cobertura y transmisión garantiza globalmente un posicionamiento medio de los clubes, lo que incrementa su valor de marca, objeto de estudio de la Brand Finance.

Como es muy difícil calcular el valor de los costos de transmisión de las ligas de países en desarrollo (dado que cada equipo administra sus propios derechos de transmisión), otro indicador para ver el prestigio del fútbol de un país es a través de sus equipos nacionales: los equipos más reconocidos son siempre los más seguidos y vistos en competencias internacionales. Para ponderar esto, se puede consultar el Ranking Mundial de la FIFA, específicamente la posición promedio desde la creación de este ranking (FIFA, 2017).

2.4. Recursividad de las capacidades del fútbol en torno al poder nacional.

Coremberg, Sanguinetti y Wierny consideran que los beneficios del fútbol para la sociedad son enormes: “fortalece la identidad y la unidad nacional, brinda la posibilidad de generar una buena imagen del país al organizar un evento internacional o sus equipos logran buenos resultados en torneos internacionales”, contribuye a la difusión de valores que promuevan el trabajo y la disciplina y, finalmente, la práctica del fútbol puede ser una estrategia para la promoción de la salud y la mejora de la calidad de vida de los habitantes” (Coremberg, et al., 2015, pág. 13). Como se apuntó anteriormente, las externalidades del fútbol también están vinculadas al poder nacional, ya que se trata de un fenómeno multidimensional, recursivo y dinámico que se ve afectado por todo tipo de actividades humanas.

Con la información disponible, es posible señalar cómo el negocio del fútbol es redundante en la acumulación de riqueza: los clubes de fútbol que generan más ingresos tienen los recursos para contratar a jugadores de mayor valor y fama mundial (que en muchas ocasiones proceden de países en desarrollo); sin embargo, el dinero gastado para comprar a los jugadores más caros del mundo se recupera ampliamente, ya que estos clubes se benefician colectivamente al competir con otros equipos que tienen “superestrellas” de fama similar. Este lucrativo negocio se lleva a cabo esencialmente en países desarrollados, permitiendo a los gobiernos de estos países captar recursos globales que, además de beneficiar a las empresas vinculadas al fútbol, terminan proporcionando recursos extraordinarios a los Estados, beneficiando sus capacidades materiales y a su poder económico-militar.

Además, se observa que la calidad del fútbol está directamente relacionada con las capacidades semi-materiales de los países, ya que, por un lado, para que una liga competitiva sea posible, se necesita una población más o menos numerosa (con niveles medios de bienestar e instituciones eficientes que garanticen y promuevan el desempeño de actividades públicas, como el deporte); pero, por otro lado, una vez que se logra cierta calidad en las ligas de fútbol, éstas generan recursos económicos que terminan beneficiando a jugadores,

clubes, empresarios, industrias vinculadas al fútbol y, en definitiva, a la sociedad nacional en su conjunto. Todo esto, finalmente, desborda poblaciones, beneficia las capacidades semi-materiales y aumenta el poder socio-institucional de los Estados.

Por último, los clubes de fútbol con jugadores extranjeros del más alto nivel no solo aumentan su capacidad para vender camisetas en todo el mundo y para llenar estadios donde presentan sus “superestrellas”, sino que también se traducen en ingresos por publicidad y ventas de productos de marketing derivados de intereses de los patrocinadores que buscan mercados nacionales o regionales muy específicos. Todo lo anterior resulta en un aumento en la fama y el prestigio de las ligas nacionales y, finalmente, el poder comunicativo-cultural de los Estados.

Ningún deporte como el fútbol había trascendido a ser no solo una actividad humana sana y lúdica, sino que también se convirtió en un espectáculo, un negocio y una pasión con tanta difusión y magnitud. En ese sentido, el fútbol se ha convertido en un fenómeno global que representa acuerdos multimillonarios, fama mundial, influencia internacional, prestigio, etc., todo lo cual sin duda contribuye al poder nacional.

3. HETEROGENEIDAD DEL FÚTBOL EN LOS PAÍSES SEMI-PERIFÉRICOS.

El negocio del fútbol ha ido a contracorriente de la crisis financiera de 2008. En ese momento, muchos países se vieron atrapados en la recesión económica, pero los ingresos de la FIFA mostraron un crecimiento exponencial, con un promedio del 15% entre 2006 y 2015 (FIFA, 2016). Sin embargo, al igual que en otras industrias, el fútbol no puede escaparse de la lógica y la estructura del sistema mundial capitalista contemporáneo, que de hecho se basa en dos dinámicas principales. La primera corresponde a la distribución desigual de ganancias entre diferentes áreas: núcleo, semi-periferia y periferia (Wallerstein, 1974; Taylor & Flint, 2002, pp. 20-22); la segunda trata sobre el lento posicionamiento de Asia como un nuevo centro económico mundial del siglo XXI (Aseniero, 1996; Beeson, 2009; Wallerstein, 2010). Lo que interesa aquí, es enfatizar la heterogeneidad de la semi-periferia, pero en el campo del fútbol. Antes, una breve indicación sobre el centro y la periferia.

Los países centrales son aquellos que sobresalen no necesariamente por poseer las capacidades materiales más altas, sino por concentrar las capacidades semi-materiales más elevadas -constatables en los altos niveles de bienestar- y tener capacidades intangibles significativas para su proyección ideológico-cultural en el sistema. Esto se debe, entre otras razones, al hecho de que sus economías son exportadoras de bienes con alto valor agregado y están inmersas en la llamada tercera revolución industrial, son sede de centros financieros

y bolsas de valores muy importantes, tienen muchas empresas transnacionales y tienen un control significativo sobre las cadenas globales de valor, sus reservas internacionales son grandes, sus ejércitos poderosos, sus medios influyentes y sus geoculturas preponderantes.

En términos de fútbol, son “los dueños del balón” (de los partidos de liga de fútbol que son los más ricos y los más poderosos. De hecho, a partir de la teorización y los indicadores presentados en la sección anterior, es posible verificar que los Estados centrales son los principales circuitos del fútbol en lo que se refiere a la acumulación de riqueza, competitividad y prestigio, principalmente Inglaterra, Alemania, España, Francia e Italia; y, en menor medida, los Países Bajos, Portugal y Bélgica. Todos son extremadamente poderosos en el campo del fútbol, cuya potencia es el resultado de la combinación simultánea de ambas capacidades materiales (aquí están los equipos más caros del mundo, sus ligas nacionales son las más valiosas y tienen a los jugadores de fútbol mejor cotizados), como capacidades semi-materiales (sus torneos tienen una gran cantidad de equipos, sus ligas nacionales son consideradas las más competitivas del mundo y los equipos que juegan allí son considerados las más fuertes) y capacidades inmateriales (tienen las marcas de fútbol más valiosas, un alto porcentaje de sus jugadores provienen del extranjero y sus derechos de transmisión han alcanzado los valores más altos y la mayor difusión).

Debe quedar claro que no todos los Estados centrales son potencias en términos de fútbol, con la gran excepción de los Estados Unidos (Markovits, 1990); sin embargo, está claro que la dinámica principal del fútbol ocurre en los Estados centrales y, con su mecánica, ayudan a aumentar la centralidad de estos países en la economía mundial. Como se anticipó, la concentración de riqueza, competitividad y prestigio en el dominio del fútbol ocurre en los Estados centrales.

En el extremo opuesto está la periferia. La genealogía de los Estados periféricos se remonta a los procesos de colonización y explotación intrínsecos a la expansión del capitalismo desde sus orígenes hasta nuestros días. De hecho, fue especialmente entre los siglos xvi y xix cuando los estados coloniales introdujeron violentamente a los pueblos de la periferia en la economía mundial capitalista y, a través de la explotación, desmantelaron gran parte de su potencial de desarrollo, todo lo cual ha provocado que las naciones periféricas no hayan podido definir su propio modelo de desarrollo y simplemente tratar de imitar los pasos seguidos por los Estados centrales para su industrialización. Así, las economías periféricas se han distinguido por su especialización en sectores económicos que producen materias primas con bajo valor agregado, debido a su incipiente sector industrial y bajo nivel tecnológico, debido a su frágil y cíclico crecimiento, y por presentar graves problemas de deuda externa. Su inserción dependiente en la economía mundial ha sido la causa y el efecto de las condiciones de inestabilidad que predominan en la periferia, es decir, de sociedades donde los salarios son precarios, se invierte poco en programas sociales, persisten altos niveles de corrupción y violencia social, la desigualdad es alta y

hay un escape de talentos humanos que llegan a prosperar.

En general, la falta de poder socio-institucional se convierte en un freno para el desarrollo del poder económico-militar y comunicativo-cultural. Todo esto reduce la presencia de los países periféricos del mundo y los convierte en Estados particularmente vulnerables a las presiones de las potencias centrales y semiperiféricas. Sin embargo, dentro de esta área extensa y numerosa, hay algunos que destacan por su avance relativo y su proximidad a la semi-periferia; estas son las potencias subregionales (Morales Ruvalcaba, et al., 2016; Tzili, 2017; Íñiguez-Torres, 2017). En términos de fútbol, los países periféricos que se destacan en este deporte son, en el siguiente orden, Liga Águila / Colombia, UPL / Ucrania, Liga Pro del Golfo Pérsico / Irán, Liga Premier de Egipto / Egipto y Liga Olímpica de Uzbekistán / Uzbekistán. Se destacan porque la cantidad relativamente mayor de equipos que compiten en sus ligas de primera división, el alto nivel competitivo internacional de ciertos equipos locales, la inclusión de algunos de sus equipos (solo unos pocos) en las “mejores 190” marcas de fútbol y el valor a que han llegado a algunos de sus jugadores nacionales en el mercado de fichajes. Ciertamente, la periferia se mantiene al margen de la economía mundial y contribuye especialmente con recursos humanos que son apropiados por el núcleo y la semi-periferia (Poli, 2006; Darby, 2007; Poli, et al., 2015).

Sin embargo, la semi-periferia no es simplemente una categoría residual que cubre la brecha dicotómica existente entre las nociones de centro y periferia, sino que se refiere a un número significativo de Estados (algo menos de treinta) con sus propias características. Entre estos, cabe mencionar que estos Estados ocupan una posición intermedia estructural y funcional: mantener la contigüidad geográfica con los Estados centrales y periféricos. Tales Estados fueron colonizados por los Estados centrales, pero mantuvieron márgenes de autonomía relativamente mayores que los de la periferia; sus economías están en proceso de industrialización: sus aparatos administrativos están en proceso de modernización; sus sociedades muestran una gran desigualdad socioeconómica y sus regiones internas muestran una gran disparidad en sus niveles de desarrollo; proyectan geoculturas atractivas e influyentes, pero están lejos de ser dominantes; al mismo tiempo expulsan a los migrantes, territorios de tránsito y receptores de inmigrantes, personas desplazadas, refugiados, exiliados y que han abandonado sus hogares debido a la violencia o la necesidad; contienen dinámicas sociales profundamente discordantes y volátiles; y son relevantes -aunque no directores- en la gobernanza internacional.

Cabe señalar que la posición intermedia de la semi-periferia en el sistema mundial es tanto económica como social y cultural: en términos económicos, la semiperiferia mantiene vínculos más estrechos con el centro, ya que depende relativamente de sus mercados, empresas y divisas. Sin embargo, en términos generales, la semi-periferia mantiene un nivel de enfoque sociocultural más cercano a la periferia debido a su contigüidad geográfica e interpenetración histórica. En este sentido, la semi-periferia es muy importante porque

posee el potencial transformador más significativo para el sistema, ya que es el lugar de grandes fuerzas sociales discordantes y donde surgen movimientos políticos trascendentes (Wallerstein, 2003; Chase-Dunn, 1990; Terlouw, 2003). Los Estados más prominentes en la semi-periferia son los llamados poderes regionales (Nolte, 2006; Flandes, 2007; Hurrell, 2010) y estos son: China, Rusia, Brasil, Arabia Saudita, México, India, Turquía, Polonia, Argentina y Sudáfrica. En términos generales, todos estos países destacan por su enorme potencial para el fútbol por:

a) Sus capacidades materiales y su contribución al poder económico-militar. Ciertamente, ninguno de los equipos en estos países está en la lista de los “20 principales” clubes de fútbol más valiosos de Forbes, pero en la mayoría de ellos hay clubes que superan el costo de 50 millones de euros; con la única excepción de India, el valor de sus ligas de primera división supera los 100 millones de euros; Varios de estos países no solo son el lugar de nacimiento de grandes “estrellas del fútbol” con valores muy altos en el mercado de transferencias, sino que también son exportadores de jugadores para el resto del mundo.

b) Sus capacidades semi-materiales y su contribución al poder socio-institucional. Con las únicas excepciones de Arabia Saudita e India, las ligas de primera división de estos países son sólidas porque compiten en al menos 16 equipos, lo que contribuye a recibir jugadores de la periferia y para servir, en algunos casos, como escaparate para los equipos de los Estados centrales; con la excepción de China, Sudáfrica y la India, la competitividad de las ligas nacionales en estos países es relativamente alta porque se encuentran entre las 30 más fuertes; y, nuevamente con las excepciones de Sudáfrica y la India, todos estos países tienen al menos un equipo de fútbol que se encuentra entre los 100 más fuertes.

c) Sus capacidades inmateriales y su contribución al poder comunicativo-cultural: con la excepción de India, todos los países tienen al menos un club de fútbol que se encuentra en el “top 190” de las marcas más valiosas en este campo; aunque es difícil estimar el valor total de los derechos de transmisión de sus ligas, los equipos nacionales de estos países en todo el mundo con frecuencia son rivales para ganar en competencias regionales; y, a diferencia de las competencias de los Estados centrales, las ligas de primera división en los poderes regionales son menos cosmopolitas y más nacionalistas, para fomentar la generación de talento nacional.

A pesar de la fuerza relativa de estos países en el campo del fútbol, también es necesario enfatizar la heterogeneidad que existe entre ellos. Como se puede ver en la Tabla 1. *El*

empuje del fútbol en los poderes regionales, existe una gran disparidad no solo por la fuerza, la calidad y el prestigio en el fútbol de estos países, sino que también es muy desigual la contribución que este deporte hace a su poder nacional: en la parte superior de la tabla, se encuentran Brasil y Argentina, países con una gran tradición futbolística, que han logrado grandes hazañas y han contribuido, y aún lo hacen, con grandes atletas en este deporte. En síntesis “las potencias mundiales del fútbol”, pero siempre con las limitaciones de su naturaleza semi-periférica. En el segundo cuartil de la tabla, Turquía, Rusia, México y Polonia, países que aunque no han alcanzado la fuerza de los anteriores (una gran diferencia, es que nunca han sido campeones del mundo), disfrutan de una tradición futbolística también importante, y tienen una presencia regional imponente en términos de fútbol. En el tercer cuartil, Arabia Saudita y China, dos potencias emergentes de finales del siglo XX, con una pequeña tradición en el fútbol moderno, pero que tienen grandes aspiraciones en este deporte y apuestan con mucha fuerza. Y, en el cuartil inferior de la tabla, Sudáfrica y la India, potencias regionales que, por razones históricas, culturales e incluso estructurales, aún no se destacan en este deporte.

Tabla 1. Dinamismo del fútbol en los poderes regionales in regional powers

	Valor de los equipos **	Valor de las ligas **	Valor de jugadores nacionales “Top 11” [≠]	Número de equipos [±]	Ligas más fuertes [°]	Equipos más fuertes [°]	Valor de marca [‡]	Extranjeros en liga nacional **	Categoría de equipos nacionales α	TOTAL
Brasil	8	9	9	8	9	10	10	1	10	74
Argentina	7	6	10	10	10	9	7	2	9	70
Turquía	10	10	7	7	7	7	4	10	6	68
Rusia	9	8	5	6	8	8	6	8	7	65
México	6	7	6	7	6	6	9	9	8	64
Polonia	3	4	8	6	4	4	2	7	5	43
China	5	5	2	6	3	3	8	4	2	38
Arabia Saudi	4	3	3	5	5	5	5	5	3	38
Sudáfrica	2	2	4	6	2	2	3	3	4	28
India	1	1	1	3	1	1	1	6	1	16

Tabla de elaboración propia.

* La lista de Forbes se amplió con los datos de Transfermarkt (2017). Para este ítem, solo se han contabilizado los equipos de fútbol por valor de más de 50 millones de euros. Data Transfermarkt data (2017).

[≠] La información generada por el CIES Football Observatory se ha complementado con los datos de Transfermarkt (2017). Para el cálculo de este artículo, se ha considerado el valor del “top 11” de los jugadores de fútbol más caros de cada país, independientemente

de la liga en la que compitan.

Dada la cantidad de equipos existentes en las ligas de primera división del mundo, se asignaron los siguientes valores: 28 equipos = 10 puntos, 22 equipos = 9 puntos, 20 equipos = 8 puntos, 18 equipos = 7 puntos, 16 equipos = 6 puntos, 14 equipos = 5 puntos, 12 equipos = 4 puntos, 10 equipos = 3 puntos, 9 equipos = 2 puntos, 8 equipos o menos = 1 punto.

° Informes IFFHS (2016a; 2016b; 2017). El puntaje se asignó de manera decreciente (a partir de 10) según la categoría de la liga o el posicionamiento de sus equipos.

‡ De 10 a 1, los valores decrecientes se asignaron de acuerdo con la cantidad de equipos por país incluidos en los valores de la marca “top 190” (Brand Finance Group, 2012).

α De 10 a 1, se asignaron valores decrecientes según el Ranking Mundial de la FIFA, específicamente la posición promedio desde la creación de este ranking (FIFA, 2017).

De todos los países anteriores y entre sus posibles vínculos, la relación chino-argentina es la que se muestra como la más excepcional. ¿De qué se trata esto? Como ya se señaló, China es la única potencia emergente que ha hecho explícitas sus ambiciosas aspiraciones en el fútbol (Bardon & Black, 2008; Tien-Chin & Bairner, 2010; Connell, 2017) y, los países que más han contribuido con jugadores y entrenadores. y el personal técnico para el desarrollo del fútbol chino¹ han sido Brasil y Argentina: ciertamente estos dos países son los mayores exportadores mundiales, sin embargo, por tradición y vocación, los brasileños han estado más enfocados en Europa, casi dos tercios de ellos se concentran en las ligas europeas, mientras que la dispersión geográfica de los jugadores argentinos es más alta, ya que el 55% está en América Latina, el 36% en Europa y el resto en otras regiones. En otras palabras, el fútbol argentino parece más dispuesto a explorar nuevas fronteras. Además, como se mostrará en las siguientes líneas, el interés de los argentinos en el fútbol chino no se reduce a nivel de los jugadores, sino que también cubre el negocio y trasciende lo político.

3.1. Argentina: un Estado semi-periférico pero “potencia mundial del fútbol”.

Argentina es un Estado-nación que a lo largo de su historia ha tenido muchos altibajos en su posición internacional porque, durante casi dos siglos (XVIII y XIX), experimentó momentos de inmensa prosperidad y crecimiento, en los cuales llegó a ser “el granero del mundo”, la novena potencia económica mundial y líder en el sistema latinoamericano, pero luego, en el siglo veinte, experimentó momentos agudos de recesión, crisis y regresión (1930, 1983, 2001).

1 Además de Brasil y Argentina, Super Liga the China, sólo tiene registro de la participación de cinco jugadores de Polonia tres de Turquía y uno de Sudáfrica. Nunca ha habido jugadores de Rusia, México, Arabia Saudita o India.

Precisamente, una línea divisoria en la historia contemporánea de Argentina se encuentra en la crisis de finales de 2001 y sus repercusiones en el año siguiente. Vadell sostiene que “entre 1998 y 2002, la pobreza extrema aumentó en un 223% en Argentina. Un dato único en un espacio de tiempo tan reducido. En 2001, la participación del trabajo en el PIB cayó al nivel más bajo en la historia argentina” (Vadell, 2006, p. 202). A fines de 2002, las exigencias de la sociedad argentina se profundizaban. Este complicado entorno sociopolítico llevaría a anticipar las elecciones presidenciales casi seis meses, y luego a la elección inesperada de Néstor Kirchner (2003-2007), quien inauguraría un ciclo político de izquierda progresista (el kirchnerismo) que lo duraría más de una década con los gobiernos de su esposa, Cristina Fernández de Kircher (2007-2015).

Los cambios políticos de inicios del siglo XXI en Argentina también tuvieron un impacto en la gestión de su fútbol local (Becerra, 2015). La ex presidenta de izquierda Cristina Fernández puso en funcionamiento durante 2009 el programa Fútbol Para Todos (FPT), que comenzó a transmitir los juegos de Primera División de forma gratuita, con un subsidio estatal de 600 millones de pesos argentinos (ARP)² por año (Miguez, 2009); pero, en la dirección opuesta, su sucesor Mauricio Macri anuló el programa estatal FPT en su octavo año de operación y vendió los derechos de transmisión durante los próximos 10 años a las empresas de medios estadounidenses Twenty-First Century Fox y Time Warner por un valor de poco más. Más de US \$ 200 millones por año (Reuters Staff, 2017), una cantidad mayor que la que recibieron los clubes argentinos con FPT, y que presumiblemente revitalizaría el negocio del fútbol en este país durante los próximos años.

A pesar de las dificultades económicas y los cambios políticos experimentados por Argentina en las últimas décadas, ello no ha impedido que brille a nivel mundial en términos de fútbol para: tener dos de los equipos más caros del continente americano (River Plate y Boca Juniors) con un valor superior a 50 millones de euros; ser la tercera liga más valiosa del hemisferio occidental (después de Brasil y México); ser el lugar de nacimiento de algunos de los jugadores más caros del mundo (hoy en día los más destacados son Messi, Higuaín, Agüero, Dybala e Icardi); ser el país donde más equipos compiten en un torneo de primera división (28 equipos), debido esto a la alta competitividad de su liga, ya que en 2015 fue considerado el cuarto más fuerte del mundo (solo después de España, Italia y Alemania); tener algunos de los clubes más fuertes del mundo, como River Plate, Boca Juniors, Racing Club, Estudiantes y San Lorenzo; tener siete equipos con un alto valor de marca que los ubica entre los “mejores 190” de Brand Finance; ser la quinta mejor selección nacional en toda la historia, según el ranking de la FIFA; y ser el segundo exportador de futbolistas (después de Brasil), habiendo contribuido al mundo con “superestrellas” como Di Stefano,

2 Equivalente, en ese tiempo, a US\$ 155 millones.

Kempes, Maradona, Batistuta y, en la actualidad, Messi. Todo esto proyecta a la Argentina como una auténtica “potencia mundial del fútbol”, como lo demuestra la Tabla 1. ¿Pero cuál es su contribución específica al poder nacional de la Argentina?

En un estudio pionero, tanto por su metodología como por sus hallazgos, Coremberg, Sanguinetti y Wierny calcularon la contribución del fútbol profesional y amateur a la economía de Argentina a través de efectos directos (clubes y sectores asociados) e indirectos (proveedores, vínculos con la economía nacional, etc.) de este deporte. Según sus estimaciones, el fútbol argentino generó ARP \$ 41,775 millones en 2013, de los cuales ARP \$ 8,860 millones corresponden al valor bruto creado por los clubes y ARP \$ 32,15 millones a los sectores que producen gracias al fútbol. En palabras de los autores, “esto significa que por cada peso gastado por los clubes, se generan 3.7 pesos adicionales en otros sectores de la economía; más que los calculados para el deporte en el Reino Unido” (Coremberg, et al., 2015, p. 54). Sin embargo, lo más destacable de esta investigación es que descubre el gran potencial del fútbol argentino porque “es competitivo tanto en el fútbol como en la economía (por sus bajos costos) a nivel internacional” (Coremberg, et al., 2015, p. 42), especialmente si se tiene en cuenta que los clubes de fútbol argentinos están financiados en su mayoría (casi el 50%) por sus seguidores y no por los derechos de transmisión, marketing y patrocinios como en Europa o Brasil. Esto da lugar a enormes posibilidades de comprensión y colaboración entre Argentina y China, lo que es potencialmente beneficioso para ambas partes.

3.2. China, la nueva “potencia emergente” del fútbol.

Según Horne, aunque el emblema oficial de la FIFA “de dos balones impresos con el mapa del mundo muestra el Lejano Oriente cerca del centro donde se cruzan los dos balones, no cabe duda de que Asia es periférica en términos de poder futbolístico” (Horne, 2004, p. 1235). Sin embargo, en la última década, esto ha comenzado a cambiar sustancialmente.

Al igual que el informe de la FIFA, los ingresos por televisión de Asia y África del Norte aumentaron de USD \$ 86 millones en 2007 a USD \$ 218.2 millones en 2014, lo que representa un gran aumento en el número de fanáticos en esta región, que es sin duda la más dinámica. En este contexto, China se mantiene. En las últimas décadas, China se ha empeñado en convertirse en un país semi-periférico y se preparó para desempeñar un papel de superpotencia (Eichengreen, 2006; Arrighi, 2007). Se insta a China a mejorar desde muchos aspectos diferentes, uno de los cuales es consolidar su influencia, prestigio y presencia en la globalización. El fútbol pasa a ser un componente vital de esto porque, de hecho, China es un país emergente en este campo y tiene mucho que crecer (ver Tabla 1). Como señaló Pulleiro, la competencia deportiva “supone una muestra del estado y el desarrollo adquirido en la existencia de relaciones de poder concretas” (Pulleiro, 2014, p. 10).

De acuerdo con las estadísticas de la IFFHS, se considera que la Superliga china (CSL) ocupa el cuarto lugar entre las ligas de fútbol en Asia, que corre tras las ligas profesionales de Corea, Arabia Saudita y Japón. Sin embargo, la mejora de la competitividad en los últimos años se beneficia del patrocinador de empresas y el proyecto nacional de construcción de un centro de fútbol. Además, bajo la dirección del presidente Xi Jinping, la revitalización del fútbol chino se ha puesto en la agenda como una misión importante para crear una potencia mundial deportiva. Este objetivo se logrará al ingresar a la Copa Mundial de la FIFA (la única en 2002 en la que participó el equipo de fútbol chino), organizar una Copa Mundial de la FIFA en el año 2030 o 2034 y ganar la Copa Mundial antes de 2050.

Se ha demostrado que la promoción del deporte no se traduce necesariamente en un aumento de las capacidades nacionales, aun cuando algunos académicos han debatido seriamente los beneficios de los mega eventos deportivos para los países anfitriones (Whitson & Horne, 2006; Barclay, 2009; Li & McCabe, 2013). Sin embargo, China se muestra como un caso paradigmático, completamente opuesto. Según Carlos Pulleiro, China ha podido usar el deporte en cada una de las variantes: “organizar los Juegos Olímpicos de Verano 2008 para hacer visible su fuerza económica y su ascendencia en la jerarquía de poder internacional, utilizando el ping-pong como un elemento diplomático para establecer contacto con Estados Unidos o condicionando el estatus olímpico de Taiwan a su regreso al Movimiento Olímpico a finales de los años setenta” (Pulleiro, 2016, p. 55). Si un país se ha beneficiado políticamente del deporte durante la Guerra Fría, ha sido precisamente China.

Para lograr sus objetivos en el fútbol, China debe dar tres pasos: primero, ampliar la construcción de campos de fútbol, incluyendo la construcción de estadios más modernos. En segundo lugar, prestar más atención al sistema de capacitación del personal, en otras palabras, mejorar el nivel de los entrenadores y entrenadores locales chinos. En tercer lugar, popularizar el fútbol; la CSL ha comenzado a gastar grandes cantidades de dinero en la introducción de famosos jugadores de fútbol europeos y sudamericanos para llamar la atención de los fanáticos chinos y otros en todo el mundo.

La Asociación China de Fútbol se estableció el 3 de enero de 1955; solo 62 años de historia. La Asociación Argentina de Fútbol se fundó desde hace 124 años y es la primera de su tipo en establecerse en la Asociación de fútbol de América del Sur, así como una de las primeras ocho Asociaciones de fútbol del mundo. China es un país de poder deportivo, pero no en el fútbol. En contraste, Argentina posee una experiencia más rica. Unos años después de la Copa Mundial de la FIFA 2014, Argentina ocupó la primera posición del mundo. China debe usar esa experiencia para desarrollar el fútbol chino. Este año (2017) coincidió con el 65 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre China y Argentina. China y Argentina llevarán a cabo una cooperación profunda en varios campos, especialmente en el campo del fútbol.

El nivel del fútbol nacional está determinado por el entorno del fútbol y las condiciones materiales. China, con una situación complicada, enfrenta ahora innumerables dificultades en el desarrollo del fútbol, que está restringido por las condiciones económicas, políticas y culturales. La CSL se estableció casi medio siglo después o más que las ligas más fuertes. Llega algo tarde. Además, tiene un desarrollo más lento porque carece de experiencia y debe enfrentar el impacto de una reforma política. China se quedó a la zaga de otras naciones en el desarrollo del fútbol, aunque China había hecho mucho desde el establecimiento del P.R.C. No fue hasta la década de 1990 que China comenzó a tener su propia liga profesional. En el 2001, el fútbol chino se empezó a ver envuelto en la corrupción. Los ejecutivos de la Asociación y la administración del club fueron parte en este escándalo. Los comportamientos contra el espíritu deportivo, como el amaño de partidos, las trampas y las huelgas, dieron como resultado la desvitalización del desarrollo del fútbol chino.

Con una serie de circunstancias hechas públicas, las maniobras escondidas del juego de fútbol surgió gradualmente, involucrando a los ejecutivos de la Asociación, la administración del club, el arbitraje y los jugadores. Después de la investigación y el castigo, en los últimos años, estos malos comportamientos se han reducido mucho. El 7 de octubre de 2001, en el estadio Wulihe en Shenyang, la selección nacional china de fútbol, bajo el liderazgo de Mi Lu, derrotó a Omán, y por primera vez en la historia participa en las finales de la Copa del Mundo. Desde entonces, el movimiento de fútbol ha ganando fuerza, con toda las camisetas del equipo nacional agotada al instante. Las escuelas primarias y secundarias también realizaron clases especiales de entrenamiento de fútbol, mostrando que el fútbol se había convertido en el deporte más popular. Aunque China quedó eliminada sin ganar un partido en su grupo, tuvo un gran efecto positivo en el ambiente del fútbol nacional. En los últimos años, el Guangzhou Evergrande Taobao Football Club ganó la Copa Asiática de la AFC dos veces, haciendo que el fútbol se calentara nuevamente en todo el país. Vale la pena observar el futuro desarrollo del fútbol chino.

En la Cumbre del G-20 de Hangzhou en 2016, el Presidente Xi envió inesperadamente una solicitud al Presidente Macri, con la expectativa de que China tuviera su propio Messi o Maradona en 20 años, para lo que necesitaría la respuesta de Argentina. Macri respondió de inmediato que estaba muy contento de ayudar. Luego, también hablaron sobre temas como el entrenador de fútbol argentino que enseña en China, los jugadores chinos que van al club argentino, etc.

3.3 Relaciones futbolísticas chino-argentinas.

La diplomacia de fútbol propuesta por el presidente Xi también se ha convertido en parte de la política exterior de China. Cuando la diplomacia del ping-pong abrió la puerta a los intercambios chino-estadounidenses, así la diplomacia del fútbol aspira a reducir la

distancia entre los chinos y los pueblos del mundo. La diplomacia del fútbol destaca la actitud diplomática abierta e inclusiva de China hacia la integración en el mundo, refleja los medios diplomáticos tentativos de China para mostrar el estilo de país grande, modesto y proactivo de China, así como los objetivos de la reforma de China de desarrollo integral y floreciente. El presidente Xi también presentó el “Sueño chino”, la importante guía y el concepto dominante, con el que el sueño del poder deportivo también está estrechamente vinculado. Por lo tanto, considerando el débil desempeño futbolístico de China, se considera imperativo promover la reforma del sistema de fútbol. El 27 de febrero de 2015, el Grupo Líder Central para las Reformas de Profundización Integral aprobó un programa general de la reforma del fútbol de China. La situación del fútbol chino está cambiando.

El 18 de julio de 2014, el presidente Xi llegó a Buenos Aires para una visita de estado a Argentina y recibió la camiseta número 10 de la selección nacional argentina. Después de que el alcalde Macri terminó la entrega de regalos, Xi también preguntó con humor: “¿cuánto es la tarifa de transferencia?” Durante su visita a Argentina, el presidente Xi mencionó repetidamente en su discurso que estaba ansioso por ser anfitrión de la Copa Mundial en China, esperando que Argentina ayudaría al fútbol chino, causando grandes repercusiones en la comunidad futbolística local.

Con las relaciones cada vez más estrechas entre China y Argentina, los clubes argentinos han entrado gradualmente en China, inyectando vitalidad en el desarrollo del fútbol chino. Al mismo tiempo, las compañías chinas también se convirtieron en patrocinadores de muchos clubes de fútbol conocidos en Argentina. Por ejemplo, Huawei ha patrocinado dos clubes famosos: el CA Boca Juniors y el River Plate. Muchos clubes de fútbol argentinos también llevaron a cabo una cooperación más profunda en otros campos en China. El fútbol chino debería aprovechar esta oportunidad para aprender más sobre conceptos y experiencias avanzadas extranjeras.

La CSL también ha presentado a varios jugadores de fútbol argentinos, con la expectativa de que su poder ayude a despertar la pasión del equipo. Por ejemplo, en estos dos años, el Hebei China Fortune FC presentó al internacional argentino Ezequiel Ivan Lavezzi y el Shanghai Greenland Shenhua Football Club gastó grandes cantidades de dinero en la contratación de jugadores argentinos como Carlos Tevez. Será más fácil dimensionar estos montos de dinero si se toma en cuenta que Tevez puede ganar US \$ 80 por minuto. Además de la transferencia de los jugadores, para acceder al mercado chino, Argentina y Brasil celebraron la Supercopa Sudamericana en el Nido de Pájaro en Beijing, dando a los aficionados chinos la oportunidad de ver jugar a famosos como Messi, Neymar y Kaká de cerca.

Este año (2017) es el 65 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre China y Argentina. Los dos países ciertamente consolidarán y profundizarán las relaciones de cooperación bilateral, especialmente la cooperación en el fútbol. Con la determinación nacional de promover el fútbol, ambos países buscarán una cooperación mutuamente

beneficiosa en varios campos y lograrán un desarrollo sostenible.

4. CONCLUSIÓN

En líneas anteriores se analizaron los desafíos que enfrenta China, la potencia emergente más extraordinaria desde fines del siglo XX y principios del siglo XXI, en sus esfuerzos por consolidar su poder nacional utilizando, como una herramienta más, el fútbol. La estrategia metodológica fue, primero, abordar una serie de consideraciones teóricas para dimensionar la contribución del fútbol al poder nacional de un Estado; En segundo lugar, observar la potencialidad de los poderes regionales en este deporte, pero también su heterogeneidad, específicamente con respecto a Argentina, que representa un caso paradigmático que, aunque se mantiene como un estado semi-periférico, es al mismo tiempo una “potencia mundial del fútbol”. China, una potencia emergente que entiende el fútbol como una herramienta en la consolidación de su poder nacional; En tercer lugar, una revisión de las relaciones chino-argentinas en esta materia deportiva.

Los factores que marcan diferencias entre China y Argentina en esta materia se pueden resumir en las siguientes:

1. Sistema de fútbol: la construcción del sistema de fútbol en China es un problema que necesita más atención. Aunque se han realizado varias reformas, el efecto no es satisfactorio. Además, junto con la comercialización del fútbol, comenzó a aparecer nuevamente la corrupción. Lo que es peor, muchos gerentes de clubes de la Asociación China de Fútbol no entienden la carrera futbolística, lo que da lugar a un fenómeno en el que básicamente el personal profesional subordinado está a cargo de personal no profesional y ajeno al fútbol. En Argentina, el fútbol se puede ver en todas partes. Saludar a las personas hablando sobre el fútbol es tan normal como en China saludar con la pregunta “¿Has comido algo?”. Según las estadísticas, la penetración del fútbol en Argentina es tan alta como 98% entre los hombres de 3 a 70 años. Y 9 de cada 10 personas son fanáticos de algún club.

2. El tamaño de la afición al fútbol: el número de verdaderos fanáticos del fútbol chino no es grande, aunque en los últimos años el número ha crecido mucho. Algunos se enamoraron del fútbol debido a la Copa del Mundo, mientras que algunos fanáticos comienzan por los jugadores de fútbol guapos. Y algunos ponen atención al fútbol cuando la victoria del equipo chino es noticia. El crecimiento de la población de fanáticos no parece ser suficiente, pero todavía tiene un efecto positivo en cierta medida.

3. Construcción de la infraestructura de fútbol: dado que este país densamente poblado ocupa una extensión relativamente pequeña, aunque el gobierno sigue impulsando la

construcción de instalaciones deportivas, la demanda de campos de fútbol difícilmente es satisfecha. Debido a los altos costos de la construcción y el mantenimiento, algunos campos de fútbol comenzaron a cobrar para usarlos. Se cobran casi 200 yuanes por un juego de fútbol de ligas básicas, demasiado caro para los estudiantes sin ingresos para jugar al fútbol, lo que, de hecho, dificulta el desarrollo de la carrera futbolística en China.

En este aspecto, la situación es mucho mejor en Argentina. La afición futbolística es grande, y la gente ve partidos de fútbol desde joven. La infraestructura futbolística es adecuada. Hay 17 campos de fútbol con medidas oficiales en Buenos Aires, la capital de Argentina. Teniendo en cuenta esto, es fácil descubrir la enorme posibilidad de una mayor comunicación entre Argentina y China: el primero tiene un fuerte poder futbolístico que puede usarse inteligentemente como parte de sus medios diplomáticos públicos; el segundo necesita los talentos y las experiencias de los países con una tradición futbolística dispuesta a apoyar en el logro de sus objetivos nacionales. En este aspecto, Argentina y China nunca son competidores entre sí.

REFERENCIAS

- Allmers, S. & Meannig, W., 2009. Economic impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and outlook for South Africa 2010. *Eastern Economic Journal*, fall, 35(4), pp. 500-519.
- Arrighi, G., 2007. *Adam Smith en Pekín*. Madrid: Akal.
- Aseniero, G., 1996. Asia in the world-system. *Social Justice*, spring-summer, 23(1/2 (63-64)), pp. 228-249.
- Barclay, J., 2009. Predicting the cost and benefits of mega-sporting events: misjudgement of olympic proportions?. *Economic Affairs*, jun., 29(2), pp. 62-66.
- Bardon, S. & Black, M., 2008. The economics of sport in China: a maturing sector. *China Perspectives*, 73(1), pp. 40-46.
- Becerra, M., 2015. *Economía política de la pelota. Fútbol para Todos y el factor Tinelli*. [En línea] Disponible en: <http://nuso.org/articulo/economia-politica-de-la-pelota/> [Acceso, sept. 2017].
- Beck, U., 2002. The cosmopolitan society and its enemies. *Theory, Culture & Society*, 19(1-2), pp. 17-44.
- Beeson, M., 2009. Hegemonic transition in East Asia? The dynamics of chinese and american power. *Review of International Studies*, jan., 35(1), pp. 95-112.
- Boniface, P., 2006. El fútbol, fenómeno global por excelencia. *Vanguardia Dossier*, julio-septiembre, Issue 20, pp. 6-14.

- Bradley, J. M., 2002. The patriot game: football's famous 'Tartan Army'. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(2), pp. 177-197.
- Brand Finance Group, 2012. *Football Brands 2012*. [En línea] Disponible en: http://brandfinance.com/images/upload/brandfinance_football_brands_2012.pdf [Acceso, sept. 2017].
- Chase-Dunn, C., 1990. Resistance to imperialism: semiperipheral actors. *Review*, Winter, XIII(1), pp. 1-31.
- CIES Football Observatory, 2017. New exclusive CIES *Football Observatory transfer value estimates*, Neuchâtel: CIES Football Observatory.
- Connell, J., 2017. Globalisation, soft power, and the rise of football in China. *Geographical Research*, sept..pp. 1-11.
- Coremberg, A., Sanguinetti, J. & Wierny, M., 2015. *La contribución del fútbol a la economía argentina*. [En línea] Disponible en: <https://arklems.files.wordpress.com/2011/10/afafce-informe-final060415.pdf> [Acceso, sept. 2017].
- Darby, P., 2007. Out of Africa: the exodus of elite african football talent to Europe. *Journal of Laboratory Society*, december, 10(4), pp. 443-456.
- Darby, P., 2013. 'Let us rally around the flag': football, nation-building, and pan-africanism in Kwame Nkumah's Ghana. *Journal of African History*, 54(2), pp. 221-46.
- Dietschy, P., 2013. Making football global? FIFA, Europe, and the non-european football world, 1912-74. *Journal of Global History*, 8(2), pp. 279-298.
- Dubal, S., 2010. The neoliberalization of football: rethinking neoliberalism through the commercialization of the beautiful game. *International Review for the Sociology of Sport*, 42(2), pp. 123-146.
- Eichengreen, B., 2006. China, Asia, and the world economy: the implications of an emerging asian core and periphery. *China & World Economy*, 14(3), pp. 1-18.
- Eisenberg, C., 2006a. FIFA 1975-2000: the business of football development organisation. *Historical Social Research*, 31(1), pp. 55-68.
- Eisenberg, C., 2006b. International bibliography of football history. *Historical Social Research*, 31(1 (115)), pp. 170-208.
- Evens, T. & Lefever, K., 2011. Watching the football game: broadcasting rights for the european digital television market. *Journal of Sport and Social Issues*, 35(1), pp. 33-49.
- Falconieri, S., Sákovics, J. & Palomino, F., 2004. Collective versus individual sale of television rights in league sports. *Journal of the European Economic Association*, 2(5), pp. 833-862.
- FIFA, 2016. *Financial and governance report 2015*, Ciudad de México: Fédération Internationale de Football Association.
- FIFA, 2017. *Men's ranking*. [En línea] Disponible at: <http://www.fifa.com/fifa-world->

- ranking/ranking-table/men/index.html [Acceso, sept. 2017].
- Flemes, D., 2007. *Conceptualizing regional power in international relations: lessons from the South African case*. [En línea] Disponible en: http://repec.giga-hamburg.de/pdf/giga_07_wp53_flemes.pdf [Acceso, septiembre 2014].
- Forbes, 2016. *Los 20 equipos de fútbol más valiosos de 2016*. [En línea] Disponible en: <https://is.gd/itTB20> [Acceso, agosto 2017].
- Forbes, 2017. *The world's 12 richest TV soccer deals*. [En línea] Disponible en: <https://is.gd/7t1clU> [Acceso, sept. 2017].
- Gasparetto, T. & Barajas, A., 2016. Reanalizando la competitividad en la industria del fútbol: diferencia acumulada de puntos. *Revista de Administração de Empresas*, may/june, 56(3), pp. 288-301.
- Giri, A. K., 2006. Cosmopolitanism and beyond: towards a multiverse of transformations. *Development and Change*, november, 37(6), pp. 1277-1292.
- Gortazar, L., 2012. *Broadcasting rights in football leagues and TV competition*, Madrid: CEMFI.
- Hadas, M., 2000. Football and social identity: the case of Hungary in the Twentieth Century. *The Sports Historian*, november, 20(2), pp. 43-66.
- Horne, J., 2004. The global game of football: the 2002 World Cup and regional development in Japan. *Third World Quarterly*, 25(7), pp. 1233-1244.
- Hurrell, A., 2010. Regional powers and a global system from a historical perspective. In: *Regional leadership in the global system*. Farnham: Ashgate, pp. 1-14.
- Huveneers, C., 2014. *Marketing of football broadcasting rights: is competition off-side?*. [En línea] Disponible en: <https://is.gd/79wBWo> [Acceso, septiembre 2017].
- IFFHS, 2016a. *The strongest league in the world 2015*. [En línea] Disponible at: <http://iffhs.de/the-strongest-league-in-the-world-2015/> [Acceso, abril 2017].
- IFFHS, 2016b. *Club world ranking 2015*. [En línea] Disponible en: <http://iffhs.de/club-world-ranking-2015/> [Acceso, abril 2017].
- IFFHS, 2017. *International Federation of Football History and Statistics*. [En línea] Disponible en: <http://iffhs.de/> [Accessed sept. 2017].
- Íñiguez-Torres, L. P., 2017. Del desarrollo político-económico y la proyección internacional de Egipto tras la Guerra Fría: estrategias de una potencia subregional de Medio Oriente. *InterNaciones*, Issue 12, pp. 41-68.
- Karush, M., 2003. National identity in the sports pages: football and the mass media in 1920s Buenos Aires. *The Americas*, 60(1), pp. 11-32.
- Levermore, R., 2011. Sport-for-Development and the 2010 Football World Cup. *Geography Compass*, december, 5(12), pp. 886-897.
- Li, S. & McCabe, S., 2013. Measuring the socio-economic legacies of mega-events: concepts, propositions and indicators. *International Journal of Tourism Research*, jul./

- aug., 15(4), pp. 388-402.
- Markovits, A., 1990. Pourquoi n'y a-t-il pas de football aux États-Unis ? l'autre 'exceptionnalisme' américain. *Vingtième Siècle*, avril-juin, 26(1), pp. 19-36.
- Marschik, M., 2001. Mitropa: representations of 'Central Europe' in football. *International Review for the Sociology of Sport*, 36(1), pp. 7-23.
- Meissner, F. & Vertovec, S., 2015. Comparing super-diversity. *Ethnic and Racial Studies*, 38(4), pp. 541-555.
- Miguez, D., 2009. Fútbol gratis por diez años en TV abierta. *Página 12*, 21 agosto, pp. <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-130361-2009-08-21.html>.
- Morales Ruvalcaba, D., Rocha Valencia, A. & Durán González, T., 2016. Las potencias subregionales en el sistema internacional de Posguerra Fría: ¿nuevos actores en la política internacional?. *Geopolítica(s)*, 7(1), pp. 73-103.
- Nolte, D., 2006. *Potencias regionales en la política internacional: conceptos y enfoques de análisis*. [En línea] Disponible en: http://www.giga-hamburg.de/de/system/files/publications/wp30_nolte.pdf [Acceso, septiembre 2014].
- Poli, R., 2006. Migrations and trade of african football players: historic, geographical and cultural aspects. *Africa Spectrum*, 41(3), pp. 393-414.
- Poli, R., Ravenel, L. & Besson, R., 2015. *Exporting countries in world football*, Neuchâtel: CIES Football Observatory.
- Poli, R., Ravenel, L. & Besson, R., 2016. *Transfer values and probabilities: the CIES Football Observatory approach*, Neuchâtel: CIES Football Observatory.
- Pulleiro, C., 2014. Los Estados en los Juegos Olímpicos durante la Posguerra Fría desde la teoría del equilibrio de intereses: el caso de los BRICS. *Trabajos y Ensayos*, feb., Issue 18, pp. 1-18.
- Pulleiro, C., 2016. *Relaciones internacionales y Juegos Olímpicos*. Bilbao: Centro de Estudios Olímpicos de la UPV/EHU.
- Reuters Scaff, 2017. Fox, Turner win broadcast rights to Argentine soccer. *Reuters*, 17 march, p. <https://is.gd/LEWW1p>.
- Rottenberg, S., 1956. The baseball players' labor market. *The Journal of Political Economy*, june, 64(3), pp. 242-258.
- Storey, D., 2011. Football, place and migration: foreign footballers in the FA Premier League. *Geography*, summer, 96(2), pp. 86-94.
- Taylor, M., 2006. Global players? Football, migration and globalization, c. 1930-2000. *Historical Social Research*, 31(1 (115)), pp. 7-30.
- Taylor, P. J. & Flint, C., 2002. *Geografía política*. Madrid: Trama Editorial.
- Terlouw, K., 2003. Semi-peripheral developments: from world-systems to regions. *Capitalism, Nature, Socialism*, Diciembre, 14(4), pp. 71-90.

- Tien-Chin, T. & Bairner, A., 2010. Globalization and chinese sport policy: the case of elite football in the People's Republic of China. *The China Quarterly*, sept., Volume 203, pp. 581-600.
- Torgler, B., 2004. The economics of the FIFA Football Worldcup. *Kyklos*, may, 57(2), pp. 287-300.
- Transfermarkt GmbH & Co., 2017. *Transfermarkt*. [En línea] Disponible en: <https://www.transfermarkt.es/>
- Tzili, E., 2017. Filipinas. *Anuario Asia Pacífico*, Issue 16, pp. 317-336.
- Vadell, J., 2006. A política internacional, a conjuntura econômica e a Argentina de Néstor Kirchner. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 49(1), pp. 194-214.
- Vertovec, S., 2007. Super-diversity and its implications. *Ethnic and Racial Studies*, 30(6), pp. 1024-1054.
- Wallerstein, I., 2003. *El moderno sistema mundial. Tomo I: la agricultura capitalista y los orígenes de la economía-mundo europea en el siglo XVI*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Wallerstein, I., 2010. Northeast Asia in the multipolar world-system. *Asian Perspective*, 34(4), pp. 191-205.
- Wallerstein, I., 1974. The rise and future demise of the world capitalist system: concepts for comparative analysis. *Comparative Studies in Society and History*, sep., 16(4), pp. 387-415.
- Whitson, D. & Horne, J., 2006. Underestimated costs and overestimated benefits? Comparing the outcomes of sports mega-events in Canada and Japan. *The Sociological Review*, dec., 54(2), pp. 73-89.
- Zolo, D., 2000. *Cosmópolis*. Barcelona: Paidós.

Zhongli Zhang. Licenciada en Estudios Internacionales por la Universidad de Shanghai y Maestra en Lingüística por la misma universidad. Coordinadora del Departamento de Español de la Sun Yat-sen University.

Daniel Morales Ruvalcaba. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, Maestría en Estudios Contemporáneos por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Estudios Internacionales por la Universidad de Guadalajara. Es Investigador Asociado en la Universidad Sun Yat-Sen University, Research Center for Latin American Studies. Miembro del Sistema Nacional de Investigador de México. Ha sido profesor en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), así como en la Universidad de Guadalajara donde se desempeñó

también como investigador del Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo (CEED). Sus Líneas de investigación: Relaciones Internacionales; América Latina; Política exterior y Geopolítica.