

## OPINIÓN

Clifford J. Hendel <sup>(M)</sup>

## Globalización de los negocios en el deporte

## I. Introducción y esquema (2)

Son cada vez más evidentes e interesantes los paralelismos entre el emergente negocio global de los deportes (y la ley del deporte en constante evolución) y los negocios no deportivos en general (y las leyes que no se refieren a los deportes). Estos paralelismos son consecuencia de una de las figuras clave de nuestro tiempo, la globalización.

Este artículo se dividirá en tres partes: primero, una descripción en términos generales de la evolución del deporte hacia un negocio global cada vez más importante, con cierto énfasis en dos de los principales eventos: los Juegos Olímpicos y la Copa del Mundo de Fútbol; segundo, un resumen de los intereses económicos (y de otro tipo) que se generan a la hora de albergar eventos deportivos masivos de este tipo; y tercero, una vez sentado lo anterior, una presentación sobre cuatro temas de actualidad que están íntimamente conectados con el globalizado y rico mundo de los deportes modernos, poniendo de manifiesto cómo los negocios, problemas y soluciones extradeportivos tienen interesantes paralelismos con el mundo del deporte.

## II. El negocio global del deporte

## Ayer

La globalización y comercialización del deporte es un fenómeno reciente que ha ocurrido, en gran medida, durante el transcurso de nuestras vidas. Hace cincuenta años, el deporte era una actividad predominantemente local con limitados ingresos derivados de los derechos de emisión e ingresos de patrocinio. Sin embargo, a partir del último cuarto del siglo XX, los aspectos económicos y comerciales se han convertido en factores dominantes en el deporte.

Fue el surgimiento de la televisión lo que transformó de forma radical el deporte: si al inicio de los años cincuenta sólo el 10% de los hogares americanos tenía televisión, a finales de los ochenta únicamente el 10% no la tenía. Esto cambió la naturaleza de la producción, distribución y consumo del deporte y, por lo tanto, sus aspectos económicos.

## Hoy

El deporte es hoy un gran negocio global, que representa (de acuerdo con algunas estadísticas) alrededor del 2-3% del comercio global. Tan solo el fútbol, como se ha afirmado, constituiría la 17ª economía del mundo. Los atletas —pensemos en Michael Jordan— son celebridades mundiales y patrocinan marcas; los equipos —pensemos en el Real Madrid, que obtiene cerca de 500 millones de euros anuales y que realiza agotadoras giras veraniegas por Asia y Estados Unidos— han aumentado el número de aficionados y engrandecido su imagen por todo el mundo; las ligas —pensemos en la NBA— han hecho lo mismo; y las corporaciones no deportivas (pensemos en NIKE o ESPN) han construido sus modelos de negocio y vinculado sus fortunas comerciales a los deportes globales. Sin embargo, el deporte no ha sido un negocio siempre; históricamente era una actividad *amateur*, a tiempo parcial y, por supuesto, ni grande ni global.

## Mañana

La llegada de internet y las tecnologías modernas probablemente significará la continuación de esta tendencia de globalización (y *aplanaamiento*, usando el término de Thomas Friedman) del deporte. Pero no se quedará ahí: internet y las nuevas tecnologías han transformado el deporte y continuarán haciéndolo en el futuro. Este giro drástico en la industria del deporte añadirá nuevas y complejas fuentes de ingresos por encima y más allá de las tradicionales plataformas de ingresos de los deportes, esto es, ingresos por entradas, derechos televisivos, *merchandising* y patrocinios. El uso de nuevas tecnologías que transforman la experiencia de los aficionados, permitiéndoles mayor interacción y control sobre dicha experiencia, creará un nuevo paradigma de ingresos para los deportes y les ayudará a competir con otras formas de entretenimiento. (3)

## III. Eventos deportivos masivos

El exponencial atractivo y disponibilidad de los eventos deportivos masivos globales (en particular, los Juegos Olímpicos y la Copa del Mundo de Fútbol) para los espectadores, emisores y patrocinadores corporativos ejemplifica la reciente globalización del negocio de los deportes. Eventos deportivos populares que pueden atraer a una audiencia global a través de la transmisión por televisión y radio se han convertido en un medio ideal para los patrocinadores corporativos a la hora de buscar un aumento del perfil global de sus marcas.

La FIFA fue la pionera en iniciar el patrocinio corporativo durante las celebraciones de la Copa del Mundo de los años setenta y ochenta.

Los Juegos Olímpicos, en tan sólo un siglo, han llegado a ser el espectáculo más popular del mundo; en especial, desde los Juegos de verano de Los Ángeles 1984. Los esfuerzos del entonces presidente del Comité Olímpico Internacional Juan Antonio Samaranch para evitar las pérdidas de los Juegos previos de Moscú y Montreal han aumentado los intereses de la ciudad anfitriona en el evento, así como se han acrecentado los derechos de emisión y patrocinio, lo que ha llevado a un incremento espectacular de los ingresos. Hasta tal extremo que en los últimos años el porcentaje de los ingresos totales procedentes de la venta de entradas para dichos eventos ha supuesto tan sólo la décima parte de ellos, mientras que la venta de los derechos de emisión alcanza la mitad de dichos ingresos, y los derechos de patrocinio, hasta un tercio del total.

Los Juegos Olímpicos de Los Ángeles marcaron un hito en la creación de un modelo contemporáneo para la financiación de grandes eventos deportivos, creando intensas pujas por los derechos de emisión y patrocinio y garantizando el patrocinio exclusivo para un limitado número de categorías de producto. El patrocinio olímpico —en el cual se conceden a una compañía derechos sobre la marca olímpica internacional y oportunidades de mercado a cambio de apoyo financiero y contribuciones de bienes o servicios— se considera en ocasiones (incluso más que en el mercado general) más que un mero ejercicio de maximización del beneficio. Más bien, se trata de una forma de incrementar la

conciencia global sobre el producto y de asociar los productos con los aspectos positivos del deporte. Después de todo, mientras que los deportes profesionales tienden hoy en día a centrarse en el negocio y en el resultado final, al menos de forma relativa, hay un sentimiento de esplendor, política y reputación global en relación con los Juegos Olímpicos.

Algunos estudios indican que los anillos del Comité Olímpico Internacional son el símbolo no escrito más reconocido en el mundo, lo que, evidentemente, es susceptible de monetarización. El impulso del patrocinio olímpico ha sido solamente superado por el impulso de los derechos de emisión olímpicos, cuyas ventas han tendido a duplicarse o incluso triplicarse entre cada edición cuatrienal de los juegos desde los ochenta: la venta de los derechos de emisión para los juegos de Londres superaron 2.500 millones de dólares para el Comité Olímpico Internacional. Tan sólo la venta de los derechos de emisión anuales para la NFL, la liga de fútbol americano, supera este dato en los deportes (cerca de 4.000 millones de dólares).

## IV. Intereses económicos (y de otro tipo) en albergar eventos deportivos masivos

Las medidas y análisis acerca del negocio del deporte y su impacto económico o de otro tipo son especialmente escurridizas y objeto de intensos debates que, en ocasiones, llegan a diferentes conclusiones. El impacto económico (y de otro tipo) de albergar eventos deportivos masivos no es menos controvertido. Por lo que respecta al impacto económico, diferentes métodos y medidas suponen diferentes conclusiones. Medir impactos no económicos/sociales es incluso más difícil. La situación se complica aún más por el hecho de que muchos de los análisis relevantes efectuados y datos proporcionados provienen de los proponentes y participantes del evento en cuestión, poniendo en duda, hasta cierto punto, su neutralidad.

Entre los argumentos tradicionalmente utilizados para justificar albergar tales eventos y usar fondos públicos para todas las inversiones relacionadas se incluyen los beneficios a largo plazo de la construcción de nuevas instalaciones deportivas que pueden servir como plataforma para los futuros turistas; el aumento de la visibilidad e imagen de la comunidad; el estímulo de desarrollo; y la oportunidad de adelantar la ejecución de proyectos de infraestructuras previamente contemplados.

Los Juegos de Barcelona de 1992 son generalmente considerados como un modelo de utilización de su condición de anfitrión para obtener una ventaja permanente. En términos de desarrollo de infraestructuras (incluyendo aeropuertos, inversiones en líneas ferroviarias y carreteras, que suponen más de un tercio de la inversión total en los Juegos), desarrollo de áreas pobres de la ciudad (apertura de la ciudad al mar y transformación drástica de la costa, que supuso un quinto de la inversión total) e incremento de la capacidad hotelera total (que significó más de una décima parte de la inversión total), el impacto positivo a largo plazo de albergar los Juegos de 1992 está más allá de cualquier duda. Lo mismo parece darse en relación con los efectos no económicos o *legado*, que afecta

al conocimiento global de la ciudad y su consideración como un destino cultural, turístico y de negocios, que ha aumentado espectacularmente desde 1992.

Los Juegos Olímpicos de verano de Beijing 2008 siguieron de forma consciente el modelo de Barcelona, llevando a cabo enormes inversiones en infraestructuras previamente previstas y cultivando los efectos de legado e imagen derivados de albergar el evento.

No es irracional esperar un impacto económico positivo a largo plazo en Beijing que sea similar al que experimentó Barcelona. El impacto a largo plazo de los Juegos de Londres de 2012 será probablemente menos pronunciado debido a una menor inversión (y menor necesidad de inversión) en grandes infraestructuras y quizás menos necesidad de imagen y otros efectos de legado, debido a la ya consolidada notoriedad e imagen de Londres en el mundo.

Brasil, anfitrión de la Copa del Mundo de Fútbol de 2014, siendo Río de Janeiro además la ciudad anfitriona de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de verano de 2016, parece seguir los pasos de las ex-sedes olímpicas de Barcelona y Beijing: aprovechando la oportunidad de pulir su *marca* a nivel mundial como medio para potenciar la actividad económica y turística; tomando las ventajas que ofrecen los Juegos, no sólo de la clásica construcción y mejora de instalaciones deportivas, sino también del desarrollo de las grandes zonas deprimidas del centro de Río, conocidas como *favelas*; llevando a cabo además la construcción de nuevas infraestructuras, entre las que se encuentra el megaproyecto de tren de alta velocidad que unirá las ciudades de Río y San Pablo (proyecto que a pesar de haber sido inicialmente propuesto se ha visto retrasado de manera muy significativa).

Así, aunque el impacto económico directo e inmediato resultante de albergar grandes eventos deportivos no se encuentra probado —tal y como han mostrado los Juegos de Londres, donde, por ejemplo, la mayor afluencia de turistas extranjeros y el gasto de éstos se ha visto compensado por una caída del turismo doméstico—, los aspectos no económicos tienden a ser favorables a largo plazo. Y ello hasta tal punto que albergar este tipo de eventos se ha convertido en una competición en sí misma. Sin embargo, es difícil concebir que una ciudad pudiera celebrar de manera pública y multitudinaria la decisión de una empresa farmacéutica de trasladar a ella su actividad de fabricación, como sucedería al ganar la competición por ser sede de unos Juegos Olímpicos.

## V. Los desafíos del mantenimiento de la integridad comercial y financiera en los deportes globales

La profesionalización, la mercantilización y quizás la banalización de los deportes como un negocio global dan lugar a complejas y fascinantes cuestiones que son de gran relevancia para la preservación de su integridad comercial y financiera. Curiosamente, algunas de esas cuestiones, que podrían ser consideradas como de gobernanza, son análogas a aquellas enfrentadas a otros sectores de actividad más tradicionales.

## ● VIENE DE TAPA

A este respecto, cabe decir que todos estos intereses dan lugar a regulaciones y conflictos, para cuya resolución será necesariamente requerida la actuación de abogados.

De las cuestiones de mayor interés, dos afectan al mundo del fútbol internacional, mientras que la tercera y la cuarta son de hecho dos caras de una misma moneda y constituyen, quizás, el más global de los problemas a los que se enfrenta el deporte hoy en día.

## A. Juego limpio financiero en el fútbol europeo

De forma análoga a la FIFA, que actúa a escala mundial, el fútbol europeo es dirigido por la Union of European Football Associations (UEFA), cuyos prestigiosos y rentables eventos son principalmente las competiciones de la Liga de Campeones y la Copa de Europa, donde participan los mejores equipos de las ligas nacionales de los Estados europeos.

El Reglamento del Juego Limpio Financiero de la UEFA (*Financial Fair Play* en inglés) fue adoptado en 2009 y se encuentra en constante actualización. Con la intención de corregir el recurrente problema que afecta a muchos clubes, esto es, el déficit producido por un gasto en salarios y transferencias superior a los ingresos, el Juego Limpio Financiero requiere en esencia que los equipos determinen su gasto en función de los ingresos percibidos del fútbol. Se espera que con esta regulación se cree un terreno de juego más justo, evitando que los clubes con dueños ricos (a menudo llamados *sugar daddies*, y frecuentemente de origen no europeo) obtengan ventajas competitivas injustas a través de sustanciales aportaciones económicas, las cuales, sin lugar a duda, conducen a espirales inflacionarias en salarios y valor de transferencia, poniendo en riesgo a su vez, en muchos casos, la viabilidad financiera de aquellos clubes que no tienen *sugar daddies*.

De hecho, a pesar de la resistencia a la recesión del fútbol europeo en general, más del 50% de los clubes europeos pierden dinero, y algunos se encuentran inmersos en procesos concursales y/o tienen importantes deudas adquiridas con jugadores, con la Seguridad Social o con la Administración Tributaria. Incluso el fútbol español (cuyos resultados deportivos son incuestionables) es considerado por algunos al borde del desastre: un economista deportivo local ha publicado recientemente un informe en el que afirma que si los gastos (concretamente salarios y valores de transferencia) no son racionalizados y los derechos televisivos no son distribuidos de manera más equitativa (Real Madrid y Barcelona acaparan el 50% de los derechos televisivos en España, esto es, tanto como los dieciocho clubes restantes de primera división) la liga española de fútbol desaparecerá en los próximos cinco años.

El Juego Limpio Financiero es un complejo código con apariencia y efecto similares, por ejemplo, al del sector bancario. La infracción de las normas que contiene dará lugar a varias sanciones, siendo la última de ellas la denegación de la licencia necesaria para participar en las competiciones europeas.

En este sentido, es conveniente tener en cuenta como ejemplo que BMW no se entristecería

si Audi entrase en bancarrota, pero, en cambio, el Real Madrid necesita al Barcelona, y viceversa, con el objeto de mantener la posición de cada uno en el mercado. En definitiva, BMW y Audi son competidores que quieren vender sus productos y, por lo tanto, no tienen interés (y de hecho sería ilegal) en una posible cooperación entre ambas compañías a fin de mejorar su rentabilidad. Cualquier negocio tradicional podría ser utilizado para ilustrar el contraste existente con los negocios deportivos. En defensa del interés general, el Juego Limpio Financiero está concebido para mantener a todos los clubes a flote.

La conformidad del Juego Limpio Financiero con las normas comunitarias sobre competencia no ha sido aún comprobada, pero todo indica que será validada bajo el concepto de la proporcionalidad (*rule of reason*). Sin embargo, las normas han sido duramente criticadas por ser consideradas como potencialmente favorecedoras del estatus de los grandes clubes en detrimento de los pequeños, y por propiciar un rígido marco regulador que dará lugar a litigios e invitará al abuso.

El Juego Limpio Financiero puede ser considerado como un primer ejemplo de solución a un problema que no es exclusivo del fútbol y que surge como consecuencia de tendencias y prácticas en el mercado global. El problema, en el caso del fútbol europeo y (sugeriría también) en el de la crisis financiera global caracterizada por el colapso de Lehman Brothers, la crisis de las *sub-prime* y la de deuda europea es el mismo: el resultado (a largo plazo) de las presiones competitivas que provocan las conductas que persiguen obtener el máximo provecho en el menor tiempo; y la solución (al menos generalmente aceptada) es una mayor regulación y un más estricto control de las entidades financieras, nacionales y deportivas, a fin de asegurarse que actúan conforme a sus posibilidades, que equilibran sus balances y presupuestos, y que operan de manera responsable en el ejercicio de sus actividades comerciales.

El Juego Limpio Financiero puede ser considerado pues como un *rescate* del fútbol europeo, de manera análoga al rescate de la Unión Europea a las economías europeas en apuros: aplicación de la “regla de oro” del equilibrio presupuestario para evitar la dependencia excesiva del crédito y su viabilidad a largo plazo. Al igual que la Unión Europea ha rescatado a determinados Estados que se encontraban al borde de la quiebra, el Juego Limpio Financiero espera salvar al fútbol europeo de sí mismo.

## B. Compraventa de derechos económicos de los futbolistas

Una fascinante y compleja cuestión en el mundo del fútbol internacional de hoy en día es la de la compraventa de los derechos económicos de los jugadores (o valor de transferencia) por terceras partes, incluyendo agentes, agencias de gestión deportiva y otros inversores, como fondos de capital riesgo o similares.

De nuevo, la falta de tiempo impide abordar esta cuestión en profundidad. Basta decir que la cuestión gira en torno a si —y en qué medida— un club de fútbol, tradicionalmente considerado en el fútbol internacional como el propietario pleno del futuro valor de transferencia de un jugador ligado a ese club, se encuentra habilitado para vender todo o parte de ese valor a un

tercero, y de esa manera, convertir en efectivo el futuro valor esperado de una eventual transferencia y así compartir con los inversores del tercero la posible subida o bajada especulativa de la inversión. (4)

En los últimos años, esta cuestión se ha puesto de actualidad debido a la transferencia de jugadores argentinos a la Premier League inglesa, y la preocupación en torno a las consecuencias negativas que implica la cesión parcial o total del control sobre las transferencias de estos jugadores de los clubes a los inversores. Esta cuestión puede ser vista de manera distinta dependiendo de la jurisdicción en cuestión y su rol en la “cadena de producción” del fútbol: en países en los que se produce, desarrolla y exporta talento futbolístico (principalmente países de Latinoamérica), la práctica es aceptada y frecuentemente utilizada por los clubes como medio para avanzar y obtener ingresos, esto es, como forma de financiación; en determinados países europeos, como el Reino Unido y Francia, la normativa vigente prohíbe la práctica de estas actividades, mientras que en la mayoría de los países europeos, como España, su práctica está permitida bajo su consideración como una “negligencia benévola”, y en otros (como Portugal) no sólo se puede entender que está abiertamente tolerada, sino incluso que es fomentada.

La FIFA, que tiene que tener en cuenta las posturas de más de doscientas federaciones nacionales afiliadas (cabe reseñar que son más que los países que integran las Naciones Unidas), ha aprobado recientemente una norma que no prohíbe esta práctica (en inglés *third party ownership* o TPO), pero que sí prohíbe cualquier acuerdo en el que se permita que terceras partes puedan influir en la independencia de un club sobre sus transferencias y cuestiones laborales. La actual normativa de la UEFA requiere su cumplimiento en conformidad con la normativa de la FIFA. Recientes declaraciones de miembros de la UEFA y de la FIFA sugieren que una prohibición global podría ser inminente. El impacto negativo del TPO y la desventaja competitiva frente a la prohibición recogida en la normativa local de que los equipos participen en TPO frente a los equipos que son libres de participar podrían empujar a las autoridades del fútbol mundial hacia una prohibición de plano de esta práctica.

El TPO —que hoy en día es considerado el tema más candente en el ámbito futbolístico— puede ser entendido como un segundo ejemplo del nacimiento de un problema en el deporte, que no es exclusivo del fútbol, sino que es consecuencia de las tendencias y prácticas de negocio, que dan lugar a problemas similares y complicadas soluciones. Del propio nombre de esta práctica se deduce un paralelismo claro: los problemas inherentes al TPO son muy similares a los relativos a la financiación de litigios por terceros (*third party funding*), un tema muy candente en la litigación y el arbitraje internacional. Ambos afectan a mercados incipientes y opacos, que tienen como tema central el control potencial de las decisiones personales de terceros; ambos implican el riesgo de afectar el curso ordinario de la toma de decisiones de una forma considerada por muchos como cuestionable, y capaz de distorsionarlas (si no pervertirlas); de esta forma, ambas implican conflictos entre la lógica y las prácticas de las finanzas globales modernas y las posibles consecuencias indeseables, tanto éticas como sociales, de aplicar esa lógica a esas prácticas en áreas no tradicionales. (5)

## C. Antidopaje

En cualquier esfera de la actividad humana donde hay implicadas importantes cantidades de dinero, el pecado y la codicia no se quedan atrás. La manipulación de resultados y la corrupción por ejemplo en la adjudicación de la condición de ciudad anfitrión en megaeventos deportivos son áreas en las cuales es universalmente aceptada la necesidad de regulación debido en esencia al inherente carácter pernicioso de la actividad.

Otra posible consecuencia, más polémica, de la fuerte presión comercial y financiera en el deporte moderno implica el uso de sustancias destinadas a mejorar el rendimiento. Mientras que hacer trampa, de una forma u otra, es relativamente común en los deportes, ninguna forma de engaño acarrea el estigma, ni la reacción punitiva o emotiva, que acarrea el dopaje. Por ese motivo, el dopaje ha pasado del ámbito deportivo al dominio público.

Sin entrar en el debate sobre los pros y contras de las iniciativas antidopaje en el deporte, merece señalar (i) que las medidas se centran sobre todo en la salud del atleta y en los efectos distorsionantes sobre la competición; (ii) que el precepto titulado “lucha contra el dopaje” concibe el dopaje principalmente contrario al espíritu deportista (pero que no hay un claro consenso sobre qué se considera realmente dopaje, y si —y por qué— es considerado contrario al deporte); y (iii) que los principios legales sobre los cuales se asientan las reglas reflejan dos puntos de vista generalmente aceptados: (a) la relación entre el atleta y la asociación es esencialmente contractual; y (b) las normas son consideradas una respuesta proporcional al problema del dopaje en el deporte.

El caso del ganador del Tour de Francia, Alberto Contador, puede ser considerado un triunfo para las agencias de antidopaje. En su laudo, los árbitros del TAS aplicaron, según su tenor literal, las normas de la Agencia Mundial de Antidopaje y su norma de “responsabilidad objetiva”, que establece que para el caso en que un resultado de dopaje sea positivo el atleta es quien tiene la carga de la prueba para demostrar que la presencia de la sustancia prohibida en su organismo no fue debida a la ingestión voluntaria de esa sustancia.

La saga de Lance Armstrong lleva el asunto más lejos: un atleta retirado de su deporte y cuyas supuestas infracciones nunca fueron objeto de resultados positivos pero parecen probadas más allá de ninguna duda. (6)

Dos casos fueron resueltos de la misma manera por los árbitros del TAS en 2011 en relación con las consecuencias de los últimos asuntos de dopaje en las Olimpiadas. En el primer caso, el TAS anuló —por violación de la uniformidad y armonización exigida por las normas de la Agencia Mundial Antidopaje actualmente vigentes y vinculantes para el Comité Olímpico Internacional— la denominada *Regla Osaka*, que impide a un atleta que haya sido suspendido durante seis meses o más por una violación de la normativa antidopaje participar en los siguientes Juegos Olímpicos después del término de la suspensión. En el segundo suceso, el Comité anuló —utilizando los mismos motivos que en caso anterior— una regla del Comité Olímpico Británico que pro-

## { NOTAS }

Especial para La Ley. Derechos reservados (Ley 11.723)

(1) Árbitro, Tribunal Arbitral del Deporte. Miembro, Chartered Institute of Arbitrators Mediator, Centre for Effective Dispute Resolution.

(2) Los siguientes trabajos en el negocio global del deporte han sido de especial utilidad en la preparación de este artículo: The Business of Sports, S. Rosner and K. Shropshire (2010); Sports Business in the Global Marketplace, H. Westerbeek and A. Smith (2002); y The Global Economics of Sport, C. Grattan et al. (2012). La discusión sobre el Juego Limpio Financiero (Financial Fair Play) proviene de una presentación de Alasdair

Bell, de la UEFA, realizada en un seminario organizado por el TAS en Lausana el día 8 de septiembre de 2012. La discusión sobre el arreglo de partidos proviene de una presentación de Detlev Zenglein, de FIFA, Early Warning System GmbH, realizada en un seminario organizado por el TAS en Montreux el día 10 de noviembre de 2011.

(3) Vid. WILLIAMS, J. F., “The Coming Revenue Revolution in Sports”, Willamette Law Review (pendiente de publicación).

(4) El carácter altamente controvertido de la cuestión se encuentra reflejado en el Sports Law Bulletin,

dedicado por completo a esta materia. El editorial describe la situación como sigue: “Opinions are openly divided on whether third party ownership should be banned or admitted. On one side, opponents argue that this practice of owning players economic rights is tantamount to the trade of human beings, represents a sword of Damocles on the fairness of competitions or lacks transparency. On the other side of the barricade, the defenders of the third party ownership see it as a vital source of financing for clubs and an activity which is ultimately lawful and widespread across Europe and the rest of the world. Discussions however seem to be

dominated by emotions, intuitions and hearsay, rather than by concrete evidence and real knowledge”.

(5) La doctrina sobre el *third party funding* es abundante. Uno de los primeros escritos (y muy básico) en este área fue redactado por el autor en 2010 y está disponible en <http://latinarbitrationlaw.com/third-party-funding>.

(6) La extensa cobertura de los acontecimientos en la saga Armstrong previa a su reciente y tardía admisión de dopaje incluye un pequeño comentario que aborda uno de los temas centrales de este artículo: vid. el artículo de D. Coyle “How Lance Armstrong is Like

hibía la elegibilidad de carácter permanente al Equipo Olímpico Británico de cualquier atleta que hubiera sido suspendido durante seis meses o más por haberse dopado, sin tener en cuenta cuándo se había dopado y cuándo finalizaba la suspensión.

En ambos casos, el carácter especial de las Olimpiadas (consideradas el pináculo del deporte, con su superposición de universalidad y su asociación con conceptos de la paz mundial) fue invocados para justificar la aplicación de tan estrictas reglas que iban más allá de las propias sanciones de las normas de la Agencia Mundial Antidopaje, aunque sin éxito.

Sin ninguna duda, la relevancia del deporte de élite hoy en día es tal que las tentaciones de consumir sustancias dopantes, o acercarse a la frontera entre lo prohibido y lo permitido, son muy grandes. El poder del legislador puede que sea muy grande, pero también lo es el ingenio del deportista (sin mencionar los avances de la medicina). Como se ha venido diciendo, el dilema que existe sobre las sustancias dopantes en el deporte sólo empeorará. Más recursos se destinarán para la creación de nuevas sustancias dopantes que para su detección.

De este modo, de alguna manera todo el asunto del dopaje puede ser visto como otra consecuencia de la conversión del deporte en un negocio mundial, siendo posible la analogía entre la lucha contra el dopaje y la lucha contra la descarga ilegal o la piratería, o incluso (tal vez) la lucha contra el terrorismo: guerras de desgaste y complejidad, en las que no siempre es evidente quiénes son los buenos y quiénes los malos y en las que, por una serie de razones, ganar (o perder) es una cuestión relativa.

**D. Arreglo de partidos y apuestas deportivas**

Hemos mencionado el tamaño aproximado del mercado global del deporte. Un mercado relacionado y de tamaño considerable es el mercado global de apuestas deportivas. Algunas estimaciones del resultado total anual a nivel mundial es de 500 mil millones de dólares en este mercado (2/3 del mismo son de apuestas legales y 1/3 ilegales o de apuestas de *mercado negro*). Internet propicia el crecimiento de estos dos mercados y hace más difícil su control.

Las apuestas deportivas, por lo general y tradicionalmente, son llevadas a cabo sin la intención o el efecto de manipular los resultados y dañar la imprevisibilidad (y la justicia) del resultado, que es la esencia del deporte competitivo. Pero, como en el dopaje, las posibilidades de obtener ganancias indebidas invitan a gente y organizaciones sin escrúpulos a sacar provecho de las apuestas deportivas a través de maquinaciones ilícitas, sobre todo mediante el arreglo de partidos. Organizaciones deportivas, en particular el Comité Olímpico Internacional y la FIFA, han decidido "hacer la guerra" a los partidos amañados al igual de lo que ocurre con el dopaje y con los mismos objetivos: salvaguardar la integridad del deporte.

La FIFA ha estado recientemente activa y creativa en esta área. Después del escándalo del arreglo del partido en el que se vio implicado un oficial de la Bundesliga alemana en 2005, y en vísperas de la Copa del Mundo de 2006 que iba a tener lugar en Alemania, la FIFA introdujo un innovador "sistema de alerta temprana", creando una entidad corporativa independiente que se encargaba de obtener y evaluar datos sobre las apuestas deportivas para así identificar anomalías que pudiesen indicar los amaños

deportivos. El sistema de alerta temprana sólo puede funcionar con la cooperación activa de los proveedores nacionales e internacionales de apuestas.

Puede ser demasiado temprano para anticipar si esta iniciativa será satisfactoria a la hora de eliminar o limitar el arreglo de partidos, pero ello y la política de "tolerancia cero" que se encuentra detrás es una evidencia clara del consenso mundial del deporte para mantener su integridad en una era donde la codicia y la tecnología pueden combinarse para amenazar esa integridad.

Teniendo en cuenta que hasta aquí hemos realizado analogía entre el Juego Limpio Financiero y la regulación bancaria y financiera, entre la propiedad de terceros de los derechos económicos de los jugadores y la financiación por terceros de litigios, y entre la lucha contra el dopaje y la lucha contra la piratería o incluso contra el terrorismo, quizás la analogía no deportiva para el arreglo en los deportes debería ser la de los valores y la regulación de la ley de la competencia o de la competencia desleal. Así como el objetivo de la lucha contra el dopaje y la componenda de partidos es preservar la integridad y la igualdad en el deporte, la misión de la regulación de los valores y de la competencia es asegurar la integridad, transparencia y unas condiciones de igualdad en los mercados de capitales y en general en el comercio. Esto es, eliminar o limitar las amenazas a la integridad de los mercados de las oportunidades de obtener ganancias indebidas que pueden derivar en utilización de información privilegiada, fijación de precios, escándalos como los de Madoff y Enron, etc. Visto de esta manera, el sistema de alerta temprana de la FIFA puede ser considerado como el análogo de la Comisión Nacional

del Mercado de Valores española o la Securities and Exchange Commission norteamericana y sus actividades analíticas y de cumplimiento, o el Departamento de Justicia de los EE.UU. y sus actividades similares.

Éstas son cuatro áreas o ejemplos que muestran cómo el mundo del deporte ahora globalizado se enfrenta con asuntos familiares del mundo no deportivo. Sin duda, existen y existirán muchos más, puesto que el deporte continúa en la senda de la globalización y de la *mercantilización*, y los ingresos relacionados con el deporte continúan creciendo.

**VI. Conclusiones**

El deporte se ha convertido en un negocio global que presenta muchas similitudes con la industria del entretenimiento. Muchos de los desafíos a los que se enfrenta el negocio del deporte hoy en día son consecuencia directa de la globalización y comercialización del deporte. Varias de las soluciones que se están estudiando o aplicando para hacer frente a estos desafíos son comparables a, y seguramente están inspiradas por, soluciones inicialmente concebidas para otras circunstancias y sectores.

Como acertadamente ha reseñado un observador en referencia al pasatiempo nacional en Norteamérica, pero en términos igualmente aplicables a los deportes en general y que hasta cierto punto se puede decir que plasma el tema que hemos estado tratando: "El béisbol tiene demasiado de deporte para ser un negocio y demasiado de negocio para ser un deporte". ●

Cita on line: AR/DOC/3786/2013

**{ NOTAS }**

Lehman Brothers: The Striking Similarities Between the Culture of Cycling and the Culture of Wall Street", que dice lo siguiente: "In many ways, the structure of professional cycling resembles a trading floor: small, tightly knit teams competing daily, with great intensity and effort, for marginal rewards. A single percentage

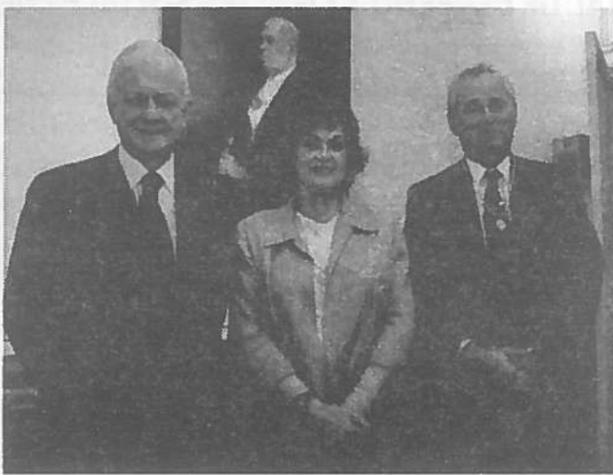
point can make the difference between winning and losing. Just as Wall Street firms hired Ivy League PhDs to invent new financial instruments, so did cycling teams hire doctors to perfect new pharmacological instruments... A few chose to go home. Those who stayed found themselves in a chemical arms race...

They did so largely without fear of being caught. During the Armstrong era, cyclists regarded drug testers with the same nod-and-wink aloofness with which Wall Street firms regarded the SEC. The joke among riders of the era was that drug tests weren't actually drug tests—they were I.Q. tests, easily beaten through

evasion and careful dosage, as well as the overarching fact that the medical sophistication of the testers lagged several years behind that of the athletes" (www.slate.com/articles/sports/sports/2012/10/lance\_armstrong\_doping\_how\_the\_cyclist\_is\_like\_lehman\_bros.html).

**AGENDA** LO QUE PASÓ, LO QUE VENDRÁ

## ACADEMIA NACIONAL DE CIENCIAS MORALES Y POLITICAS



Dres. Gregorio Badeni, María Angélica Gelli y Manuel Solanet

La Editorial La Ley felicita a la doctora María Angélica Gelli por su designación como Académica de Número de la Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas en la sesión del 2 de octubre de 2013.

En dicho acto la Dra. Gelli disertó sobre el tema "La Constitución argentina: promesa de unidad y progreso en la diversidad social"