

First Submitted: 29.06.2023 Accepted: 07.07.2023

DOI: <https://doi.org/10.33182/y.v4i1.3108>

El ¿nuevo? capitalismo a través del Mundial de Fútbol Catar, 2022

Dante Guillermo Celis Galindo¹

Resumen

El capitalismo evoluciona y se transforma, lo que provoca que se presente en eventos o actividades cotidianas, por lo que las necesidades y características sociales también se modifican. Los deportes se han convertido en uno de los elementos predilectos por parte de las estructuras económicas para generar capital, lograr nuevos mercados, ampliar los patrones de consumo y evidenciar las nuevas formas en las que se estructura el poder. Esto queda de manifiesto en el reciente Mundial de Fútbol Catar, 2022, en el que se evidencia la globalización económica y cultural actual. En el cual cierta parte de la sociedad se siente atraída hacia este tipo de espectáculos, aunque no se tenga un interés real por el deporte sino por lo que rodea al mundial, pero las estructuras capitalistas también han conformado distintos tipos de características para este tipo de eventos, como es el fácil acceso a distintos servicios de entretenimiento, por lo que la generación de distintos sentimientos se hizo evidente y son explotados para la comercialización del megaevento. Todo esto es factible analizarlo desde una perspectiva crítica espacial, que permite identificar las estructuras políticas de diversos procesos y de las consecuencias.

Palabras clave: Catar; Fútbol; Mundial; Espacio; Capitalismo

The new(?) capitalism through the World Cup Qatar, 2022

Abstract

Capitalism evolves and transforms, which causes it to be present in daily events or activities, so that the needs and social characteristics are also modified. Sports have become one of the favorite elements of economic structures to generate capital, achieve new markets, expand consumption patterns and demonstrate the new ways of power structure. This is evident in the recent Qatar Soccer World Cup, 2022, in which the current economic and cultural globalization is evident. In which a certain part of society feels attracted to this type of entertainment, although they do not have a real interest in sport but rather in what surrounds the World Cup, but the capitalist structures have also shaped different types of characteristics for this type of events, such as the easy access to different entertainment services, for which the generation of different feelings became evident and they are exploited for the commercialization of the mega-event. All of this can be analyzed from a spatial critical perspective, which makes it possible to identify the political structures of various processes and their consequences.

Keywords: Qatar; Football; World Cup; Space; Capitalism

Introducción

Los juegos olímpicos de Los Ángeles, 1984, marcaron un antes y un después en la forma de presentar los megaeventos deportivos. A partir de ese momento los juegos olímpicos o mundiales de fútbol han sido abanderados del sistema económico vigente. Además, han sido un reflejo de los cambios en la estructura política y económica que ocurre en el mundo.

¹ Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Correo electrónico: dantecelis@filos.unam.mx



El capitalismo se reconfigura y se reestructura, para ello es necesario que exista una reestructuración social o cultural para que las personas acepten los mensajes que se les dan desde diferentes tipos y esto, a su vez, genere circulación del capital. Para ello, es esencial que existan elementos diversos que provoquen que la población esté en todo momento ejerciendo el consumo.

Como parte de esa nueva estructura social, el mundial de Catar 2022, también evidenció una de las nuevas formas de masificar el evento que es a partir de los servicios de *streaming*, esto con el objetivo de generar mayores ganancias, aunque, por otro lado, este mismo tipo de servicios provoca que la competencia por ganar público o espectadores sea cada vez más grande y difícil, por lo que se vuelve aún más importante la difusión de nacionalismos e identidades para que el espectador pueda sentirse identificado y atraído por los espectáculos deportivos.

La tecnología también ha permitido que aparezcan nuevas formas de comercialización o difusión, como son los *influencers*, que son aprovechados por las marcas para propiciar el consumo y ciertos comportamientos. Estos han aparecido de una forma no vista en el mundial de Catar, por lo que su papel se volvió fundamental para difundir las ideas que pretendía el país sede y el comité organizador.

La sociedad actual tiene matices específicos que tienden hacia lo efímero y de rápido acceso. Esto ha sido apoyado por los medios tecnológicos que provocan que la población tenga un inmediato acceso a la información que ella misma decida, por lo que hace parecer que lo más importante en el mundo es lo que cada persona piense y le guste. Difundir ideas, logros y perspectivas, es también cada vez más sencillo y la búsqueda de reconocimiento y aceptación, ha provocado que cada vez más gente aparezca en actividades o eventos populares con el simple propósito de ser vista.

En el mundial de Catar, estos elementos se hicieron evidentes. El poderío económico de un Estado para llevar y realizar un megaevento en un lugar sin una tradición deportiva pero sí con un amplio poder adquisitivo. Esto enmarcado en las tendencias capitalistas actuales de mostrar o evidenciar la opulencia como sinónimo de avance y de búsqueda de una felicidad específica. Y un centro de reunión para cientos de personas que han logrado un estilo de vida a través de difundir ideas, estereotipos, retos, entre otros, estar presentes en el mundial y con eso lograr mayores ingresos y mejor remuneración.

El presente escrito recoge de manera reflexiva la conjunción de las características generales de la sociedad global actual y las tendencias del capitalismo que se manifestaron en el Mundial de Fútbol de Catar, 2022, por lo que también se aborda el avance e importancia de los megaeventos deportivos en la historia reciente. Esto desde una perspectiva de la geografía social y la producción de un espacio capitalista. El artículo presentado es el resultado de dos investigaciones específicas, una que se realizó durante los estudios de posgrado y, la segunda, que sigue en marcha que es el análisis de los megaeventos deportivos.

El nuevo capitalismo en el deporte

El capitalismo es el sistema económico vigente y hegemónico en el mundo, aunque esto no significa que sea exactamente igual en todas las partes del orbe. Por el contrario, tiene características diferentes que son producto de sistemas políticos o de Estados. Sin embargo,



lo que sí tiene en común, es que requiere la aceptación y difusión social para que funcione, se transforme y se adapte.

El sistema económico no es estático, por el contrario, ha tenido diversas etapas a lo largo de su historia, la mayoría de ellas han surgido después de una etapa de crisis que provocó su reestructura y que se añadieran más características en su accionar. Pero es la etapa neoliberal la que más se ha difundido por el mundo. Aunque eso no ha significado que la transformación constante del sistema se haya paralizado, por el contrario, sus transformaciones son cada vez más rápidas y constantes.

A partir del colapso de la Unión Soviética, el capitalismo asumió una forma global. A partir de ese momento, el sistema capitalista está presente en casi todos los rincones del mundo. Esto le ha permitido perpetuarse y generar a su vez los elementos que le benefician para sus objetivos. Henri Lefebvre (2013), asume que el capitalismo existe y seguirá existiendo por la producción y reproducción de espacios, que están confeccionados a partir de normativas que benefician a los dueños del capital en su objetivo de acumulación. Es por ello que constantemente se producen distintos espacios con las mismas características y con los mismos objetivos. Esos espacios pueden ser elementos físicos, como una ciudad o una parte de ella, pero, también, alguna actividad o un evento como un mundial de fútbol.

El sistema capitalista tiene una base fundamental en la generación de todo tipo de diferencias, por lo que busca siempre un crecimiento sin importar las consecuencias naturales, económicas o sociales, es por ello que propicia modificaciones tecnológicas y de estilos de vida (Harvey, 2001; 138), estas diferencias son precisamente las que, a la postre, serán comercializadas para el resto del mundo. Esto es precisamente lo que ha ocurrido en el mundial de Catar, ya que, al ser el primer evento de este tipo en realizarse en un país con mayoría árabe, provocó “curiosidad” en el mundo occidental, esto acarrió que existieran varias personas interesadas en asistir y observar el estilo de vida y las características culturales del lugar del evento. Por su parte, también el comité organizador estaba interesado en mostrar la opulencia que existe en aquella región del mundo y mostrar el estilo de vida que predomina ahí.

El Mundial de Catar se da en medio de diferentes convulsiones que ha tenido el capitalismo, en especial, en su etapa neoliberal. El neoliberalismo surge en la década de 1970 para tratar de superar una etapa de crisis del sistema económico. Esto se logró y después de la caída del muro de Berlín el capitalismo se consolidó. Sin embargo, pronto llegaron épocas de crisis del sistema, ante lo cual, se ha reconfigurado nuevamente. Podría parecer que el capitalismo en su forma tradicional podría desaparecer si no adoptara nuevas formas (Nardi, 2008). Esto ha ocurrido con la forma de producir y en la manera en que se generan los ideales y las formas de generar ganancias.

El capitalismo logra beneficios de los megaeventos deportivos viene, al menos, desde los juegos olímpicos de Los Ángeles 1984. Paradójicamente, ese evento se da dentro de la guerra fría, y es en este marco cuando todo cambia. La URSS, decidió boicotear esos juegos en respuesta de un boicot previo de Estados Unidos y sus aliados a la celebración de los Juegos Olímpicos Moscú, 1980. Definitivamente, la ausencia de los países socialistas en Los Ángeles significaba una pérdida de interés. Por lo tanto, el comité organizador permitió que en algunas disciplinas aparecieran jugadores profesionales, así como la comercialización del evento. Eso marcó, entonces, un antes y un después en la celebración del evento. Si bien los mundiales de

fútbol ya eran elementos ampliamente difundidos, después de Los Ángeles 1984, con la ayuda de la televisión y, posteriormente, con el internet, han seguido aumentando su popularidad.

Pero es sin duda cuando el neoliberalismo se hace global, que el deporte profesional en general, y los megaeventos deportivos en particular, asumen la importancia económica que tienen hoy. Previamente, los eventos se realizaban para goce y disfrute de las poblaciones locales, hoy, se realizan para que existan flujos turísticos de todo tipo. Hoy, las marcas patrocinadoras son de las más beneficiadas ya que se difunden fácilmente a nivel mundial, aunque la cantidad de dinero que pagan por aparecer, es muy alta, la retribución o el beneficio también lo es.

Un mundial de fútbol o unos juegos olímpicos, son eventos que incluyen a aficionados o competidores de prácticamente todo el mundo, sin embargo, el evento deportivo que más ganancias produce es el *Super Bowl*, que se realiza en el mes de febrero en alguna ciudad de los Estados Unidos. En gran medida esto corresponde al nivel de difusión que logra y a la manera en que el evento es asimilado por una gran parte de los espectadores, pues el partido final del fútbol americano, se ha convertido más en un pretexto para realizar reuniones familiares y de amistades, en las que participan personas que no tienen conocimiento o gusto por este deporte. El mundial de fútbol, se ha intentado que vaya por el mismo camino, de que se convierta en un pretexto de festividad más allá del resultado. Por lo que el aparato mercadológico es fundamental, este, por lo tanto, se ha modificado enormemente dentro de la etapa neoliberal del capitalismo.

El neoliberalismo es “una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo”, pero hay dos cambios sustanciales esta etapa: el impuso a “los derechos de propiedad privada, mercados libres y libertad de comercio”, además que el Estado modifica su papel y se convierte en quien genera y preserva un marco institucional apropiado para el libre mercado y la propiedad individual, además de garantizar estas mismas actividades de la manera necesaria, incluso disponiendo de “estructuras militares, defensivas, policiales y legales que son necesarias para asegurar los derechos de propiedad privada y garantizar en caso necesario mediante el uso de la fuerza, el correcto funcionamiento de los mercados”, y con estas mismas medidas, debe ser capaz de generar mercado donde no exista, como “en la tierra, el agua, la educación, la atención sanitaria, la seguridad social, el cuidado del medio ambiente” (Harvey, 2005; 6,7).

Catar y su mundial como expresión del capitalismo actual

Los megaeventos deportivos, en este caso el mundial, tienden a generar una gran inversión en los entornos urbanos. Lo cual también es una característica fundamental del sistema económico. El capitalismo tiene la particularidad de producir, reproducir y repetir espacios en diversos lugares del mundo, mientras que las ciudades siguen patrones establecidos por lo que es común encontrar las mismas características espaciales en ciudades y países distintos. Las zonas urbanas son sitios privilegiados para realizar inversiones e innovaciones con la finalidad de hacer más atractiva a la urbe, por ello se construyen centros destinados al ocio, como: estadios, teatros, auditorios, centros de convenciones y hoteles, sin embargo, varias de estas construcciones tienen a durar poco tiempo pues el capitalismo requiere renovaciones constantes para alentar el consumismo por lo que, incluso, se fomentan estilos de vida poco duraderos, nuevas formas culturales y la mezcla de servicios y productos, todo como parte del



embate capitalista que obliga a innovar, generar, reorganizar y producir nuevos espacios (Harvey, 2001; 363-364, 391).

Esto es precisamente lo que ocurre en Catar, aunque no únicamente desde el mundial. Ya que el 83% de la población vive en la capital Doha. Es, además, un país que se ha construido por una gran inmigración, pues alrededor del 70% de su población no nació en Catar. Esto también puede ser visto como una de las características del neoliberalismo, ya que la libre movilidad también es frecuente. En este caso se aprecian distintas formas de aprovechar la migración: de trabajadores o de mano de obra barata que ha llegado a este país buscando una fuente de empleo, en especial, en el entorno urbano, para quienes movilizan el capital, es esencial el trabajador migrante ya que abarata los costos de las construcciones.

Lo anterior fue especialmente marcado en el contexto del mundial de 2022, aunque el comité organizador y la FIFA siempre negaron el maltrato laboral, aunque a este tipo de trabajadores se les imponen condiciones, de menos, cuestionables, como lo fue el tener que trabajar en el contexto de la pandemia por COVID-19 para no sufrir retrasos en el calendario original del evento. Pero esto no se podría entender sin apreciar las condiciones de vida o de trabajo que existen en los países circundantes de Catar, donde el capitalismo ha exacerbado la mercantilización de la vida, lo que agrava lo que agravó los problemas sociales que ya de por sí han existido en esta parte del mundo desde hace varias décadas, el capitalismo neoliberal funciona como fábrica de pobres que son los que no tienen capacidad de inversión o de especular sobre algún activo y que sólo cuentan con su propia fuerza de trabajo, por lo que se ve obligado a migrar a centros urbanos específicos, como en Doha, para poder sobrevivir, esto ha provocado en todo el mundo nuevas formas de subcontratación, el dismantelar formas de vida tradicionales y trabajo mal remunerado. (García; *et al*, 2006; 55).

El gobierno catari, ha sido señalado como dictatorial en diferentes ocasiones. Se le ha acusado de coaccionar las libertades civiles, es por ello, que, en el año 2010, se anunció como un patrocinador oficial, por medio de una de sus empresas insignias *Qatar Airways*, que es una de las aerolíneas más importantes de Asia, aparecido como marca patrocinadora del F.C. Barcelona, uno de los clubes más populares e importantes del mundo, en el momento en que este club era reconocido como, quizá, el mejor de la historia. Esto sin duda benefició a Catar y a la aerolínea, pero le provocó al conjunto español severas críticas por apoyar a un país con acusaciones como las mencionadas arriba.

En el año 2011 el Estado de Catar conformó el fondo de nombre: *Qatar Investment Authority*, el cual con Nasser Al-Khelaifi, empresario beneficiado por una apertura económica catari, compró al equipo francés *Paris Saint-Germain* (PSG). Si bien el club parisino ya era el más ganador en su país, la intención del catari era convertir a este club en uno de los equipos más poderosos de Europa y del mundo, por lo que le ha invertido alrededor de 1,500 millones de euros para buscar este objetivo². Sin embargo, no han tenido el éxito deseado, por el contrario, se le ha acusado al club de pretender modificar su identidad y transformar los valores del equipo. Este mismo club es también patrocinado por *Qatar Airways*. A Nasser Al-Khelaifi se le ha señalado por acciones inapropiadas como chantajes o corrupción, aunque sin que haya existido una denuncia formal.

² Esta cantidad es únicamente de fichajes, el más sonado fue, en 2021, Lionel Messi, quien es considerado para muchos el mejor jugador en la historia del fútbol.

La designación de Catar como sede mundialista, está llena de acusaciones de corrupción, por lo que la elección del país árabe causó molestia en distintas partes del mundo. Sin embargo, para Catar era una gran oportunidad de mostrarse ante el mundo, de verse como una marca real, competitiva y confiable, capaz de lograr cualquier cambio en la estructura urbana en un lapso relativamente corto. La oportunidad de organizar el mundial, fue oportuna en tiempo ya que de 2017 al 2021, este país peninsular sufrió cierto rechazo y aislamiento del resto de países árabes por la relación que tenían con Turquía e Irán, conflictuados con Arabia Saudita y sus aliados. El mundial, por lo tanto, representó para Catar la mejor manera de mostrar el poder conseguido a pesar del conflicto con sus vecinos en cuestión económica y política a partir de las alianzas conseguidas, por lo que le permite tener mayor protagonismo en la su región y en el mundo (Martínez, 2023).

Empero, el que surja Catar como un actor fundamental del capitalismo actual, es también debido a la reestructura que se ha dado dentro del neoliberalismo, ya que dentro de esta etapa ha existido una reorganización de poder económico y político, lo que ha facilitado que exista una nueva élite que se beneficie de las nuevas relaciones de mercado (Harvey, 2005; 24). La situación del Estado Catarí y de sus inversiones también encuentran explicación en que el capital financiero ha encontrado mucha mayor facilidad para movilizarse y buscar mayores beneficios y expansión mediante la aceleración del proceso productivo, hizo posible la emergencia de unos grupos y la consolidación de otros (Harvey. 2005; 32, 39, 40).

La difusión de lo que es Catar era benéfico para todos los sectores involucrados. El Estado Catarí, evidenciaba que la libertad de mercado y la propiedad privada es quizá la única forma de acabar con la pobreza, así como de generar las condiciones propicias para que las empresas inviertan en sus ciudades o, al contrario, para que vean como un Estado fuerte digno de poder invertir en cualquier parte del mundo, por lo que es necesario flexibilizar las normativas y leyes, en especial, las que aseguren la libre movilidad del capital entre diferentes regiones al eliminar las barreras arancelarias; mientras que el individuo tiene que garantizarse por sí mismo su bienestar: educación, vivienda, servicios, etcétera (Harvey, 2005; 74, 75).

El nuevo capitalismo en Catar es una paradoja del Estado Catarí, ya que las libertades de mercado, no se visualizan en la sociedad civil, la cual está restringida en creencias religiosas o comportamientos de género. Esto, sin embargo, pasa a segundo plano, ya que la opulencia y la posibilidad de generar ganancias puede pesar más, para ciertas empresas o Estados, que las restricciones sociales. Mantiene un gobierno monárquico constitucional, que tenía una centralización económica hacia el Estado basada en el petróleo y gas. Es hasta 2020, cuando se generan las condiciones necesarias para una participación público – privada en la economía, además de que se impusieron zonas libres de aranceles (Rayyàn, 2023).

Para Catar la celebración del mundial de fútbol representó un éxito económico, comercial y de imagen. Eso hizo valer la inversión de, aproximadamente, 230 mil millones de dólares que costó la realización del evento. Ya que se requería la infraestructura deportiva, el arreglo o las mejoras urbanas, las que, además de funcionar para el mundial, también eran parte del plan denominado *Qatar National Vision 2030*, que busca convertir al país en una potencia regional, en dicho plan el deporte profesional era un pilar fundamental (Arbuniés, 2022).

Catar generó, la nombrada párrafos arriba, *Qatar Investment Authority*, que es un fondo de inversión para diversificar la economía en el país árabe y así disminuir los riesgos y dependencia del petróleo y el gas, en dicho fondo, existen inversiones de empresas extranjeras



como *Volkswagen* y en *Tiffany & Co*, el mismo fondo tiene participación en el sector urbano y energético, principalmente en Reino Unido, así como también en la misma *Volkswagen*. (Kottasová, 2017).

Con la formación de dicha empresa, Catar pone de manifiesto un elemento fundamental del capitalismo que es la inversión en las ciudades, ya que es en el ámbito urbano donde se realizan las principales actividades para generar la acumulación del capital y la obtención de la plusvalía³, por lo tanto, es fundamental para el capitalismo la producción de espacios en la ciudad, y quienes mayores inversiones tengan, podrán generar más y mayores espacios acorde a sus intereses. La empresa o fondo le ha servido entonces al Estado de Catar para posicionarse en el mundo de los negocios y estar presente en la órbita económica de los países más poderosos de la urbe, por lo que el mundial y su participación en otros puntos del futbol mundial, le han permitido posicionarse en el ganar capital social y ser vistos como uno de los principales promotores del deporte profesional en el mundo.

Sin duda el interés de Catar por el deporte profesional, en este caso por el futbol, es en gran parte por la remuneración económica que genera, pero no es el único objetivo que se busca, ya que dicho Estado en busca de reconfigurar el espectro de poder político en el mundo y tener mayores relaciones con los Estados centrales y así estar más en contacto con diversas estructuras de toma de decisiones a nivel global. Esto es una producción y reproducción espacial a partir de la reconfiguración de las relaciones de poder existentes en el mundo.

Henri Lefebvre (2013: 55-56), explica que el espacio es producido por diferentes elementos, entre los que destacan la sociedad y sus características, ya que es una mezcla o “un conjunto de relaciones [...] mediante interacción y retroacción” en la que además interviene el poder político, el económico y la relación entre ellos que puede generar nuevas dinámicas. El poder y sus relaciones ya sean agentes externos o internos, tiene la potencialidad de modificar, transformar o producir cualquier espacio.

En algún punto, las estructuras dominantes pueden pretender borrar cualquier huella del pasado si es que esta les estorba a sus intereses de clase que serán la acumulación del capital, generación de plusvalía u obtención de capital político. A esto David Harvey (2014) lo llama como una gran contradicción del sistema capitalista pues el capital busca generar espacios nuevos con grandes innovaciones, aunque esas tengan que destruirse posteriormente para darle paso a una nueva innovación, es decir que el mismo sistema destruye lo que ha generado incluso sus propios símbolos y representaciones. Aunque varias de esos avances hayan servido para que la sociedad mejore su calidad de vida que es lo que a su vez permitirá una mayor circulación del capital que generará mayores ganancias, empero la innovación puede terminar con todo esto también.

El Estado de Catar ha entendido a la perfección estas características, por lo que ha pretendido poco a poco introducirse en la toma de decisiones, aunque eso le represente eliminar rasgos históricos, culturales o sociales, como en el caso, que se mencionó arriba, del PSG, la transformación urbana que se realizó en su territorio durante el mundial de futbol e incluso la

³ La plusvalía es entendida como el excedente de valor de un producto que se genera por la fuerza de trabajo para beneficio del dueño del capital; para generarla, es que surgen nuevos productos y nuevas ramas de producción que se ofrecen al consumidor como bienes fundamentales (Singer; 1999; 43, 49, 55); conforme se aumenta la demanda de un nuevo producto aumenta la posibilidad de generar un excedente, y si el producto es escaso se permite entonces que el precio aumente y que se genere también mayor excedente, es decir, plusvalía.

transformación de su economía para flexibilizarla y adecuarla a las características que se imponen en el mundo capitalista.

El contexto del mundial de fútbol en Catar es de transformación de diferentes elementos. En el mundo se cuestiona cada vez más la hegemonía capitalista de los Estados Unidos de América, surgen bloques que intentan arrebatar el protagonismo del mundo, este es el caso de los llamados BRICS⁴, que buscan generar un nuevo bloque, aunque, lejos de cuestionar o buscar una eliminación del sistema económico vigente, este trabaja dentro de los lineamientos capitalistas. Los BRICS han sido cuestionados de buscar salvaguardar el sistema y de solo tratar de generar nuevas relaciones de poder sin buscar soluciones reales a las problemáticas mundiales. Es decir, el mundo está completamente inmerso en una nueva forma de capitalismo, con un mayor número de actores protagonistas que buscan beneficios para ellos.

Es justo, entonces, cuestionar si el papel de Catar en el escenario mundial corresponde a la búsqueda de fortalecer alguno de los bloques existentes o si, incluso, pretende liderar algún bloque propio. Por ahora, Catar se muestra como un país en crecimiento, con influencias políticas y económicas en el mundo. Que ha sobrevivido a los intentos de debilitarlo por parte de los otros grupos influyentes en Asia.

Lo que ocurra en un lugar relativamente pequeño como Catar, o con sus empresas, podría no ser significativo para el avance mundial, sin embargo, es fundamental comprender que todo lo que hoy es entendido como global, tuvo “sus bases en lugares específicos y se hacen globales porque se articulan a través de relaciones globales de poder” (Massey, 2012). Esto ocurre porque al estar todo conectado por elementos económicos, políticos y culturales, lo que ocurra en prácticamente cualquier parte del mundo tendrá repercusiones en el resto, esto lo evidencia el Estado de Catar, pues cuando decide diversificar su economía, las consecuencias se vieron en Europa, con el control energético o con sus inversiones, o en el fútbol, con el cambio de identidad de los clubes con los que se ha relacionado, por lo que cuando se utiliza la conceptualización de globalización “es fácil crear la imagen de dinámicas desterritorializadas, sin raíces en la tierra, pero en realidad todo proceso global tiene su origen en localizaciones concretas” (Massey, 2012).

Ante este escenario, es que se vuelve prioritario comprender cómo funcionan las estructuras locales y lo que ha permitido que estas alcancen a difundirse o consolidarse en el mundo. De esta manera, el mundial puede ser visto como un proceso de escalas locales y globales, donde convergen intereses transnacionales de empresas patrocinadoras, organismos políticos internacionales, como lo es la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y gobiernos internos. A su vez, como se ha mencionado, sirve como impulso para que el Estado local se potencialice, quizá no en lo económico, pero sí en lo político.

Catar, también, cuestiona el papel periférico que se le ha asignado a la región, al menos, en el siglo XX. La diferencia entre lo visto como el centro y lo periférico “remiten a un lugar en la estructura del capital productivo[...] espacios de acumulación diferenciados según su función en la dinámica [...] el centro domina las actividades productivas de mayor potencial de acumulación” (Sztulwark; 2020). Catar está buscando ser un espacio de acumulación, de ser más productivo y dejar de lado la perspectiva secundaria que aparentemente tiene. Para lograr ese objetivo, era fundamental que el mundo lo viera, por ello es que realizaron prácticamente

⁴ Llamados así por ser originalmente conformados por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica.



cualquier cosa que les permitiera colocarse en la dinámica mundial. En otro momento de la historia, el papel central lo concentraban países altamente industrializados, sin embargo, en la actualidad, la producción puede ser financiera, terciaria o tecnológica, que es en lo que Catar ha mostrado un gran avance.

La tecnología en el nuevo capitalismo

Durante la segunda mitad del siglo XX el capitalismo se transformó más que en los siglos anteriores. Uno de los cambios fundamentales han sido los tecnológicos esta se ha convertido en una de las principales características del sistema. El impulso a las tecnologías de la información que ayudan a comprimir el espacio-tiempo para facilitar el comercio, al movimiento de capital y a difundir ideas, pensamientos, modas y valores que pueden llegar a asumirse como algo natural e incuestionable (Harvey, 2005; 8, 11, 14). La flexibilización económica es esencial para el capitalismo hoy en día y, para ello, los avances tecnológicos son fundamentales para comprimir el tiempo y ayudar a la flexibilización (Nardi, 2008).

La tecnología también ha ayudado al consumo ya que, con el uso de tarjetas de crédito, se puede adquirir cualquier producto que esté disponible en cualquier parte del mundo, con lo que se evidencia que el sector de los servicios ha crecido de manera singular en los últimos 30 años desde la masificación del internet, lo que ha provocado una verdadera revolución en la estructura comercial (Nardi, 2008). Con esto se logra que cualquier evento sea consumido por cualquier persona en cualquier parte del orbe. Esto también ayuda a que la gente se sienta parte de algo, aunque esté a miles de kilómetros de distancia.

Los deportes profesionales, en especial el fútbol, ha sido ampliamente beneficiado por esta apertura y cambios tecnológicos. La manera tradicional en que una persona puede sentirse identificada con un equipo, es que la escuadra juegue de local en el lugar donde la persona habite, que se utilice un mote, colores o logo que representen algo para la comunidad, sin embargo, con el internet, las personas pueden sentir apego con algún equipo que esté completamente lejos, esto ha provocado una globalización completa en la identidad y apego. Los megaeventos deportivos, por lo tanto, son la catarsis de ese cúmulo de sentimientos. Es la forma en que la afición logra mantener contacto con algo que, en teoría, le es ajeno, y puede comprender más del lugar donde se realiza el evento o de los visitantes.

La popularidad de los deportes de conjunto, sin embargo, ha sido modificada por las mismas tendencias del capitalismo. La aparición del internet y de los servicios de *streaming*, han permitido que las personas accedan a cualquier tipo de contenido en cualquier momento. Ahora, existe una gran oferta de entretenimiento que, además, se ha convertido en una forma relativamente rápida de generar ganancias. Esto ha provocado un tipo de sociedad que tiende a lo inmediato y lo efímero. Por lo que es difícil que una persona adolescente logre mantener el interés en un deporte por espacio de dos a tres horas. Sin embargo, esto no se ha reflejado en los mundiales de fútbol, ya que el mundial de Catar 2022, ha sido el evento futbolístico más visto en la historia del deporte, esto a pesar de que, en algunas partes del mundo, el mundial fue transmitido únicamente por los servicios de *streaming*, que provocan cierta restricción, ya que no en todas partes del mundo se tiene con acceso a internet o con la posibilidad de pagar un servicio extra. Si bien esta forma de presentar el mundial ha generado mayores ganancias, se ha cuestionado si no, a la larga, provocaría una reducción de la afición

a los deportes. De hecho, ya existen varios eventos deportivos, como la *Champions League*⁵, que se transmite únicamente por los servicios de internet.

Esto se entiende por el nacionalismo que se genera de ver un equipo representativo en una competencia mundial, por lo tanto, lo que más importa es la generación de ese sentimiento de pertenencia y de apego. Por lo tanto, es fundamental que los eventos como los mundiales o los juegos olímpicos generen más atracciones para la afición y formas de sentirse representada, esto se ha logrado, en gran parte por los medios de comunicación que se encargan de ofertar el evento de manera reiterada, además de que se genera la posibilidad, o al menos la ilusión, de asistir directamente a los eventos o con la ayuda de los llamados *influencers*.

La afición y los influencers, en el mundial de Catar

Cada megaevento deportivo genera una gran movilidad de población motivada por ver a su selección o su atleta ganar su competencia. Sin embargo, en Catar se observó un fenómeno social creciente que fue el de personas famosas o llamadas *Influencers*⁶. El hecho de que las personas famosas busquen visibilidad, ha existido desde hace varias décadas, cosa que se aprecia con facilidad en el box, en especial en las funciones más llamativas y difundidas, es notorio que las primeras filas, que son las que se aprecian constantemente en la transmisión televisiva, son usadas casi en su totalidad por personalidades de la farándula, lo mismo ha ocurrido en diferentes mundiales de fútbol, premios de la Fórmula Uno, torneos de tenis, entre otros. Sin embargo, la cuestión de los *influencers* es fundamental de destacar.

Los *influencers* de redes sociales digitales han surgido con fuerza en la última década, aunque su origen está ligado a la aparición de cada plataforma: YouTube en 2005, Instagram 2010, Twitch 2011, Tiktok 2016, además de Facebook y Twitter que poco a poco ampliaron sus ofertas y funciones. El origen de los *influencers* está completamente ligado a las actividades del capitalismo neoliberal, ya que las marcas buscaban personas con ciertos atributos para que estas influyeran en la sociedad y así inducirlos al consumo de diversos productos. Esta fue una forma de comercialización que funcionó y se volvió redituable para toda persona involucrada, ya que las plataformas albergaban diferente tipo de contenido lo que les permitía ampliar el mercado, las marcas lograban mayor visibilidad⁷ y las personas dedicadas a esto lograban altos ingresos.

De manera rápida, el trabajo de los *Influencers* se ha convertido en un objetivo de la juventud alrededor del mundo. Uno de los deseos más repetidos es convertirse en creadores de contenido. Esto se debe a varias cuestiones como lo es la perspectiva de que el trabajo es relativamente sencillo, la posibilidad de abandonar los estudios académicos, tener fama y, principalmente, el alto salario que pueden generar, ya que alrededor del 70% de las personas que se dedican a esto, han aceptado que lo hacen por el alto salario (Gayser, 2020),

La pandemia iniciada en 2020, provocó que los *influencers* aumentaran exponencialmente, en muchos casos por la necesidad de buscar un empleo ante la situación compleja económica en el mundo, en otros por aburrimiento o curiosidad. Esto permitió una mayor masificación de

⁵ Que es considerado el segundo evento futbolístico más importante del mundo.

⁶ *Influencer* es una persona o grupo de personas que son capaces de generar una conducta o un pensamiento en el resto de la sociedad, aunque, en la actualidad, tienen la particularidad de haber obtenido fama en las redes sociales digitales. Estos personajes, por lo general, no son expertos en la materia de la que hablan, sino que con carisma logran generar seguidores y así monetizar.

⁷ Se calcula que una empresa gana casi 6 dólares por cada dólar invertido en un *influencer* (Gayser, 2020)



este fenómeno en el mundo, tanto así que se calcula que en actualmente en el mundo hay alrededor de 50 millones de *Influencers*, siendo Estados Unidos, Gran Bretaña, Brasil, México y España los países con más creadores de contenido (García, 2023)

Las generaciones de 30 años de edad y menos, suelen ser las más susceptibles a aceptar las opiniones que dichos creadores de contenido emiten. Se calcula que alrededor del 93% de la población creen en los *influencers* tanto como en un familiar directo, por lo que aceptarían cualquier recomendación de compra o de comportamiento que se les dicte (Gayser, 2020). Este modelo de comercialización ha resultado exitoso para todo el sistema capitalista, no solo en lo comercial sino en la generación de una sociedad específica.

La rebeldía y el disentir, son elementos fundamentales de la sociedad y, en especial, de las juventudes. Ellas critican, crean, reformulan y cuestionan formas de poder, normas cotidianas entre otras. Las personas jóvenes constantemente han provocado cambios positivos en el mundo. Sin embargo, con el surgimiento de los *influencers*, mucho de ello se ha perdido en discusiones banales que poco abonan a una mejora social. La rebeldía y el cuestionamiento sigue existiendo, pero ahora va hacia cuestionar si la Tierra es plana, si un género musical es más relevante que otro o con conspiraciones mundiales, por lo que muchas ideas se pierden y las formas de poder suelen ser poco analizadas.

Es por ello que los megaeventos deportivos son esenciales para el sistema, para las marcas y los *influencers*, para quienes aparecer en los eventos con mayor audiencia les permite ganar mayor visibilidad y, por lo tanto, generar mayores ingresos. Es bajo todo este marco que en el mundial de Catar se visualizaron como nunca antes una enorme cantidad de personas que transmitían en vivo sus propias reacciones en un partido, que explotaban su experiencia al ver perder o ganar a su selección, o ingerir algún alimento típico del país sede por lo que entraban a distintos restaurantes de fama mundial, además, de realizar bailes y retos afuera de los estadios o en cualquier lugar de Catar.

En el imaginario colectivo, muchas de estas personas llegaban al mundial con recursos propios o por su propio esfuerzo, esto fortalecía la idea de asistir al mundial y poder estar presente en la justa deportiva. Aquí, de nueva cuenta aparece el sistema financiero que facilitaba a la afición el poder asistir al evento. El sistema financiero puede favorecer un mayor consumo por parte de varios sectores de la población, sin embargo, en el capitalismo en todo momento se procura que exista distinción entre consumidores. Aunque el sistema permitía a diferentes grupos de personas estar presentes en el mismo lugar, no todas las personas tenían acceso a los mismo restaurantes o formas de entretenimiento además de los partidos.

El papel de muchos de los creadores de contenido que asistieron a Catar logró generar una imagen positiva del país. Fueron poco difundidos, prácticamente nulos, elementos o acciones que validaran al Estado Catarí como autoritario y represor, por el contrario, las historias que fueron más difundidas y comercializadas, trataban de un país donde, a pesar de las restricciones, se podía vivir con total normalidad y tener un estilo de vida sumamente alto.

Para el capitalismo la producción y reproducción de espacios es fundamental, y para lograrlo es necesario generar discursos y lograr que estos sean repetidos. Es entonces que el pensamiento de Wolf (2001) adquiere mayor sentido, pues sin una “manipulación” de la sociedad la acumulación pretendida por el sistema dominante no tendría éxito. Por lo que más allá de la publicidad que generan los *Influencers*, la difusión de ese estilo de vida donde, en apariencia, sin méritos, ni conocimiento, ni esfuerzo la gente puede lograr éxito económico y

pasar como “héroes” al “cuestionar” ciertas estructuras. El que en el mundial de Catar aparecieran y se esparcieran en un gran número estos creadores de contenido, funcionan al sistema al consolidar espacios capitalistas.

En la producción del espacio, el poder tiene un protagonismo fundamental para la reproducción del capitalismo, pues dentro del sistema económico es que se generan normativas legales y sociales que dirigen a cualquier sociedad, para lo que es necesario que existan personas que se conviertan en ejemplo para el resto, y que se difundan a partir de eventos concretos como el mundial. Dentro del sistema se moldean pensamientos y estilos de vida, es por ello que Foucault (1975: 36), asevera que “todo está ligado al desarrollo del capitalismo, (...) para este no fue posible funcionar con un sistema de poder político en cierta forma indiferente a los individuos”, el mismo autor asume que el cambio de etapas capitalistas responde también a la necesidad de este de modificar el consumo, la forma de producción y la manera de controlar a la misma población para así evitar que esta adquiera cualquier sentido de agencia y actúe de manera opuesta al deseado en el sistema. Pues estas personas difunden y logran consolidar el discurso de que sobresale quien se lo merece, ya que fue una constante durante el mundial, que varios *influencers* mencionaran las dificultades que tuvieron que vivir para lograr estar en el lugar que hoy ocupan.

Conclusiones

Todo megaevento deportivo, como lo son los juegos olímpicos y los mundiales de futbol, han servido a los países sedes para mostrarse según sus intereses: como naciones unidas, como Estados consolidados o como potencias económicas, es por ello que ser anfitrión de alguno de estos sucesos es algo codiciado y pretendido por distintos países.

El Mundial de Fútbol Catar, 2022, marcó tendencias en diferentes elementos: evidenció una nueva forma de generar ganancias a través del uso de la tecnología, esto también sirvió para generar nuevas y mayores audiencias y difundir estereotipos sociales. También, fue posible visibilizar una forma relativamente novedosa de empleo que es a partir de los generadores de contenido o *influencers*, estos, además, evidencian una de las maneras más eficientes en la actualidad en que las marcas pueden generarse publicidad de forma menos costosa.

Para Catar, el mundial, se convirtió en una manera extraordinaria de limpiar su imagen hacia el exterior y que se le dejara de ver como una nación represora y se le asumiera como un país de opulencia donde prácticamente cualquier persona puede lograr superarse y beneficiarse del sistema existente. También, le ayudó a visibilizarse dentro de las esferas globales de tomas de decisiones y mostrarse como un Estado abierto a cualquier tipo de negocio.

El país catari con su mundial, representó las llamadas nuevas tendencias del capitalismo: una alta migración de todos los sectores sociales, ya que, por una parte, llega mano de obra muy calificada y que se ve altamente beneficiada en los sectores económicos que prevalecen en ese país, por otro lado, la inmigración de una mano de obra barata procedente de los lugares que no han podido desarrollarse completamente en esa misma zona. Además, evidencia las nuevas alianzas y la diversificación de la economía. Por último, es una muestra de que el capitalismo tiene múltiples facetas que han surgido posterior a la crisis del neoliberalismo de la primera década del milenio.

Es probable que el Estado de Catar se convierta, con el paso del tiempo, en uno de los más poderosos del orbe, que impongan agenda económica y política. Sin embargo, este camino no



será sencillo ya que tiene una gran competencia, no solo en el mundo sino en su misma región. Hasta ahora, ha salido adelante de los conflictos que ha tenido, sin embargo, la misma heterogeneidad cultural de su nación y la mala imagen que aún tienen, y que lejos de limpiar han conseguido aumentar con otros eventos ajenos al mundial, serán un escollo difícil de superar.

Referencias

- Arbuniés, P. (2022). Qatar: invertir en escaparate deportivo para ganar talla geopolítica. Recuperada 28 de mayo, 2023, de Global Affairs and Strategic Studies website: <https://www.unav.edu/web/global-affairs/qatar-invertir-en-escaparate-deportivo-para-ganar-talla-geopolitica>
- Foucault, M. (1975). Vigilar y Castigar. Nacimiento de la Prisión. Reimpresión 2010. Siglo XXI, México.
- García, A. (2023, April 10). ¿Quieres saber cuántos influencers hay en el mundo? Descubre la sorprendente respuesta aquí. Recuperado mayo 28, 2023, de Conectado website: <https://conectado.com/quieres-saber-cuantos-influencers-hay-en-el-mundo-descubre-la-sorprendente-respuesta-aqui/>
- García, J. y Xirinacs, L. (2006). La dimensión cooperativa. Economía solidaria y transformación social. Icaria Editorial. Barcelona, España.
- Geysler, W. (2020, Junio 30). 80 Estadísticas del Marketing de Influencers para el 2023. Recuperado mayo 29, 2023, de Influencer Marketing Hub website: <https://influencermarketinghub.com/es/estadisticas-de-marketing-de-influencers/>
- Harvey, D. (2001). Espacios del capital. Hacia una Geografía crítica. Akal. Cuestiones de antagonismo. Traducción: Cristina Piña Aldao. 2001. Madrid España.
- Harvey, D. (2005). Breve Historia del Neoliberalismo. Traducción Ana Varela Mateos. Akal. Madrid España.
- Harvey, D. (2014). Diecisiete contracciones del capital. Instituto de Altos Estudios del Ecuador (IAEN). Ecuador.
- Kottasová, C. (2017, June 5). ¿Dónde tiene su dinero Qatar? Estos son los negocios mundiales que respaldan a la monarquía. Recuperada 29 de mayo, 2023, de CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2017/06/05/donde-tiene-su-dinero-qatar-estos-son-los-negocios-mundiales-que-respaldan-a-la-monarquia/>
- Lefebvre, H. (2013). La Producción del Espacio. Capitán Swing, España.
- Lefebvre, H. (1976). Espacio y política. El derecho a la ciudad, II. Península. Barcelona España.
- Martínez, P. (2023, Junio 27). Programa Universitario de Estudios sobre Asia y África. Recuperado 20 de mayo, 2023, de PUEAA website: <http://pueaa.unam.mx/blog/qatar-un-pequeno-gigante>
- Massey, D. (2012). Espacio, lugar y política en la coyuntura actual. Urban, (04), 7-12.
- Nardi Spiller, C. (2008). El nuevo capitalismo o ¿se ha cumplido la profecía de Marx?. ICE, Revista De Economía, 1(845). Recuperado a partir de <https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1190>
- Rayyán, A. y Pérsico, G. (2023). Estado de Catar. Recuperado mayo 20, 2023, de Gob.es website: https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/qatar_ficha%20pais.pdf
- Singer, P. (1999). Curso de introducción a la economía política. Siglo XXI editores. Primera edición 1978. México.
- Sztulwark, S. (2020). La condición periférica en el nuevo capitalismo. Problemas del desarrollo, 51(200), 3-24. Epub 09 de septiembre de 2020. <https://doi.org/10.22201/ieec.20078951e.2020.200.68283>
- Wolf, E. (2001). Figurar el poder: Ideologías de dominación y crisis. Antropología Ciesas, México.