



UNIVERSIDAD DE
SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN
GRADO EN PERIODISMO

PROMOCIÓN 2018-2022

QATAR 2022, EL MUNDIAL DE LA CORRUPCIÓN

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor: Álvaro Vega Calo

En memoria de Don Antonio López Hidalgo

RESUMEN

El próximo 21 de noviembre de 2022, Qatar acogerá la Copa del Mundo de Fútbol. Este país es el más pequeño, a lo largo de la historia, en acoger un Mundial. Desde su adjudicación, por parte de la FIFA, la corrupción y el cohecho se han convertido en elementos principales.

Con este trabajo se trata de enseñar cómo el país qatarí, valiéndose del deporte como elemento de política exterior, ha demostrado su posicionamiento en el mundo, participando en el gran negocio actual, el fútbol.

Además, este trabajo busca, mediante la investigación que a un buen periodista le es atribuida, desvelar y dar a conocer los nombres de todas y cada una de las personalidades implicadas en la trama catalogada como “Qatargate”.

PALABRAS CLAVE

Qatar, Fútbol, Copa del Mundo 2022, FIFA, Qatargate, Corrupción, Sobornos, Deporte.

ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN** Pág. 3
 - 1.1. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS (Pág. 3)
 - 1.2. HIPÓTESIS Y CUESTIONES (Pág. 3)
 - 1.3. PRESENTACIÓN Y MOTIVACIONES (Pág. 4)
 - 1.4. OBJETO DE ESTUDIO Y JUSTIFICACIÓN (Pág. 5)

- 2. MARCO TEÓRICO** (Pág. 6)
 - 2.1. EL MUNDIAL Y LA FIFA (Pág. 6)
 - 2.2. FIFA: CORRUPCIÓN, SOBORNOS Y NADA DE FÚTBOL (Pág. 10)
 - 2.3. EL NEGOCIO DEL FÚTBOL MODERNO (Pág. 15)
 - 2.4. LA DIPLOMACIA DEPORTIVA EN EL GOLFO PÉRSICO (Pág. 22)

- 3. METODOLOGÍA** (Pág. 27)

- 4. DESARROLLO** (Pág. 29)
 - 4.1. EL DEPORTE COMO POLÍTICA EXTERIOR DE QATAR (Pág. 29)
 - 4.2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA "QATAR" A PARTIR DEL DEPORTE (Pág. 31)
 - 4.3. PROCESO DE ELECCIÓN DE QATAR COMO SEDE MUNDIALISTA:
CRONOGRAMA DE LOS HITOS PRINCIPALES (Pág. 36)
 - 4.4. QATAR Y LA VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS (Pág. 41)

- 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS** (Pág. 46)

- 6. GLOSARIO DE TÉRMINOS** (Pág. 53)

- 7. CONCLUSIONES** (Pág. 56)

- 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS** (Pág. 59)

- 9. ANEXOS** (Pág. 61)

1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVOS

Para poder alcanzar las máximas cotas en cuanto a esta investigación, se han especificado una serie de objetivos generales y específicos, los cuales se exponen a continuación:

Objetivo general 1. Explicar el proceso que se llevó a cabo para que Qatar fuera nombrada como sede mundialista para el 2022.

Objetivo general 2. Analizar y observar como el fútbol es usado por Qatar como parte de su política exterior.

Objetivo general 3. Mostrar los nombres de las personas implicadas en la trama organizada para que Qatar ganase la votación.

Objetivo específico 1. Conocer el historial de corrupción de la FIFA.

Objetivo específico 2. Dar a conocer a los responsables, tanto en España, como en Europa, en la trama Qatar.

Objetivo específico 3. Entender como el fútbol se ha acabado convirtiendo en un negocio.

Objetivo específico 4. Averiguar y mostrar las violaciones a los derechos humanos que se suceden en el país qatari.

Objetivo específico 5. Explicar la diplomacia deportiva en el Golfo Pérsico.

1.2. Hipótesis / preguntas:

Para poder alcanzar satisfactoriamente estos objetivos, es necesario que se intente responder a una serie de preguntas que arrojen luz a estos acontecimientos.

Pregunta 1. ¿Quiénes son los implicados en la trama de elección de Qatar?

Pregunta 2. ¿Hasta qué punto es influyente el fútbol en el lavado de imagen de Qatar?

Pregunta 3. ¿Qué ocurrió en la FIFA para que Qatar fuese la candidatura agraciada?

Pregunta 4. ¿Desde cuándo se ha convertido el fútbol en un negocio en el que frecuentan inversores multimillonarios?

Pregunta 5. ¿Cómo se ha llegado a la construcción de la marca Qatar actual?

1.3. Presentación y motivaciones.

Existen multitud de eventos que congregan la mirada de un gran número de personas, pero ninguno como un Mundial de fútbol. Millones de niños sueñan con vestir alguna vez la elástica de su nación, mientras son aclamados por todo un país que se desgañita festejando sus goles. Al mismo tiempo, todos los amantes del deporte rey esperan, impacientes, que transcurran cuatro años para disfrutar (o sufrir) con su combinado nacional. Al fin y al cabo, el fútbol mueve el mundo.

Con el paso del tiempo, el fútbol ha logrado consagrarse como el principal deporte en infinidad de países. En sus inicios, allá por el siglo XIX, este tenía unos rasgos socioculturales totalmente diferentes a los que hoy en día conocemos. Al principio servía como actividad de ocio para los obreros de las industrias, los cuales jugaban contra los trabajadores de otras. Así, la identificación futbolística reunía una afinidad social urbana (Esteban, 2017). En nuestro tiempo, el fútbol alcanza unas cotas tan altas que es capaz de llegar al rincón más recóndito del planeta. Los clubs personifican esa evolución, ya que se han ido convirtiendo en auténticas marcas comerciales (marca Barca o marca Real Madrid). Los equipos más grandes, los jugadores de mayor calidad, todo ello favorece a que se obtengan una serie de privilegios mediáticos, económicos y sociales.

A tenor de la estrategia digital de transformación del fútbol, los beneficios que perciben los clubs vienen derivados de los ingresos que obtienen los días en los que se disputa un partido, así como los derechos televisivos que perciben de mano de las ligas nacionales y los estamentos internacionales pertinentes, además hay que tener en cuenta el proceso de mercantilización que cada club realiza por su cuenta (patrocinadores, sponsors, etc...). Es tanto el potencial de este deporte a nivel de mercados internacionales, que los datos afirman lo que supone en la economía mundial, un 0.7% del PIB, lo que ubica el volumen de negocio que genera el fútbol en el número 24 de la economía del mundo.

Este complejo proceso de mercantilización y manejo de cifras astronómicas no ha pasado desapercibido para los magnates más influyentes del planeta. Un negocio con todas las letras que comprende a jeques, multimillonarios y petrodólares (demasiados). Hasta tal punto llega la influencia del balón que, desde distintos puntos del planeta, se usa como una herramienta

de diplomacia internacional, de mejora en las relaciones internacionales o como una forma de lavar la imagen.

Ya desde el siglo XIX, los grandes eventos deportivos se han utilizado con fines promocionales e incluso propagandísticos para los diversos estados. Un ejemplo de esta afirmación es el uso propagandístico de las Olimpiadas de 1936 por parte del régimen nazi de Adolf Hitler. En ese sentido, la Copa del Mundo, que iniciará en Qatar el próximo mes de noviembre, supone un elemento con el que el gobierno qatarí puede legitimar su posicionamiento internacional, logrando participar en el negocio que representa el mundo del balón.

Qatar ha concebido el deporte, en este caso el fútbol, como un instrumento que demuestra su poder, moviendo cantidades desorbitadas de capital, mientras toman grandes decisiones comerciales y manipulan la visión social que pueda tenerse sobre las acciones de gobiernos y entidades de carácter internacional en países de origen qatarí. De este modo, el posicionamiento mundial que Qatar tiene no se representa con su poder militar o incluso con el concierto de la Organización de Naciones Unidas, sino con los resultados derivados de asociarse con distintos patrocinadores y el dominio de clubes multimillonarios (PSG, Manchester City...) conocidos en todo el mundo (especialmente en Europa), ya que cuentan con altos índices de aceptación por parte de muchos aficionados.

Para alcanzar un objetivo tan ansiado han tenido que realizar un lavado de imagen de cara al mundo, construyendo una nueva visión de marca vinculada y protagonizada por el fútbol. Qatar albergaba un deseo desde hace tiempo, este era el de actuar como anfitrión mundialista en el año 2022. Su razonamiento y forma de actuar ha seguido una máxima: “el fin justifica los medios”. Definitivamente, así ha sucedido.

1.4. Objeto de estudio y justificación.

El objeto de estudio de este documento tiene como tema central el determinar por qué el Mundial de fútbol de 2022 se celebrará en Qatar. El estudio consiste en investigar y explicar el proceso llevado a cabo para determinar ese lugar como sede mundialista, así como todos los sucesos que han ido ocurriendo a lo largo del tiempo para llevar la Copa del Mundo a esta sede. En resumidas cuentas, consiste en averiguar cómo es posible que, uno de los mayores acontecimientos del mundo y el mayor a nivel futbolístico, se vaya a celebrar en un país sin democracia (hay una dictadura), donde no se respetan los derechos humanos y las mujeres son ciudadanas de tercera (ni siquiera de segunda), además del profundo desprecio que muestran hacia las personas homosexuales.

En lo que respecta al ámbito deportivo, el país qatarí jamás ha participado en un Mundial y, al ser el anfitrión, tendrá la oportunidad de disputar este torneo, al igual que sus predecesores. Uno de los mayores problemas desde su adjudicación es que este país no contaba ni tan siquiera con estadios, ni con las infraestructuras que demanda un evento de tal magnitud. Pero como en la vida misma, el dinero es la solución, y a Qatar eso no le falta. Hablamos del país, a nivel mundial, con el mayor nivel de renta per cápita en paridad de poder adquisitivo.

Con esta investigación se refrenda la relación que existe actualmente entre el mundo del fútbol y la política exterior de distintos países, haciendo hincapié al uso del deporte como una herramienta destinada al posicionamiento de un territorio en el escenario internacional, siendo Qatar el objeto de estudio.

Para poder explicar todo el proceso correctamente, se tendrán en cuenta todos los esfuerzos realizados para lograr ser la sede del Mundial, además de la influencia económica y la influencia de las firmas televisivas realizadas (Qatar controla Bein Sports). En definitiva, con este trabajo se busca identificar todos los aspectos de la política exterior que lleva a cabo el país qatarí, con el claro objetivo de ser relevante en el desarrollo de la política actual, valiéndose del deporte como principal arma de acción.

Ciertamente estamos hablando de un evento que aún no ha tenido lugar, ya que su inicio será el próximo 21 de noviembre, pero desde el año 2010 (2 de diciembre), es conocido por todos que la Copa del Mundo de 2022 se celebrará en Qatar. A lo largo de los últimos años, hemos escuchado todos los capítulos de la historia de los jeques de Qatar y Emiratos Árabes con el fútbol, casos como los del Paris Saint Germain o el Manchester City han protagonizado multitud de fichajes millonarios y, si nos ponemos en la máxima actualidad, tenemos al Newcastle inglés, las “urracas” (así se conoce a los aficionados de este equipo), que cambiaron de mandatario hace poco y miles de millones entraron en las arcas británicas. Pese al tiempo que ha transcurrido, no se ha indagado mucho en lo que sucedió en la FIFA para que este país fuera la sede mundialista.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. El mundial y la FIFA.

La FIFA es el órgano supremo del fútbol, constituyendo una institución privada configurada con lo establecido en el derecho suizo y cuya sede principal se encuentra en la capital de Suiza, Zúrich. Actualmente, esta organización está conformada por un total de 209 asociaciones futbolísticas, de todas las partes del mundo, las cuáles asumen dos responsabilidades: organización y supervisión del fútbol en sus países de procedencia (RFEF en España).

Las asociaciones nacionales del fútbol, además de congregarse en la FIFA, conforman alianzas a nivel geográfico. Estas confederaciones son seis, cada una representa a una localización específica del planeta: la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Asociaciones de fútbol (CONCACAF), la Confederación Africana de Fútbol (CAF), la Confederación Asiática de Fútbol (AFC), la Confederación de Fútbol de Oceanía (OFC) y, por último, la más famosa, la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA). Hay que aclarar que estas confederaciones no forman parte de la FIFA. Una de las responsabilidades más importantes de estas confederaciones es la de elegir a los miembros del Comité Ejecutivo de la FIFA.

Para entenderlo todo un poco mejor es necesario explicar cuáles son los órganos que componen la FIFA: el Congreso (legislativo), el Comité Ejecutivo (ejecutivo) y la Secretaría General (administrativo). El Comité Ejecutivo se encarga de supervisar la actividad de la organización dentro de un periodo diario, además de representarla frente a terceros. Las decisiones vinculadas al Congreso de la entidad son obligatorias para el Comité Ejecutivo. Dentro del marco de la legalidad, la FIFA puede establecer cuáles son las competencias que ostenta el Comité Ejecutivo ante circunstancias concretas.

Según los Estatutos bajo los que se rige la FIFA, el Comité Ejecutivo está caracterizado por ejercer una serie de funciones:

- Designar y destituir al Secretario General.
- Nombrar a los presidentes, vicepresidentes y miembros de las comisiones de la FIFA.
- Aprueba el Reglamento de Organización de la FIFA.

El Comité Ejecutivo ostenta el poder de actuación general y de decisión en todos aquellos asuntos que no tengan que ver con la responsabilidad del Congreso de la FIFA u otro órgano de la misma. Estas decisiones que toma el Comité son, en principio, mediante una mayoría simple de votos de los miembros que estén presentes durante la votación. En caso de que existiese un empate tras la votación, el voto del presidente de la FIFA tendría un valor decisivo, ya que este ostenta la dirección del Comité Ejecutivo. El número de miembros que componen este estamento es de 25.

A continuación se explica cómo se organiza este Comité en lo que a sus miembros respecta: el Presidente y el representante femenino son seleccionados por el Congreso de la FIFA para desempeñar sus funciones durante cuatro años. Los miembros restantes del Comité, incluidos los ocho vicepresidentes, son elegidos por las distintas confederaciones, siguiendo la

siguiente hoja de ruta: UEFA 8 (3 vicepresidentes y 5 miembros), CAF 4 (1 vicepresidente y 3 miembros), AFC 4 (1 vicepresidente y 3 miembros), CONMEBOL 3 (1 vicepresidente y 2 miembros), CONCACAF 3 (1 vicepresidente y 2 miembros) y OFC 1 (1 vicepresidente).

De acuerdo con sus Estatutos, la FIFA tiene el deber de organizar las competiciones internacionales propias, donde encontramos como máximo exponente a la Copa del Mundo. Esta competición tiene una periodicidad de un mes, aproximadamente, y se celebra cada cuatro años, en ella se incluyen selecciones masculinas senior de las asociaciones que están dentro de la FIFA.

El Mundial cuenta con una fase clasificatoria (fase de grupos) y una fase eliminatoria final. Los partidos que mayor influencia tienen suelen ser los de esta última fase, la cuál se realiza en un país anfitrión (puede darse en dos países, al igual que sucedió en la Eurocopa 2012, que se celebró en Polonia y Ucrania) durante, como ya he explicitado, cuatro semanas (Eckert, 2014). El nombre del país anfitrión completa el del evento, es decir, este año sería: Copa Mundial de la FIFA 2022 Qatar.

Hablamos de un evento de un calado y una importancia superlativa ya que, desde 1930 (Uruguay), este torneo ha ido movilizandando cada vez a más aficionados, los cuáles han disfrutado de manera ininterrumpida del fútbol de alto nivel. Ciertamente es que han existido dos excepciones, el Mundial de 1942 y el de 1946, ambos pospuestos a causa de la Segunda Guerra Mundial.

Para cada Campeonato Mundial, la FIFA decide a priori la cantidad de emplazamientos que se le asigna a cada confederación, regido bajo un criterio vinculado a la fuerza relativa de los equipos de las confederaciones. La ventaja para los anfitriones en este torneo es evidente, ya que se clasifican para la fase final de forma automática (Qatar ya está clasificada para la fase final del Mundial). Como se explica anteriormente, existe una fase de grupos y una fase eliminatoria. En la fase de grupos los equipos compiten repartidos en ocho grupos (cada grupo tiene cuatro selecciones). Los dos equipos que obtengan más puntos dentro de cada grupo avanzan a la fase eliminatoria, la cual es una ronda de eliminación a partido único.

Este evento representa tanto entre los aficionados al fútbol que, desde su primera edición, ha ido incrementando su número de espectadores: en Uruguay 1930 fueron más de medio millón de personas, en 1950 la asistencia superó, por primera vez, el millón de espectadores. Con la influencia de la televisión el Mundial llegó a muchas más personas, siendo el Mundial de 1954 la primera edición televisada (en la actualidad es el acontecimiento deportivo más visto en el mundo). El aumento de esta tendencia ha ido creciendo de manera exponencial, por ejemplo, en el Mundial de Alemania 2006, se estima que el número de espectadores fue

próximo a los 26 billones de personas, mientras que solamente la final del torneo fue vista por 715 millones de espectadores (Eckert, 2014).

El Mundial aporta felicidad, alegría, unidad, pero si hay algo que reseñar en cuanto a lo que aporta este evento es el dinero. Los ingresos que genera este torneo componen, en su inmensa mayoría, las ganancias totales que obtiene la FIFA. Si tuviésemos que ejemplificar ese dato con un porcentaje, podríamos decir que se corresponde a una horquilla de entre el 80% y el 90% de los ingresos totales de la FIFA. Por mostrar un dato, la FIFA obtuvo, entre 2007 y 2010, una cantidad de 4.200 millones de dólares; al mismo tiempo, la parte obtenida por la Copa del Mundo de Sudáfrica 2010 supuso un 87% de ese total. Las cifras demuestran que la FIFA no podría cubrir sus gastos sin los ingresos que obtiene por el Mundial. Quizás por eso muestran interés en acortar la celebración del torneo a los dos años, a lo que muchos jugadores y personalidades del fútbol han mostrado su total disconformidad, ya que el torneo perdería su esencia si pasa a ser un evento tan repetitivo (Marca, R. 2022, febrero 15).



Fuente: Libre Mercado. Disponible en:

<https://www.libremercado.com/2018-06-16/las-cifras-delmundial-rusia-ya-es-el-mas-carro-de-la-historia-con-30000-millones-de-dolares-1276620576>

Que te seleccionen como país anfitrión del Mundial supone obtener una gran relevancia en el escenario del deporte mundial, con los beneficios económicos que ello conlleva. Los países que son anfitriones tienen unas expectativas de ingresos expresadas en miles de millones de dólares. Sin embargo, los anfitriones de un acontecimiento como este tienen una serie de exigencias: garantizar que las infraestructuras sean capaces de acoger a tal cantidad de aficionados, atletas y personal.

Durante cuarenta años, y hasta 1998, la FIFA mantuvo una política clara de alternancia en cuanto a la adjudicación, pasando de Europa a las Américas de manera igualitaria (un torneo uno y un torneo el otro). Sin embargo, en la Copa del Mundo de 2002 se dió el primer cambio en esta forma de actuar, ya que este Mundial se celebró en Corea del Sur y Japón, siendo la primera edición que acogería el continente asiático.

Por el contrario, las decisiones sobre los anfitriones de los Mundiales de la FIFA 2010 y 2014 siguieron una línea de rotación entre las confederaciones de la FIFA, de forma que solo los países de las confederaciones elegidas podían presentar su candidatura. Por ejemplo, en el 2010 se eligió la confederación africana y el Mundial se le otorgó a Sudáfrica, en el caso del 2014 se le otorgó a la confederación latinoamericana el privilegio de ser anfitrión, siendo Brasil el país elegido como sede del torneo.

Este método de rotación dejó de utilizarse en el año 2007. Fue entonces cuando cualquier país que estuviera incluido dentro de alguna asociación miembro de la FIFA, podía presentar su candidatura para anfitrión del torneo. La única pega que había a esta decisión es que el Mundial siguiente no podía celebrarse en el mismo continente que el anterior o en algún país miembro de la misma confederación. Estos principios se implementaron durante las candidaturas de los Mundiales de 2018 y 2022, pero siguiendo la reforma que nos atañe: la Copa del Mundo de 2018 se celebró en Rusia y la de 2022 en Qatar.

Como detalle es reseñable afirmar que, desde 1964 hasta el 2010, las decisiones sobre la sede del Mundial las tomó el Comité Ejecutivo de la FIFA, antes de este periodo, esa tarea correspondía al Congreso de la FIFA.

2.2. FIFA: SOBORNOS, CORRUPCIÓN Y NADA DE FÚTBOL.

Dentro de la cultura popular y la mitología japonesa existían unos seres llamados Noppera-bo. Estas criaturas eran capaces de encarnar el rostro de cualquiera, desde una mujer de una belleza inasumible a la vista, hasta un personaje de rostro tan desfavorable que nuestros ojos suplicarían que no les obligáramos a mirar (Albiac, 2015). El fútbol de hoy en día se puede vincular con estas criaturas. En ocasiones, el fútbol es el deporte más bello de

todas las disciplinas; en otras ocasiones, se transforma es una industria falta de escrúpulos donde solo interesa el dinero. Aún existen muchos soñadores, que creen en la idea de que el fútbol sigue siendo solo el arte de darle patadas a una pelota. Otros, en cambio, piensan que la mayoría de las corruptelas que han manchado al fútbol a lo largo de las últimas décadas, tienen solución. Para comenzar este proceso es obligatorio saber quiénes son los culpables y cómo llevaron a cabo sus artimañas, a la vez que se debe descubrir las irregularidades de las grandes empresas y, ante todo, mostrar la historia de la FIFA, siendo leales a la verdad, ya que esta es hoy en día quién domina el mundo del balompié.

En un pequeño cuarto de la calle Saint-Honoré de París, un 21 de mayo del año 1904, daba lugar el nacimiento de la FIFA. La idea inicial con la que nació esta organización era la de establecer un organismo con capacidad reguladora sobre el fútbol a nivel internacional, reunir unas normas que fueran claras y velar por su cumplimiento. El deseo inicial era jugar partidos de índole internacional y, para ello, era necesario que todos los países se ajustaran a las mismas normas. A este primer objetivo se adhirieron las federaciones de Suecia, Francia, Holanda, Suiza, Dinamarca, España y Bélgica.

Aunque se fundó en 1904, no fue hasta 1909 cuando, con el ingreso de Sudáfrica, se puso fin al monopolio del continente europeo en la FIFA (Albiac, 2015). En los primeros años desde su fundación, la FIFA tuvo que resolver una serie de tensiones y conflictos entre los países europeos, por ejemplo, por culpa de la Primera Guerra Mundial, lo cual no supuso una ayuda al funcionamiento de la organización. En resumidas cuentas el problema se reducía a que los países se negaban a organizar partidos contra países a los que, debido a la guerra, consideraban rivales políticos en el panorama internacional. La FIFA encontró un pequeño respiro gracias a la organización de partidos durante los Juegos Olímpicos y, sobre todo, con la creación de la Copa del Mundo, que llega hasta nuestros días.

La primera edición de este torneo tuvo lugar en Uruguay. Había varios motivos para celebrar el Mundial en este país pero, de entre todos ellos, resaltan dos: la selección nacional uruguaya había logrado hacerse con la victoria en los Juegos Olímpicos de Ámsterdam en 1928 y querían repetir la hazaña, el otro motivo es que tenían la intención de conmemorar y celebrar el centenario de su independencia. Al final del torneo, la selección “charrúa” se hizo con la victoria ante uno de sus mayores adversarios, “la albiceleste”, la selección argentina. Un 4 a 2 en el marcador cerraba, con broche de oro, la primera edición de la Copa del Mundo de la FIFA.

El fútbol se había convertido, gracias a esa Copa del Mundo, en un gran reclamo para todos, incluido para “el Duce”, Benito Mussolini, el cuál veía el torneo como una gran posibilidad para demostrar el poder de la Italia fascista. El 27 de mayo de 1934, tras grandes presiones de Mussolini a la FIFA, el Mundial arrancó en territorio transalpino. Desde el inicio del torneo

estaba claro quién iba a llevarse el entorchado de campeón. Tras varios arbitrajes de un más que dudoso criterio, la selección “azzurra” se hizo con la victoria en la final ante la antigua selección de Checoslovaquia, por un ajustado 2 a 1. Tras estas dos Copas del Mundo, se podía vislumbrar como fútbol y política iban a ser una larga unión en un futuro muy próximo.

El tercer torneo iba a tener lugar en 1938, pero el estallido de la Segunda Guerra Mundial llevó a los países al campo de batalla, con unas consecuencias terribles (Albiac, 2015), lo cual prolongó la celebración de este evento hasta 1950. Pese a la importancia y el impacto de posponer un Mundial, la FIFA estaba más preocupada por la Copa del Mundo de 1954, donde se cumplirían 50 años de la creación de esta organización y, como no podía ser de otra manera, el torneo tuvo lugar en Suiza, con la clara motivación de festejar que la organización había pasado de tener 7 federaciones a tener 84. Hay que destacar que, para mayor impacto, este fue el primer Mundial televisado.

Debido a la gran popularidad que estaba ostentando el fútbol, el continente europeo evitaba soltar las riendas de este deporte. La prueba más llamativa de este hecho, es que todos los presidentes que había tenido la FIFA hasta ese momento habían sido de nacionalidad belga, francesa o inglesa. El último presidente que siguió esta idiosincrasia fue el británico Stanley Rous. Árbitro de gran prestigio que ya estaba retirado, un señor que representaba a las mil maravillas la imagen que la FIFA quería mostrar al exterior: un caballero británico que disfrutaba del respeto de las reglas y el juego ordenado.

Desde sus inicios en el cargo, allá por 1961, Sir Stanley no mostraba prisa alguna por expandir el fútbol por todos los rincones del planeta. Un caso claro es el de China, que al ser un país comunista, no suponía una tarea urgente, incluso llegando a prohibirle al Arsenal inglés que se desplazara hacia aquel país. En el caso de Sudáfrica, la política de la FIFA iba a ser similar a la anterior (¿quién era la FIFA para negar que blancos y negros eran diferentes, si lo decía la ley del país?), siguiendo un patrón de no posicionamiento en polémicas, aunque sí, de forma inevitable, la organización se veía envuelta en algún caso de este tipo, la postura sería consonante a la del gobierno británico.

Pero, no todo dura eternamente. Durante los años 60 y 70, la FIFA encontró cada vez más oposiciones a su política de exclusividad. Desde algunas confederaciones se empezaron a realizar exigencias, como en el caso de la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), de la cual saldría un candidato a arrebatarle el cargo a Stanley: Havelange. A este respecto, Albiac afirma que: “Joao Havelange tenía una idea muy distinta de cómo debía organizarse el deporte rey. A diferencia de Rous, este tenía claro que el fútbol era un fenómeno global, es más, era un negocio global. Para Havelange el dominio europeo de la Copa del Mundo se plasmaba en que había nueve plazas reservadas a estos equipos, algo que más que injusto era poco rentable. ¿Por qué no extender el número de participantes? Al fin y

al cabo, esto generaría nuevas oportunidades para la FIFA en lugares hasta ahora ajenos al mundo futbolístico” (Albiac, 2015).

La postura de los gobernantes europeos no titubeó ni un centímetro, no querían saber nada de cambios. Las fricciones llegaron a tal punto que, en la junta que la FIFA celebró en 1973 en Edimburgo, muchos representantes de la organización afirmaron, de forma amenazante, que si se ampliaba el número de finalistas y de eliminados, se crearía una nueva Copa del Mundo europea, a la que serían invitados algunos países de Sudamérica. Estas polémicas declaraciones sentaron de la peor forma en las confederaciones africana y asiática, haciendo que en el Congreso de 1974, la victoria de Havelange cogiera cada vez más fuerza.

Llegados a 1974, nos encontramos con que la “Naranja Mecánica” dio una lección de fútbol en la Copa del Mundo de Alemania, pero lo más importante es que la FIFA sufrió un gran cambio. En el Congreso celebrado en Frankfurt, Joe Havelange derrotó a Sir Stanley por 68 a 52 votos, convirtiéndose el brasileño en el nuevo mandatario de la organización. La victoria de Havelange se cimentó en base a su conocimiento, ya que recorrió el mundo de un lugar a otro, conociendo de primera mano las quejas de los países asiáticos y africanos, prometiéndoles cambios.

Otro de los motivos de la victoria de Havelange fue Horst Dassler, dueño de la multinacional deportiva Adidas que, al igual que el nuevo mandatario de la FIFA, defendía a capa y espada la idea de que el fútbol podía aportar muchos beneficios. El éxito económico de esta compañía era tan simple como lograr que las estrellas del balompié de la época lucieran sus prendas, otorgándole grandes sumas de dinero. El acuerdo entre ambos facilitó mucho la victoria del brasileño, ya que Dassler apoyaría financieramente su campaña y Havelange daría una especial atención a los intereses de Adidas.

Días antes de que se produjese la votación, se vieron multitud de sobornos, bien para afianzar la decisión de los aliados o bien para suavizar las posturas de los contrarios. La salida de Stanley Rous puede achacarse a su nula sensibilidad con las confederaciones no europeas, pero sobre todo se debe a su falta de olfato empresarial y comercial en cuanto al fútbol se refiere. Al finalizar el Congreso, Dassler aprovechó el cambio en la institución y, siendo consciente de los beneficios que podía obtener, se interesó por vender los derechos comerciales que justo había adquirido de la FIFA. La empresa CocaCola también se interesó por la organización, siendo de gran ayuda para Havelange y gozando de una gran visibilidad gracias a la Copa del Mundo. La maniobra de esta empresa fue observada por muchas multinacionales que, rápidamente, se lanzaron siguiendo la misma estrategia. En pocos años, la FIFA lucía rebosante de dinero gracias a sus múltiples inversores.

El Mundial de 1978, celebrado en Argentina, fue el primer ejemplo de lo que sería la gestión de Joe Havelange. La dictadura argentina, al igual que la Italia de Mussolini, ejerció grandes presiones sobre la FIFA para albergar la Copa del Mundo (Albiac, 2015). Aunque hay una serie de diferencias entre el Mundial de 1978 y el de 1934: fue un torneo mucho más comercial, el balón del torneo se llamó “Adidas Tango”, la empresa CocaCola lanzó envases exclusivos del torneo y la selección argentina lució tres rayas paralelas de Adidas en el pecho. El campeonato fue un auténtico éxito para la innovadora forma de gestión de Havelange y acabó con la anfitriona como campeona, por un contundente 3 a 1 ante Holanda.

Llegada la década de los ochenta, la FIFA continuó con su estrategia expansionista y comercial, todo bajo el mandato de Havelange. Esta expansión trajo consigo la inclusión de multitud de federaciones, la mayoría de bajo poder y con poco interés futbolístico. La decisión de incluir a estas federaciones era por comodidad, ya que era más sencillo comprar la voluntad de una federación pequeña antes que la de una federación grande (más sencillo comprar Luxemburgo que a Francia). Siguiendo al pie de la letra esta estrategia, Havelange permaneció en el cargo de manera exitosa tras los congresos de España 1982, México 1986 e Italia 1990. Los países del continente europeo iban perdiendo cada vez más poder bajo el mandato del brasileño, prueba de esto es el incremento de participantes en los mundiales: el Mundial de España 1982 tuvo 24 participantes y en el de Francia 1998 ya participaron 32 países.

Precisamente, el Mundial de Francia 1998 fue el momento de decir adiós para Joe Havelange, el cual sería sucedido por el suizo Joseph S. Blatter. La elección del nuevo presidente de la FIFA no fue casualidad ya que años antes, el ya difunto Horst Dassler (presidente de Adidas), lo había calificado como “uno de los nuestros”. Blatter no era un recién llegado a este negocio, puesto que formaba parte de la organización desde 1975 y, desde 1981, siendo secretario general.

El rival en las elecciones de Blatter era el sueco Lennart Johansson, el cuál era presidente de la UEFA. Johansson no era del gusto de Havelange y sus personas más próximas, ya que afirmó en uno de sus discursos que, en cuanto saliese elegido presidente, solicitaría una auditoría contable independiente a la FIFA, ¿quién era este señor para poner en tela de juicio las cuentas oficiales de la FIFA?.

Los aspirantes llevaron a cabo sus respectivas estrategias volando por todo el mundo, lo que suponía un gasto económico importante. Johansson recibió un total de 534.000 dólares de la UEFA. Por otro lado, Blatter presentaba más dificultades para conocer sus presupuestos. En un principio afirmó a un periodista que contaba con un presupuesto de 135.000 dólares, aunque posteriormente había elevado la cifra hasta los 300.000 dólares. Finalmente, acabó confesando que contaba con “algunos patrocinadores menores”, entre ellos sobresalía el emir

qatarí, Mohamed Bin Hammam (ya empezaban a fraguarse las relaciones entre Qatar y la FIFA). Conociendo este tipo de “patrocinadores”, no fueron sorprendidas las palabras de Farah Addo, vicepresidenta del fútbol africano, a pocos días de las elecciones: “me ofrecieron 100.000 dólares por votar a Blatter”.

Como ya pasó con Havelange, el 8 de junio de 1998, Joseph S. Blatter fue elegido como presidente de la FIFA, el resultado fue de 111 votos a favor, frente a 80 votos en contra. La reforma había caído frente al conservadurismo y los más cercanos al nuevo presidente esperaban conseguir unas cuantas recompensas. Con un Mundial que se celebrará en Qatar en 2022, parece bastante evidente cuál ha sido el precio de algunos de los colaboradores de Blatter.

Durante los años posteriores, nada ha cambiado en la FIFA, los escándalos no han cesado. Joseph Blatter ha sido acusado en multitud de ocasiones por malversación de fondos públicos; al mismo tiempo la cadena británica BBC, ha descubierto sobornos en la organización por la compra de los derechos de las retransmisiones deportivas. La más sonada de las irregularidades la cuenta France Football, narrando con todos los detalles como Qatar ha comprado el Mundial de 2022.

En la actualidad la FIFA muestra la peor cara posible: un grupo de burócratas que ven en este deporte una forma de hacer dinero, disfrutando más de los beneficios que de un buen partido. Es por esto que muchos mandatarios del fútbol, a nivel de clubes, han mostrado su disconformidad, proponiendo ideas alternativas como la Superliga. Los amantes de este deporte deberán, al menos por el momento, seguir luchando por el fútbol, exigiendo por ejemplo que Qatar siga el mismo patrón que siguieron en su día Italia o Argentina. Esto es difícil pero, como dijo el exentrenador del Athletic de Bilbao y el Leeds United, entre otros, Marcelo Bielsa: “Si algo hace atractivo a este deporte es que no siempre ganan los poderosos”.

2.3. EL NEGOCIO DEL FÚTBOL MODERNO.

En la actualidad, el fútbol se ha constituido como el deporte principal en una gran cantidad de países. Desde su aparición, en el siglo XIX, presentaba unos rasgos socioculturales muy distintos a los de otros deportes (Esteban, 2017). En sus inicios, suponía un aspecto de ocio para que los obreros de las industrias disputaran partidos entre ellos. La identidad futbolística estaba más vinculada a un factor de afinidad social (jugabas en el país del que eras ciudadano) que a cualquier otro. El fichaje de dos jugadores escoceses por parte del Darwen FC, en 1978, supuso la unión de varios clubs de la British Football para defender la profesionalización del fútbol.

En el mundo actual, el fútbol ha llegado a los rincones más inhóspitos del planeta. Los clubs se han convertido, cada vez más, en marcas comerciales que, en algunos casos, llegan a ser distintivos importantes para sus países (Real Madrid en España). Cada país presume de tener los equipos más importantes en sus ligas nacionales, de tener a los mejores jugadores, disfrutando de los privilegios mediáticos, sociales y económicos que estos aspectos suponen. A tenor de la estrategia digital de transformación del fútbol, los beneficios que perciben los clubes vienen derivados de los ingresos que obtienen los días en los que se disputa un partido, así como los derechos televisivos que perciben de mano de las ligas nacionales y los estamentos internacionales pertinentes, además hay que tener en cuenta el proceso de mercantilización que cada club realiza por su cuenta (patrocinadores, sponsors, etc...). Es tanto el potencial de este deporte a nivel de mercados internacionales, que los datos afirman lo que supone en la economía mundial, un 0.7% del PIB, lo que ubica el volumen de negocio que genera el fútbol en el número 24 de la economía del mundo.

Aunque mayoritariamente el fútbol se está usando como una herramienta para mejorar la imagen pública y la lucha internacional, es reseñable la importancia que tiene como vía para el correcto desarrollo de las relaciones exteriores entre distintos países. Una clara prueba de ello fue el partido amistoso que se disputó en 2014 entre la India y Pakistán, usando el fútbol como una forma de mejorar las relaciones entre los países. Otra prueba que nos demuestra este hecho es el partido amistoso, celebrado en 2015, entre el New York Cosmos y el combinado nacional de Cuba, con el claro deseo de volver a las relaciones diplomáticas de ambos países (deterioradas por la crisis de los misiles). Sin embargo, el fútbol también ha supuesto una teatralización de muchos conflictos de diverso calado, desembocando en lo que Kapuscinski denomina “guerra de fútbol”. En consonancia, Esteban asegura lo siguiente:

- *El fútbol ha sufrido un proceso de mercantilización que ha reprimido los valores culturales de los que se empapaba antaño. Los multimillonarios contratos a futbolistas, la disputa internacional por los derechos televisivos y las deudas amontonadas de varios clubs empiezan a configurar una burbuja futbolística en torno al deporte. El fenómeno mediático, unido a la entrada de importantes inversores extranjeros sin escrúpulos, está entonando un complejo debate sobre su proceso de desvalorización. (Esteban, 2017)*

Estados Unidos siempre ha tenido mucha influencia en el panorama deportivo internacional. Hablamos del país con más medallas olímpicas de la historia, brillando especialmente en deportes como el hockey sobre hielo, el béisbol, el fútbol americano y, en especial, el baloncesto (la NBA es la liga de referencia en esta disciplina). En lo que respecta al balompié es todo lo contrario, encontrándose a mucha distancia de los países europeos (la liga estadounidense está considerada como una liga para retirarse por parte de futbolistas europeos).

En los últimos años se ha ido eliminando un poco este prejuicio sobre la Major League Soccer (MLS por sus siglas en inglés), gracias a la llegada del exfutbolista británico David Beckham, el cual firmó en 2007 como jugador de Los Ángeles Galaxy y, diez años después, compró el Inter de Miami. Es evidente que el mago británico le vio futuro a esta competición porque, pese a su mala fama (en cuanto al nivel futbolístico) en ella jugaron leyendas como Pelé o Frank Beckenbauer, durante la década de los 70. Gracias a la llegada de Beckham a la liga, la MLS empezó a acoger a jugadores profesionales de mayor nivel, incluso llegando a “robarle” grandes talentos a ligas como la argentina, la mexicana o la brasileña. Todo esto ha provocado que el público, tanto dentro como fuera de EEUU, se interese cada vez más por la liga.

Al contrario que otros países, Estados Unidos ha seguido una filosofía clara: atraer a futbolistas veteranos de renombre que, por su edad, busquen disfrutar del fútbol pero a un nivel más bajo, teniendo contratos que les merezcan la pena en sus carreras. Hay que aclarar que esto sucede solo con el fútbol masculino ya que, pese a ser una de las mejores selecciones del mundo, la selección femenina de EEUU cobra bastante menos que sus homólogos masculinos. Por este motivo, la capitana de la selección y mejor jugadora del último Mundial, Megan Rapinoe, ha mostrado su frustración y preocupación ante esta situación.

Otro de los países que destaca por su crecimiento futbolístico es China. Este país solo ha participado en un Mundial, el de Corea y Japón 2002, cuando ambos países tenían plaza fija por ser anfitriones (China no tenía rivales que le compitiera demasiado en las eliminatorias). Los empresarios chinos han tenido un inmenso impacto en el desarrollo del fútbol del país, que se ha marcado como objetivo convertirse en la primera potencia mundial en el mundo del fútbol en el año 2050. Todo esto con el apoyo del presidente de la República Popular China, Xi Jinping, el cuál es un gran aficionado al deporte rey. Entre ambas competiciones, es decir, entre la Superliga china y la MLS estadounidense, existen una serie de diferencias: la primera busca traer talentos jóvenes a la liga, con el objetivo de conformar una competición de nivel, además hay que añadir el factor salarial tan jugoso para los deportistas. La liga estadounidense busca el mismo objetivo pero con medidas diferentes, ya que busca atraer a futbolistas de nivel que estén en el ocaso de sus carreras, suponiendo un componente mediático de gran influencia para la liga. En resumen, podemos afirmar que el proyecto chino es, a priori, más ambicioso que el estadounidense. Ejemplo de ello es la norma que obliga a los alumnos a jugar al fútbol en los colegios, vigente desde 2015. El trabajo de China dio sus frutos a nivel internacional cuando, en 2017, se confirmó que la selección china sub-20 jugaría en la cuarta división de Alemania.

Pero, como sucede cuando hay magnates de por medio, la situación se acabó descontrolando con algunos fichajes, lo que hizo que el Gobierno chino se viera obligado a imponer una serie de decretos restrictivos, siendo el punto de partida el fichaje de Carlos “el Apache” Tévez por

el Shanghai Shenshua de la primera división china (Superliga china), percibiendo un total de 40 millones de euros netos por temporada, haciendo que el fútbol chino se resquebrajara notablemente (Esteban, 2017). Desde ese momento la República Popular China ha aplicado una serie de limitaciones al gasto económico en fichajes de los equipos, obligando a potenciar el talento nacional.

Otro caso a tener en cuenta es el de Rusia, que reúne características similares a las de China. El primer gran magnate en hacer acto de presencia fue el, hasta hace unos días, propietario del Chelsea, Roman Abramóvich (dueño del club “blue” desde 2003 hasta 2022), quién compró el conjunto londinense por los problemas económicos que sufría la entidad. Desde ese momento, el club logró dejar atrás sus problemas económicos y, con la ayuda del capital ruso, consiguió contratar a referentes futbolísticos como Jose Mourinho (que venía de ser campeón de la Champions con el FC Porto, como entrenador) y a Didier Drogba (delantero joven y prometedor del Olympique de Marsella).

El nuevo propietario del Chelsea tuvo que enfrentarse a la jurisdicción de la FIFA entre los años 2004 y 2005, ya que estaba siendo investigado porque su empresa petrolera, Sibneft, patrocinaba al CSKA de Moscú y la FIFA prohíbe tajantemente que una misma persona sea propietaria de dos clubs, aunque no sea de manera directa.



Fuente: Transfermarkt. Disponible en:

<https://www.transfermarkt.es/el-bayern-ficha-a-sane-del-cityinversion-en-fichajes-supera-los-1-000-m-euro-desde-2000/view/news/364512>

Sin embargo, la influencia rusa en el mundo del fútbol se centra más en la famosa empresa de gas, Gazprom. En el año 2008, tras años de inyecciones económicas por parte de esta empresa, el Zenit de San Petersburgo logró proclamarse campeón de la Copa de la UEFA (en el año 2009 cambió su nombre a Europa League, siendo su primer campeón el Shakhtar Donetsk ucraniano, hoy en día nos esto nos puede parecer curioso). En el año 1998, la empresa de gas rusa se había convertido en el principal patrocinador del Schalke 04 alemán, además de conseguir asociarse con el Chelsea de Abramóvich, aumentando así su nivel publicitario y permitiendo que se coloque como uno de los grandes patrocinadores de la UEFA Champions League (todo esto hasta que estalló el conflicto en Ucrania, en la actualidad, tanto la empresa como el magnate ruso, han sido repudiados y despojados de sus condiciones de patrocinador y dueño).

Ya se ha hablado de magnates estadounidenses, chinos y rusos, pero no podían faltar en este concurso de millones que se ha convertido el fútbol, los jeques de los países árabes del Golfo

Pérsico. En el caso de estos países, la estrategia ha sido diferente, ya que países como Qatar y Emiratos Árabes, han tenido más dificultades para atraer futbolistas. Han tomado el camino de la compra y patrocinio (Qatar airways, aerolínea que ha patrocinado a muchos equipos importantes) de grandes clubs europeos (PSG, Manchester City o Newcastle, entre otros).

En lo que a la compra de clubs se refiere, hay que hablar de una empresa en particular por su influencia en la expansión del fútbol del Golfo Pérsico, la empresa Abu Dhabi United Group. En el año 2008 se hizo con el mandato del Manchester City, reorganizando las estructuras por completo, obteniendo un equipo ganador que, desde esa fecha se ha hecho con hasta 5 Premier Leagues. Ampliaron la franquicia comprando el New York City de la MLS, que este año se ha proclamado campeón de la Copa de EEUU, el australiano Melbourne City FC o el nipón Yokohama F. Marinos, todos ellos bajo el patrocinio de la aerolínea Etihad Airways, de Emiratos Árabes.

Aunque el verdadero exponente de las inversiones de estos países se encuentra en el tema publicitario. Uno de los primeros casos fue cuando el FC Barcelona firmó el mayor contrato de patrocinio con Qatar Sports Investment, luciendo en sus camisetas el logo Qatar Foundation (posteriormente sustituido por Qatar Airways). Es posible que el hecho de que el expresidente del Barcelona, Sandro Rosell, hubiera colaborado -ilegalmente- con la autopromoción de Qatar para acoger el Mundial de 2022, supusiera un incentivo para la firma de dicho patrocinio.

La hoja de ruta de los emiratíes ha sido muy clara: fomentar los lazos comerciales con equipos relevantes del panorama europeo. En 2011 llegaron a un acuerdo con uno de los equipos más influyentes del mundo, el Real Madrid, cuyo patrocinio incluía el logo Fly Emirates en las camisetas (Esteban, 2017). Este acuerdo sigue vigente hoy en día, renovándose cada pocos años.

En resumen, se puede observar como las grandes inversiones económicas calan en el fútbol de una forma significativa, hasta tal punto que llega a renombrar los estadios, un ejemplo es el Emirates Stadium del Arsenal. En este sentido, dando un golpe de actualidad, tenemos el caso de las obras del Santiago Bernabéu, el cuál ha estado cerca de cambiar de nombre, ya que la empresa encargada de las obras es la emiratí IPIC, dueña de Cepsa y partidaria de que el estadio pasará a llamarse Cepsa Bernabéu o IPIC Bernabéu (el estadio mantendrá su nombre original). Un equipo que si ha visto alterado el nombre de su estadio es el Atlético de Madrid, cuyo estadio pasó de llamarse Vicente Calderón a denominarse Wanda Metropolitano.

La incipiente mercantilización del fútbol, se lleva manifestando desde hace mucho tiempo. Ya en el año 2002, en el Mundial de Corea y Japón, se insinuó que la FIFA arregló partidos para beneficiar el avance de rondas de Corea, afectando a selecciones como la española. El Mundial del año 2006 de Alemania también se encuentra bajo sospecha, por una posible compra de votos por parte de los bávaros para acoger el torneo. De la misma manera, se confirmó de manera tajante que Sudáfrica pagó diez millones de euros para albergar el Mundial de 2010.

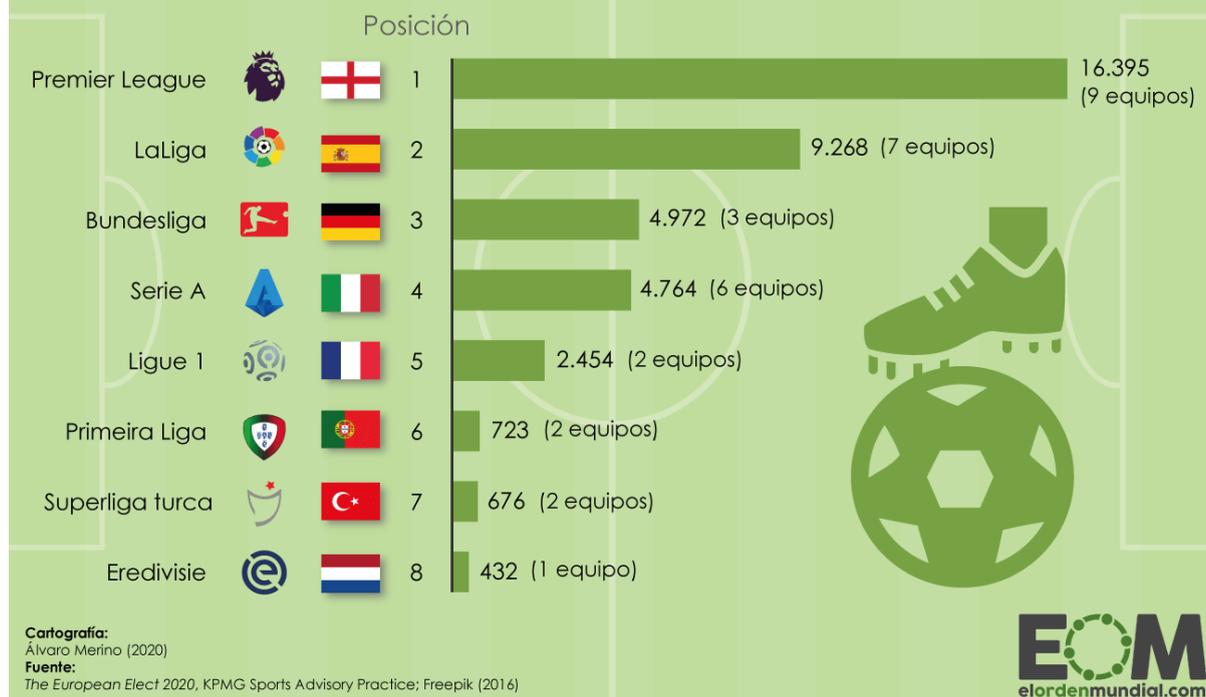
El Mundial de Brasil 2014 llamó la atención desde un principio, pero fue principalmente por la gestión irregular de los fondos públicos de cara a la construcción de las infraestructuras necesarias para celebrar el torneo (Esteban, 2017). En el caso de los Mundiales otorgados a Rusia en 2018 y a Qatar en 2022, antes de celebrarse este último, ya están bajo sospecha debido, de nuevo, a la compra de votos a miembros de la FIFA para acoger el campeonato. Al margen de las conspiraciones que envuelven a la FIFA, la mercantilización del fútbol es una realidad absoluta hoy en día.

Durante los últimos años, las diferencias económicas y presupuestarias de las cinco grandes ligas europeas (Inglaterra, España, Italia, Alemania y Francia), se han ido acrecentando cada vez más. La gran cantidad de millones que mueven los derechos televisivos, colman todo el panorama del balompié. La publicidad aporta aspectos positivos, como la gran inyección económica que supone en los presupuestos de los equipos, pero a la vez aleja al fútbol de esa cultura de antaño que buscaba la unificación y construcción de lazos culturales para todos los miembros de la sociedad.

La élite de las ligas de fútbol

Cuánto valen las ligas europeas (32 equipos más valiosos, 2020)

Millones de €



Fuente: El Orden Mundial. Disponible en:

<https://elordenmundial.com/mapas/ligas-futbol-europeasmas-valiosas/>

En la actualidad, el fútbol se está constituyendo como un instrumento de poder que multinacionales y gobiernos manejan a base de inversiones, con el claro objetivo de maquillar su imagen internacional (Esteban, 2017). A lo largo de los último años, se han sucedido multitud de casos de futbolistas que han cometido delitos de evasión fiscal de impuestos (casos como el de Messi o Cristiano Ronaldo son los más sonados), exponiendo la importancia y trascendencia del fútbol a nivel económico, llegando a ser apoyados por empresarios importantes (entre los grandes se cubren las espaldas). El mundo actual ha alcanzado un nivel en cual los entresijos económicos se ocultan utilizando este deporte y, los verdaderos aficionados, sólo pueden disfrutar del fútbol que la economía personal les permite.

2.4. LA DIPLOMACIA DEPORTIVA EN EL GOLFO PÉRSICO

Desde Emiratos Árabes Unidos (EAU) hasta Baréin, pasando por Qatar, todos estos países caracterizan su imagen exterior con rascacielos, petrodólares o jeques. Los apasionados del fútbol en este caso, asociarían países como Qatar o Emiratos Árabes con patrocinadores y mandatarios de clubs de fútbol.

La mayoría tendría dificultades para ubicar todos estos países en el mapa, probablemente errando en el intento. Puede que no sean capaces de afirmar cuál es la capital de Baréin (Manama) o cuantos emiratos forman EAU (siete). Sin embargo, aunque muchos no sepan donde se celebra el próximo Mundial de fútbol, todos han sido incluidos dentro del juego publicitario e informativo (Moral, 2018).

La gran competencia a nivel internacional, que existe en el mundo del deporte, provoca que países con capacidades económicas y militares, desarrollen estrategias de un carácter menos convencional, para así poder destacar, aumentando su popularidad e influencia. El fútbol, como muchas otras realidades, es utilizado por los países como un elemento de diplomacia cultural, extendiendo su soft power o poder blando a todos los rincones del mundo. Entendemos el soft power o poder blando como la capacidad de persuadir o incidir en el comportamiento de los demás países, pero sin el uso de la violencia o la coacción (una definición muy próxima a la de algunos de los estudiosos de la propaganda).

La inmensa popularidad del deporte ha hecho, de manera inexorable, que durante los últimos años sea utilizado como instrumento diplomático y promocional, siendo los países del Golfo Pérsico unos adelantados en este aspecto (Moral, 2018). Países ricos hasta un punto inimaginable, exportadores de hidrocarburos finitos, hablamos de Qatar (el país con mayor renta per cápita en paridad de poder adquisitivo del mundo), EAU (octavo país del mundo con mayor renta per cápita en paridad de poder adquisitivo) y Barein (decimoquinto país del mundo en renta per cápita en paridad de poder adquisitivo del mundo, muy a tener en cuenta su lugar, ya que es el tercer país más pequeño de Asia). Estos países son conocedores de que su modelo de negocio es caduco, es por ello que han desarrollado durante los últimos años, la estrategia de utilizar el deporte como reclamo, para mostrar sus países como gangas para las inversiones extranjeras, el comercio internacional e incluso, el turismo.

En el fútbol, como en la guerra, existe una máxima que se escucha en multitud de ocasiones, la acuñada por Sun Tzu (General y estratega militar chino) en su manual “el arte de la guerra”: “la mejor defensa es un buen ataque”. Los gobiernos y las empresas de estos países buscan fomentar la revalorización de sus propias marcas, incentivar su proyección internacional y, sobre todo, mejorar su posicionamiento como nichos de inversión atractivos, buscando una forma de supervivencia económica a largo plazo. El deporte ha fortalecido estas estrategias en gran medida, ya que ha sido utilizado para influir de manera positiva en la imagen externa que se tiene de estos países.

En el Golfo Pérsico llevan décadas buscando acoger los principales acontecimientos deportivos (Moral, 2018), ya que lo ven como una forma de exponer a nivel internacional todas sus virtudes (cultura, patrimonio, economía, etc...). Ya han ocurrido precedentes en estos países, por ejemplo la celebración de la Copa Rey Fahd en territorio de Arabia Saudí en

los años 1992, 1995 y 1997, enfrentando a los campeones de las confederaciones internacionales más importantes, en la actualidad este torneo es conocido como Copa Confederaciones y es dirigido por la FIFA. La futura sede mundialista también ha hecho sus pinitos en esto, acogiendo el Mundial sub-20 en 1995 y la Copa de Asia en el 2011. EAU también fue anfitrión de un Mundial sub-20, el de 2004 y acogió la prestigiosa Copa Mundial de Clubes (conocido en el mundo del fútbol como “Mundialito de clubes”) en los años 2009, 2010, 2017 y 2018, en el 2019 fue Qatar quien lo acogió.

No solo destaca el fútbol en la estrategia de estos países. Tanto el mundo de la Fórmula 1 (coches) como el de Moto GP (motos), han sido utilizados por Baréin y Qatar desde 2004, respectivamente; Abu Dabi pasó a formar parte de la Fórmula 1 en el año 2009, con el famoso circuito de Yas Marina. A excepción del Gran Premio de Singapur de Fórmula 1, los premios que organizan estos países son los únicos que se desarrollan con luz artificial y a ellos asisten celebridades de todas las partes del mundo. Su importancia es tal que, por ejemplo, el Gran Premio de Abu Dabi es el más importante de toda la temporada de Fórmula 1 (es la última carrera y los puntos valen el doble que en el resto de carreras), llegando a ser una de las carreras más caras de organizar: sólo las exigencias de acogida de la Fórmula 1 ascienden a 50 millones de euros.

Si hablamos del país que más esfuerzos ha realizado para acoger eventos deportivos, tenemos que hablar de Qatar. Durante los Juegos Olímpicos de 2016 y 2020, la ciudad de Doha fue candidata para albergar ambos acontecimientos. Aunque no tuvieron mucha suerte con esos Juegos, a lo largo de los últimos años, Qatar ha tenido varias victorias en este sentido: acogió el Mundial de balonmano de 2015 y el campeonato mundial de ciclismo de 2016. En el 2018, el país qatarí acogió el Mundial de gimnasia artística, el de atletismo en 2019 y el de natación está previsto que se celebre en el año 2023. Al mismo tiempo, el país de los rascacielos (Qatar), Abu Dhabi y Dubai (dos emiratos de EAU), acogen cada año varios campeonatos europeos de golf. Dubai y Abu Dabi destacan, respectivamente, por ser sede anual de un torneo de tenis y hospedar, desde 2015, una vuelta ciclista.

Con el objetivo de ser el centro del foco mediático y generar oportunidades de negocio atractivas, muchos clubs de estos pequeños Estados, han invertido grandes cantidades de dinero en fichajes, destacando que todos se encontraban al final de su carrera. El último caso que tenemos es el de Xavi Hernández. El excapitán del Barcelona y ahora entrenador del mismo, llegó a Qatar en 2015, cobrando 10 millones de euros netos por temporada. Más tarde pasó a ser el primer entrenador del equipo, el Al Sadd (Ortega, A. 2021, 11 abril). Si hablamos de la liga qatarí tenemos que hablar de leyendas, ya que por ella han pasado jugadores como Gabriel Batistuta (máximo goleador histórico de la Fiorentina), Romario (ex jugador del FC Barcelona), Raúl González (leyenda del Real Madrid), Pep Guardiola (leyenda del FC Barcelona), Fernando Hierro (histórico del Real Madrid) o los hermanos de Boer (Frank y Ronald). Sin embargo, la liga de Emiratos Árabes no se queda atrás, ya que por

ella pasaron jugadores como Fabio Cannavaro (campeón del mundo en 2006 con Italia), David Trezeguet (leyenda de la Juventus de Turín) o, el caso más popular, el difunto Diego Armando Maradona.

Aunque la estrategia de traer leyendas a sus ligas no es mala, si es insuficiente, ya que no les da para exponer su marca de manera llamativa hacia el mundo. Emiratos y Qatar han desarrollado, durante los últimos años, una estrategia basada en el patrocinio de clubs de fútbol y en la acogida de grandes eventos deportivos. En 2008, el grupo inversor Abu Dhabi United Group, cuyo presidente es miembro de la familia real de Emiratos, adquirió en propiedad el Manchester City, que en 2011 sería patrocinado por Etihad, aerolínea que pertenece al Gobierno de Abu Dhabi, pasando a llamarse el estadio “citizen” como el Etihad Stadium. Al mismo tiempo, el Gobierno de Dubai (emirato colindante al de Abu Dhabi), se ha centrado, mediante su compañía Emirates, en patrocinar a varios clubs (ejemplo el estadio del Arsenal: Emirates Stadium), poner su publicidad en deportes como el rugby, los torneos de tenis como Roland Garros o el US Open, además de en varios torneos de golf, carreras de caballos, etc...

El antiguo patrocinador del Barcelona y actual sede del próximo Mundial, Qatar, mediante su aerolínea, Qatar Airways (actual patrocinador de la FIFA), se dió a conocer en el mundo del balompié con la adquisición del Paris Saint Germain, a través del grupo Qatar Sport Investment, el cual protagonizó en 2017 un episodio para el recuerdo: ficharon a Neymar Jr desde el Barcelona pagando su cláusula de 222 millones de euros, pero además ficharon a la perla del Mónaco, Kilyan Mbappe, cedido con una opción de compra obligatoria efectiva el curso siguiente, por un montante de 180 millones de euros (buscando que no se le echaran encima las autoridades deportivas por invertir 400 millones en dos jugadores durante la misma temporada).

Aunque su influencia es evidente, gracias a los patrocinios y los eventos que albergan, la postura internacional se sigue granjeando gracias a los méritos deportivos propios (Moral, 2018). Sin embargo, la poca población de estos países, sumada a su poca tradición deportiva, hace muy difícil que puedan participar en grandes torneos (quizás por eso Qatar tenía tanto interés en acoger un Mundial). En los Juegos Olímpicos de Sidney 2000, Qatar nacionalizó al equipo búlgaro de halterofilia para poder competir en ese torneo y, desde ese momento, varios deportistas cambiaron de nacionalidad por dinero, haciendo que las normas de los Juegos cambiaran, indicando y exigiendo que para competir bajo un cambio de nacionalidad, la persona debería tener un bagaje de 3 años viviendo en su “nuevo país”.

El fichaje de deportistas top no es el único camino que sigue la estrategia deportiva qatarí, ya que también se basa en el reclutamiento de jóvenes talentos de otros países, a los que forman hasta que llegan a competir. La academia polideportiva Aspire, fundada en 2004, es un pilar

fundamental para este objetivo y, sobre todo, para el desarrollo del fútbol qatari, con la intención de hacer un buen papel en el Mundial. Esta institución cuenta con antiguos miembros del Real Madrid y ex entrenadores de “La Masía” (cantera del Barcelona). Hablamos de un total de 500.000 adolescentes, aproximadamente, que son probados en 18 países (en su mayoría subsaharianos), de los cuáles una veintena son seleccionados para la academia principal, situada en Doha, o para la academia satélite, ubicada en Senegal.

Una vez que ya forman parte de la academia, estos jugadores tienen la opción de entrenar varias semanas en equipos europeos de primer nivel, como pueden ser el Schalke 04 (histórico de la liga alemana) o la Real Sociedad (histórico de la liga española). Al mismo tiempo, para darle una salida a todas estas promesas, Aspire se hizo con la propiedad de la Cultural y Deportiva Leonesa (España), el KAS Eupen (de la primera división belga) y, como última adquisición, encontramos al Leeds United de la Premier League (primera división inglesa). El trabajo desarrollado por esta academia ya ha empezado a dar sus frutos: la selección de fútbol sub-19 se hizo con la Copa Asia y, posteriormente, se clasificó para el Mundial sub-20. Aunque no se podrá juzgar bien el trabajo de tal institución hasta el momento de la verdad, el Mundial de Qatar 2022.

Tras dedicar varios años a ello, podemos decir que los países del Golfo Pérsico se están empezando a convertir en auténticos expertos en lo que a la diplomacia deportiva se refiere y, han visto, como otros aspirantes les han comenzado a imitar (Singapur y Azerbaiyán, por ejemplo). Aunque no todo es tan positivo para estos países, ya que aún les queda mucho por trabajar para evitar algunas de las vergüenzas en las que se han visto envueltos en los últimos años: desigualdades a todos los niveles en la organización de eventos y violaciones de derechos humanos en repetidas ocasiones.

Existen muchos casos en los que la popularidad ha caído mucho en el deporte. En el Gran Premio de Fórmula 1 de Bahrein, en 2011, fue cancelado debido a la situación provocada por la primavera árabe, lo que hizo enfadar a la opinión pública occidental y, por supuesto, a la propia Fórmula 1. El fútbol moderno, dominado por los emblemas económicos, es decir, el Manchester City, el PSG y, desde hace menos de un año, el Newcastle, han provocado que muchos no estén a favor con el camino que ha tomado el mundo del balompié. Aún hoy, ninguno de ellos ha conseguido hacerse con la ansiada Champions League, aunque los dos primeros ya han logrado llegar a una final de esta competición.

Al margen de toda la desconfianza que ha sembrado en todo el mundo la adjudicación del Mundial, las grandes inversiones de Qatar no han sido suficientes para cubrir y tapar todos los abusos a los trabajadores que, en su mayoría, provienen de países subsaharianos, que casualmente son los países de origen de esos deportistas que Qatar quiere nacionalizar.

Queda pendiente ver si los efectos secundarios de la estrategia deportiva que siguen los países del Golfo puede repercutir positivamente en ellos. Que se encuentren bajo el foco mediático puede dar luz verde a que se implementen medidas sociales que mejoren las condiciones por aquellos lares, como por ejemplo la decisión de permitir que las mujeres asistan a los partidos de fútbol en Arabia Saudí. El espectador es clave para que todo esto suceda, ya que si no limita su mirada al terreno de juego, es capaz de obligar a que estas medidas no sean papel mojado y veamos una verdadera mejora.

3. METODOLOGÍA.

Para poder corroborar y cumplir todos los objetivos e hipótesis se han llevado a cabo dos metodologías muy claras. La primera de estas ha sido la más amplia, ya que se ha buscado desgranar cada abismo y cada palmo de duda acerca del Mundial. Para ello se ha realizado una investigación profunda, buscando múltiples noticias de años diferentes, para darle una cierta perspectiva histórica al trabajo, teniendo en cuenta que, aunque la Copa del Mundo se celebre este año, su adjudicación se conoce desde 2010.

Para entender bien todo lo que rodea a este evento, incluyendo las polémicas, se ha investigado varias noticias acerca de todo los actos corruptos en la adjudicación, por parte de la organización que dirige el evento, es decir, la FIFA. También se ha incluido declaraciones de una de las organizaciones más críticas con este torneo, Amnistía Internacional. Qatar es un país de política dictatorial, para demostrar esa actitud se han incluido noticias que muestran cómo se represaliaba e identificaba a los críticos que no apoyaran esta celebración.

Cuesta entender desde fuera que sucede en Qatar para tener tanto interés en adueñarse del fútbol como imagen propia. La respuesta se aporta a través de varias noticias, que claramente nos muestran cómo este país busca utilizar el deporte más seguido del planeta para enmascarar las condiciones de vida que en este territorio se sufren, mayoritariamente por parte de los inmigrantes. Y hablando de inmigrantes, se aportan diferentes noticias sobre el número de trabajadores muertos en el proceso de construcción de los estadios, aportando también noticias y artículos que hablan sobre las condiciones de trabajo en Qatar, otorgándole contexto a las cifras de fallecidos.

Para contextualizar un poco cómo se vive y se actúa en este tipo de territorios, se han buscado diferentes artículos que muestren de qué manera se lleva a cabo el proceso diplomático en el Golfo Pérsico, además de aportar noticias que muestran los abusos constante a los Derechos Humanos y como, los mismos organizadores qataríes muestran su homofobia desde un prisma de tolerancia, nada más lejos de la realidad. Para poner un poco en contexto las

informaciones que se aportan, también se han incluido una serie de imágenes para aportar cifras sobre lo noticiable del trabajo.

El segundo método que se ha llevado a cabo para el desarrollo del trabajo ha sido la realización de una encuesta, ya que, al menos en sus inicios, el fútbol únicamente servía a los aficionados y su opinión es clave. Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

1. ¿Conoces los sucesos que han rodeado a la adjudicación del Mundial de Qatar?
 - Si, los conozco todos.
 - Conozco varios.
 - No conozco ninguno.
2. ¿Considera que Qatar ha utilizado el fútbol como una herramienta de su política exterior?
 - Por supuesto.
 - Para nada.
 - No estoy seguro.
3. ¿Afirma usted que todas las instituciones vinculadas al fútbol están corrompidas?
 - Todas.
 - Ninguna.
 - Solo algunas.
4. ¿Cree que el fútbol en la actualidad es un negocio o una forma de disfrute?
 - Solo un negocio.
 - Solo una forma de disfrute.
 - Ambas.
5. ¿Considera que en los territorios del Golfo Pérsico se respetan los derechos humanos y las libertades?
 - En ninguno.
 - En todos.
 - En algunos si y en otros no.
6. ¿Cuándo cree que ha existido corrupción en los estamentos deportivos? (FIFA)
 - Desde los inicios del fútbol.
 - Desde nunca.
 - Desde el inicio del siglo XXI.
7. ¿Le parece justo que la Copa del Mundo de 2022 se vaya a celebrar en Qatar?
 - Me parece justo.
 - Me parece injusto.
8. Algunas personas afirman que Qatar ha utilizado la imagen de varios futbolistas para maquillar la situación que se vive en el país, ¿está de acuerdo?
 - Estoy de acuerdo.

- No lo comparto.
9. ¿Cree que las federaciones y los gobiernos se preocupan por los derechos humanos o solo les interesan los beneficios?
- Solo les interesan los beneficios.
 - Se preocupan por los derechos humanos.
 - Algunos se preocupan por los beneficios y otros por los derechos humanos.
10. ¿Conoce alguna violación de los derechos humanos que se haya producido en Qatar, o en algún emirato del Golfo Pérsico? Si es así, indíquela.

4. DESARROLLO.

4.1. EL DEPORTE COMO POLÍTICA EXTERIOR DE QATAR.

Muchos de los países como Qatar, han visto en el deporte (especialmente en el fútbol) una gran oportunidad para adquirir poder, ya que genera unas cantidades considerables de dinero, permite el control de decisiones comerciales y puede servir para manipular la opinión pública respecto a la gestión del gobierno qatarí o las empresas del país. Al contrario que otros países, el posicionamiento en el panorama internacional de este país está vinculado al patrocinio y dominio de clubes multimillonarios a nivel mundial (específicamente en Europa), caracterizados por mover una gran cantidad de masa social.

Para cumplir con su objetivo, Qatar ha estado utilizando el fútbol como una herramienta que le permite posicionarse en el escenario internacional. Esta estrategia ha alcanzado su culmen con la consecución de la adjudicación como sede del Mundial de 2022, todo ello gracias a su influencia, económicamente hablando, en algunas confederaciones de fútbol y el auge que está padeciendo las firmas televisivas en la disputa por los derechos de retransmisión.

El Mundial de fútbol es el acontecimiento deportivo por antonomasia, el más importante del planeta, siendo organizado por la Fédération Internationale de Football Association (FIFA). Este hecho es conocido a nivel mundial, ya que ampara las relaciones internacionales entre países y es televisado a más de mil millones de espectadores. Parece increíble, pero la influencia de la FIFA llega a superar hasta a la de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), ya que está conformada por 211 naciones.

Justo por esto se plantea identificar la determinación que tiene la política exterior de Qatar en su continuado esfuerzo de ser considerado una potencia, sirviéndose del fútbol. Todos estos

esfuerzos se congregan y resumen en tres pilares básicos: la identidad del país, la capacidad de desarrollo o de cambio y el aspecto diplomático.

El deporte, en general, comprende una gran cantidad de campos de acción y de influencia política, ya sea en el interior del país o como un mecanismo de política exterior que proyecte una imagen del territorio, promocionando su cultura, implantando su poder deportivo con ciertas implicaciones políticas, sociales y, sobre todo, económicas.

Ron (2018) propone la teoría de que el deporte tiene vínculos con la política desde tres puntos diferentes:

- El sentido de la identidad del país. Los éxitos deportivos suponen una elevación del prestigio a nivel internacional, la afición encuentra aquí la opción de conseguir sentirse identificado con su combinado nacional, sintiéndose orgulloso de ello.
- La capacidad de desarrollo o cambio. El hecho de optar o ambicionar la acogida de un evento como el Mundial, supone una imagen que permite demostrar durante todo el proceso el dominio económico y la capacidad de gestión del país.
- El ejercicio diplomático. Una forma de adquirir ese tan ansiado reconocimiento por parte del mundo es el hecho de celebrar un evento de tal magnitud y que sus ciudadanos se sientan representados por sus deportistas.

Para la publicidad, estos grandes eventos deportivos son un auténtico regalo, ya que con ellos pueden darle promoción a cualquier sistema político, sin que la ideología suponga un problema; tienen como principal objetivo difundir el poder (económico, político y social) del país en todo el mundo, además de extender el orgullo de nación vinculándolo con su identidad.

Los intereses políticos de las naciones han hecho que estas estén muy pendientes de la planificación, seguimiento y celebración de grandes eventos deportivos, como pueden ser la Copa del Mundo o los Juegos Olímpicos. Ya sucedió antes: en la Copa del Mundo de Italia 1934 o en los Juegos Olímpicos de Alemania 1936, dos intentos de promocionar un régimen, en este caso el fascista de Mussolini y el nazi de Hitler respectivamente, usando el deporte como una forma de mostrar poder.

Aunque los intentos de Italia y Alemania fueron dignos de encomio, la estrategia no les salió del todo bien, ya que muchos deportistas de otros países, utilizaron el foco mediático en el que se habían convertido estos eventos, para mostrar su total disconformidad con ambos regímenes. Varios años después, durante la Guerra Fría, se puso en evidencia la tensión que existía entre las grandes potencias del momento (EEUU y URSS), llevándolas incluso a boicotear los eventos que organizaba el contrario.

La FIFA, como anteriormente se menciona, es un ente internacional compuesto por 211 países miembros, siendo mayor que cualquier otra institución similar en el mundo del deporte. Es por ello que Ron (2018) afirma que:

“Los países miembros encuentran allí el escenario idóneo para proyectar mayor visualización e importancia en la atmósfera internacional. Qatar es uno de ellos, el cual ha ocupado un sitio considerable al ser sede de la Copa Mundial de Fútbol en 2022 y, por consiguiente, embolsarse altas sumas de dinero por la expansión de sus empresas en el patrocinio y propiedad de determinados equipos internacionales”.

Qatar ha encontrado en el fútbol, y en su presencia en la FIFA, una estrategia de comunicación y promoción que le haga verse como un país emergente, considerándolo como un escenario que le permita aumentar sus ingresos económicos (Ron, 2018). Así es como confecciona una imagen grandiosa que ejerce influencia sobre el orgullo que sienten sus ciudadanos.

Las grandes cantidades de petróleo con las que cuenta, y los beneficios que estas le repercuten, hacen que Qatar sea capaz de adentrarse en el mundo empresarial de la mano del fútbol. Dentro de este mundo, los beneficios económicos se consiguen gracias a los éxitos deportivos, los derechos de televisión, tanto nacionales como internacionales, y la mercantilización de todos los equipos, junto con las grandes cantidades de dinero que mueven los fichajes (ej; Neymar, Mbappe, etc...)

La inversión económica que este país realiza, es un parte fundamental en el proceso de proyección de imagen. La ya mencionada empresa Qatar Airways, es patrocinadora de varios de los equipos más históricos del balompié: Barcelona, Bayern de Múnich, Boca Juniors.

Patrocinios de altura Aerolíneas del Golfo en equipos de fútbol europeo



Fuente: El Orden Mundial. Disponible en:

<https://elordenmundial.com/moneyball-el-negocio-del-futbolmoderno/>

La adjudicación del Mundial a Qatar ha sido uno de los procesos más oscuros y sospechosos que se recuerda, vinculado a supuestos sobornos y compra de votos. Todo inició con la elección de Joseph Blatter como presidente de la FIFA, ya que este alegó que durante su campaña contaba con un presupuesto de 135.000 dólares, pero posteriormente se descubrió que se trataba de 300.000, obligando al suizo a confesar que había recibido patrocinios de pequeñas empresas, donde casualmente aparecía el nombre del emir de Qatar, Mohamed Bin Hamman.

En esta línea se observa el dominio de uno de los equipos más caros del mundo, el PSG, que se encuentra bajo el control del qatarí Nasser al Khelaifi, a cargo también de la empresa Qatar Sports Investment (Ventura, 2017). Nasser al Khelaifi se ha convertido en uno de los representantes más influyentes de Qatar, siendo el promotor del, hasta ahora, fichaje más caro de la historia (Neymar desde el Barcelona por 222 millones de euros) y de mantener a la joven promesa francesa Kilyan Mbappe, dando uno de los bombazos deportivos de los últimos meses. Además de todo esto, también forma parte del comité organizador del Mundial de 2022, buscando proyectar una imagen de éxito comercial y en los negocios.

La cadena televisiva Al Jazeera, también supone un gran apoyo en lo que a la cobertura mediática y comunicacional se refiere. Esta es la cadena de mayor relevancia de la zona, pero el hecho de entrar en mercados como el europeo o el latinoamericano, no han sido tarea fácil; por ello ha visto una gran estrategia, la de aliarse con cadenas menores de otros países para desarrollar la conocida marca, Bein Sports y elevar su capacidad de difusión hacia cotas mucho más altas.

4.2 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA QATAR A PARTIR DEL DEPORTE.

En este apartado hay dos hechos de mucha relevancia: el periódico catalán El Punt Avui, publicaba el día 25 de noviembre de 2011, una fotografía de cadáveres en Oriente Medio, todo ello a causa de la situación represiva que se vivía en Yemen. Lo curioso es que uno de esos asesinados llevaba una camiseta del FC Barcelona (El Punt Avui, 2011). En algunos momentos de la temporada 2011/12, el estadio del Barcelona, el Camp Nou, lució tres marcas como publicidad, estas eran: Qatar Foundation (QF), Turkish Airlines y Etisalat, todas ellas de Oriente Medio. Llegados a este punto podemos observar la estrategia de posicionamiento llevada a cabo por Qatar y sus vecinos, dando lugar a dos niveles: anexionar el país con el deporte (sports place branding) y la contribución de los medios de comunicación.

El desarrollo del nation branding y el country branding guarda relación con el hecho de manifestar, de manera concreta, lo que es y simboliza un país. Es de esta forma como logramos situar la estrategia de proyección de imagen, a nivel internacional, que el gobierno de Qatar ha estado llevando a cabo desde 1995. Estos conceptos (nation branding y country branding) se diferencian en los tipos de intereses que tienen: el primero se centra en los intereses globales del país, el segundo se centra en intereses de tipo sectorial, es por ello que su gestión es más limitada.

Debido al uso del place branding (desarrollar la marca de un país para luego proyectar la imagen del mismo) en la gestión pública del territorio y en la mejora de su imagen, se produce una aproximación del branding hacia la diplomacia pública. Anholt (2006, citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012) afirma que hay una innovación en los intereses, ya que los gobernantes se centran en mejorar la imagen de los países a los que representan. Para este autor hay que dejar de entender la diplomacia pública como el ejercicio de representación y presentación de los gobiernos a otros públicos, sino que hemos de entenderla como un asunto de interés público, en el que el interlocutor válido es todo el conjunto de la sociedad, sustituyendo a diplomáticos.

Anholt (2006) desarrolla un gran esfuerzo para apoyar la idea de que la gestión de la marca de un país no es solo cuestión de marketing y/o promoción, vinculando esto con su ejercicio para reconocer la nueva vocación que ha adquirido la diplomacia pública. En esta línea, el

autor asegura que a estas alturas de la vida, la gente está inmunizada contra la publicidad. Es por ello que, al igual que el nation branding, la diplomacia pública ha de centrarse en más cosas que simplemente comunicar y/o promover las políticas del gobierno en cuestión, por ejemplo, trabajar para mejorar su reputación internacional, condicionada por la imagen que el país proyecte al mundo exterior.

Xifra (2010, citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012) afirma la idea de que: “La comunicación como herramienta para la construcción nacional debe entenderse como el instrumento que construye y mantiene relaciones, y no sólo como el canal o medio para los esfuerzos de comunicación del gobierno”. Visto todos estos aspectos ya mencionados, es evidente que existe la necesidad de que se vincule la diplomacia pública con los encargados de gestionar la marca del territorio, todo ello bajo un marca nacional a largo plazo.

Van Ham (2008) habla del politólogo Joseph Nye y su teoría del soft power (poder blando): “la atracción y la persuasión generada por los países se obtiene a partir del poder blando que le otorga la representación geográfica y nunca a partir del hard power (poder duro) procedente del uso de las armas”. Siguiendo esta idea, el autor afirma que la diplomacia pública actual se ha incluido por completo en el proceso de gestión de la marca, todo ello provocado por los beneficios que se generan a causa de este hecho.

Los problemas vienen cuando la vinculación de los estados con las marcas se ve como algo negativo, donde el estado pierde su dignidad al asociarse con una marca en concreto, ya que se asemeja a una comercialización del estado. Otro de los problemas que se observan es que las iniciativas de branding que se llevan a cabo responden más a un ejercicio de propaganda que a otra cosa, perdiendo credibilidad de cara al público.

Con motivo de la conferencia del ex presidente del Barcelona, Sandro Rosell, en Qatar durante el congreso Aspire4Sports, el 15 de noviembre de 2011 (Riera, 2011; citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012), el periodista Pep Riera (El 9 Esportiu) realizó hasta seis reportajes, donde el primero es conocido como “Construyendo el sueño”. En el artículo el periodista muestra como, desde junio de 1995, Qatar ha sufrido un cambio político-económico, comenzado por el golpe de estado sin víctimas que dio el jeque Hamad bin Khalifa Al Thani, derrocando a su propio padre. Bajo el mandato de este nuevo líder, el país alcanzó cotas sociopolíticas y económicas mucho más altas, esta última gracias al descubrimiento de uno de los yacimientos de gas más importantes del planeta.

Este sueño se plasmó en un nombre, Qatar Foundation, donde en el 2008 la organización reflejó su estrategia de posicionamiento internacional en un proyecto conocido bajo el nombre de Visión Nacional 2030. En dicho programa se habla de todas las inversiones de los

hidrocarburos, con el objetivo de financiar la economía. No es una sorpresa que la empresa Qatar Foundation mantenga una relación estrecha con el gobierno de Qatar, ya que el mismo emir que gobierna el país fue quien, en 1995, creó la organización. Esta fundación se sostiene con tres pilares: el desarrollo comunitario, la educación y la ciencia y la solidaridad. Las cifras que se manejan muestran la magnitud del proyecto: Qatar Foundation acoge a más de 4.000 estudiantes y el presupuesto que dedican a la investigación es proporcional al 2'8% del PIB del país.

“Es una suerte que a los hijos del Emir les guste tanto el deporte. Aquí el dinero se invierte en este sector, y no en aviones de combate”. Palabras del ex entrenador del Al-Sailiya de Doha, Uli Stielike, exponiendo la apuesta que Qatar hace por el deporte, concretamente el fútbol. Este entusiasmo de Qatar ya lo mostraba la organización Qatar Foundation en su patrocinio al Barcelona. Desde 1995, el gobierno de Qatar es consciente de que para realzar su estructura y su poder tiene que participar en el mundo mediático y deportivo global.

La inversión en el deporte que Qatar ha ido realizando se ha orientado en dos direcciones: la promoción de la excelencia deportiva y la adjudicación de grandes eventos deportivos. Es importante destacar que el centro de alto rendimiento, conocido como Aspire Academy for Sports Excellence (originado en el 2000), acoge a 200 futuros deportistas, de esos cuales 160 participan en un programa de perfeccionamiento futbolístico, nutriéndose también de Aspire Football Dreams, una iniciativa que se ampara bajo la compañía que dirigía Sandro Rosell y la cual se dedicaba a buscar talentos en 16 países. Como ya se mencionó anteriormente, esta iniciativa responde al deseo de Qatar de atraer talento joven a su liga, además de contratar a expertos en diversos campos (scouting, entrenadores, etc...) que le den ese grado de conocimiento que les falta (San Eugenio y Ginesta, 2012).

El Mundial de 2022 supone un acontecimiento histórico para el gobierno de Qatar, después de todos los esfuerzos que ha realizado y sigue realizando para acoger grandes acontecimientos deportivos, con el objetivo de obtener prestigio y promoción internacional. Sin embargo, el fútbol no es el único deporte al que destinan dinero, prueba de esto es el bagaje que tiene Qatar a la hora de acoger eventos deportivos importantes (ha sido sede de torneos de la ATP de tenis, campeonatos de golf y carreras de Fórmula 1).

La cadena Al Jazeera ha supuesto un fenómeno de gran importancia para el Golfo Pérsico, hasta el punto que muchos investigadores han decidido estudiarla, argumentando que: tiene un gran impacto en la promoción del diálogo entre civilizaciones (“dando voz a los que no la tienen y aportando luz a partes del mundo que han sido marginadas por otros medios globales como BBC o CNN”), además ha sido reconocida por su audiencia como una cadena apaciguadora de conflictos. Por el otro lado, el canal constituye una identidad musulmana global (San Eugenio y Ginesta, 2012). Es evidente también la vinculación de Al Jazeera con

el gobierno de Qatar, lo que hace que sea menos dura con este que con el resto de gobiernos árabes.

Si hay un aspecto de la realidad que muestre la influencia de la cadena en el deporte son las cifras. La audiencia del Mundial de Sudáfrica 2010 fue de 90,1 millones de espectadores en Oriente Medio, todo ello emitido bajo la señal de Al Jazeera o también por sus licencias en Irán, Egipto, Argelia y Siria. También es de mención la audiencia que tuvo una entrevista que Sport News (programa de Al Jazeera) le realizó al ex presidente de Barcelona, Sandro Rosell, el 14 de noviembre de 2020, donde la audiencia alcanzó un total de 40 millones de espectadores en Oriente Medio, además de que fue emitida por Esport3 de la televisión de Cataluña. Con esto podemos observar la influencia social que tiene el FC Barcelona en esta región del planeta.

4.3. PROCESO DE ELECCIÓN DE QATAR COMO SEDE DEL MUNDIAL: CRONOGRAMA DE LOS HITOS PRINCIPALES.

El 2 de diciembre de 2010, después de que Qatar obtuviera la plaza para albergar la Copa del Mundo de 2022, con el beneplácito de la FIFA, el ex presidente Joseph Blatter declaró: “la Copa del Mundo va a nuestras tierras y soy un feliz presidente cuando hablamos del desarrollo del fútbol”. No es nada difícil de entender que solo pocos compartieran el jolgorio del suizo. Desde el mismo momento en que Qatar se hizo con el torneo, la polémica ha reinado, generando opiniones totalmente contrarias, desde jugadores hasta aficionados han mostrado su disconformidad con la decisión (de Sevilla, D. 2022, 17 enero).

Las personalidades han ido mostrando su disconformidad ante este asunto con el pasar del tiempo. El mismo presidente de la federación alemana de fútbol dijo que esta decisión suponía un “lastre para todo el fútbol”; muchos escritores han calificado esta decisión como “una locura de la FIFA, una farsa y un desastre”. Otras personalidades han afirmado que “no tiene sentido celebrar una Copa del Mundo allí” y también “podrías celebrar un Mundial en Marte”. Esta gran impopularidad responde a las sospechas de sobornos que hubo durante todo el proceso de elección, además de las condiciones que en este país existen, vulnerando los derechos humanos sistemáticamente.

Cuando la situación ya estaba crispada de por sí, la FIFA hizo lo que coloquialmente se conoce como “echar más leña al fuego”, afirmando que, a causa de las condiciones meteorológicas de Qatar, el Mundial tendría que jugarse entre los meses de noviembre y diciembre. Este hecho supone que se detendrán todas las competiciones a menos de 3 meses de haber comenzado, suponiendo un gran perjuicio económico para las ligas y las empresas vinculadas a las mismas.

Para entender perfectamente todo el proceso de elección de Qatar como sede mundialista y mostrar porqué el público general desconfía y sospecha de este Mundial, es necesario explicar todo el conglomerado de manera cronológica:

Diciembre de 2008: se produce la decisión de seleccionar dos sedes al mismo tiempo. La primera vez que la FIFA designó dos sedes para organizar el mismo Mundial fue en 2010, donde el Comité Ejecutivo de la organización aceptó el procedimiento de candidatura simultánea en la reunión que tuvo lugar el 19-20 de diciembre de 2008.

Desde 2009 hasta principios de 2010: inscripción de candidatos. Se le propuso a las asociaciones que presentaran ante la FIFA una declaración de interés para el 2 de febrero de 2009; a las que mostraron interés se les requirió posteriormente que rellenaran un formulario para inscribir sus candidaturas para el 16 de marzo. Los candidatos que cumplieron con todos los requisitos a la hora de presentar la solicitud fueron:

- Asociación de Fútbol de Bélgica y Asociación de Fútbol de los Países Bajos (Bélgica/Holanda 2018).
- Asociación de Fútbol de Inglaterra (Inglaterra 2018).
- Asociación de Fútbol de Rusia (Rusia 2018).
- Real Federación Española de Fútbol y Asociación de Fútbol de Portugal (España/Portugal 2018).
- Asociación de Fútbol de Australia (Australia 2022).
- Asociación de Fútbol de Japón (Japón 2022)
- Asociación de Fútbol de Corea (Corea 2022)
- Asociación de Fútbol de Qatar (Qatar 2022).

Mayo de 2010: entrega de los libros de la candidatura. El 14 de mayo del año 2010, cada equipo de candidatura, representado por una delegación cada uno, entregó a la FIFA sus libros de candidatura. El 10 de junio de ese mismo año, en un pleno del Congreso de la FIFA, se realizó una exhibición de los candidatos, la cual incluía un stand personalizado para cada candidato.

Junio-julio de 2010: la Copa del Mundo de la FIFA en Sudáfrica. Entre el 11 de junio y el 11 de julio del año 2010, tuvo lugar en Sudáfrica el Mundial más recordado por los españoles. Meses antes, el 1 de abril, el Secretario General de la FIFA le envió un comunicado a todos los candidatos a futuros eventos, donde les pedía que se abstuvieran de promocionarlos, para que la promoción del Mundial de 2010 no se viera afectada.

Julio-octubre de 2010: visitas para inspeccionar la oferta y el informe. Al concluir la revisión de los libros de candidatura, la comisión de evaluación realizó visitas in situ en cada uno de los países que participaron en la candidatura, del 18 de julio al 17 de septiembre de 2010. En lo que se centraron estas vistas es en ver el estado de los estadios, los espacios de entrenamiento, los hoteles, etc. Según el presidente de la comisión de evaluación, nadie ejerció presiones por parte de la FIFA en sus informes.

Se calificó a los candidatos por sus riesgos: a Qatar se le adjudicó de alto riesgo por “ las instalaciones y los equipos” y a Rusia por “transporte”. Todos los riesgos de carácter jurídico que se encontraron fueron catalogados de bajo o mediano riesgo, siendo países como Bélgica/Holanda, Japón y EEUU, los que recibieron una calificación de mediano riesgo, el resto la recibieron de bajo riesgo. Para concluir su informe, el presidente de la comisión de evaluación de la FIFA concluyó: “hemos cumplido con nuestro trabajo, dentro del espíritu de integridad, objetividad y transparencia” (Eckert, 2014).

Octubre de 2010: división de las candidaturas para 2018 y 2022. Tras una reunión celebrada los días 28 y 29 de octubre, el Comité Ejecutivo de la FIFA dio su beneplácito al programa en el que se adjuntaban “directivas para el procedimiento de votación”, las cuáles sostenían el nombramiento de los países que acogerían las Copas del Mundo de 2018 y 2022. Las directivas establecen claramente que “si alguna asociación europea era elegida, en la primera parte del proceso de votación, como organizador de la Copa del Mundo de 2018, ninguna asociación europea podría optar a ser la anfitriona de la Copa del Mundo 2022”. Según expresaban estas directivas, sólo EEUU era la asociación no europea que optaba a albergar el Mundial de 2018. Se estableció que, para llevar a cabo un proceso de elección igualitario, la Copa del Mundo volvería a Europa cada tres ediciones, lo que generó una respuesta positiva en las asociaciones del viejo continente.

Octubre-noviembre de 2010: actuaciones ante la Comisión de Ética y suspensiones. la Comisión de Ética de la FIFA (CEF) tomó la decisión, el 17 de noviembre de 2010, de sentenciar ante todos que dos de sus miembros, Amos Adamu y Reynald Temarii habían infringido diferentes normas de la CEF, debido a sus actuaciones con periodistas anónimos del diario Sunday Times. Entre los meses de agosto, septiembre y octubre de 2010, esos mismos periodistas suplantaron la identidad de empleados de una empresa ficticia, “Franklin Jones”, a la que describieron como una compañía de relaciones públicas con sede en Londres, que representaba a empresas estadounidenses, con el objetivo de fomentar la candidatura de EEUU para organizar el Mundial. Estos periodistas grabaron conversaciones entre los miembros Adamu y Temarii, además de con los miembros del Comité Ejecutivo de la CAF, Slim Aloulou y Amadou Diakite, el miembro honorario de la CAF, Ismael Bhamjee y el miembro del Comité Ejecutivo de la OFC, Ahongalu Fusimalohi.

Todas las polémicas vienen porque en las entrevistas con Adamu y Temarii, los anónimos periodistas ofrecieron algunas inversiones financieras en planes de desarrollo de fútbol que se llevarían a cabo en los países y las confederaciones de esos funcionarios, siempre y cuando votaran a favor de la candidatura de Qatar para la Copa del Mundo de 2022.

El día 17 de octubre de 2010, el diario Sunday Times sacó a la luz dos artículos en los que se describían las actuaciones de estos funcionarios. Pocos días tras la publicación, la Comisión Ética de la FIFA emprendió acciones contra estos trabajadores corruptos, suspendiéndoles de toda actividad relacionada con el fútbol. Tras todos estos acontecimientos se terminó sentenciando que el Sr. Adamu había violado los apartados 1, 2 y 3 del artículo 3 (reglas generales), el apartado 1 del artículo 9 (lealtad) y el apartado 1 del artículo 11 (cohecho) de la edición del CEF del año 2009; se le prohibió totalmente que desarrollara cualquier actividad relacionada con el fútbol, tanto a nivel nacional como internacional, durante un periodo de tres años, con inicio en el 20 de octubre de 2010. En lo que respecta al Sr. Temarii se afirmó que había contravenido los apartados 1 y 2 del artículo 3 y el apartado 1 del artículo 9 de la edición de 2009 del CEF, imponiéndole la misma condena que a su compañero pero de un año en vez de tres.

1-2 diciembre de 2010: presentaciones finales y votación de los candidatos. El 1 de diciembre de tuvo lugar una reunión del Comité Ejecutivo de la FIFA, en el que se personaron 22 miembros en condiciones de votar sobre las candidaturas para acoger los Mundiales de 2018 y 2022. Según reflejan las actas de la conferencia, una vez que los miembros del Comité Ejecutivo votaron a los candidatos del Mundial de 2018, se procedería a votar a los candidatos del Mundial de 2022, sin comunicarles antes el resultado de la primera votación.

El día 2 de diciembre de 2010 se realizó el proceso de votación por rondas, En primer lugar se llevo a cabo la designación de la sede del Mundial de 2018 y justo a continuación, la elección de la sede del Mundial de 2022. Según indican las directrices de este procedimiento, se llamó a los miembros del Comité Ejecutivo a la casilla de votación, de manera individual, donde cada uno entregó su voto de manera secreta. En el caso de que una vez finalizada la votación, ninguno de los candidatos obtuviera mayoría absoluta (50%+1), el proceso se repetiría hasta obtener la mayoría, eliminando progresivamente a los candidatos que menos votos obtuvieron. Una vez finalizada las votaciones de ambos Mundiales, los resultados fueron los siguientes:

Candidatos para la Copa del Mundo de 2018: Inglaterra, Bélgica/Holanda, España/Portugal, Rusia.

- Inglaterra (2), Bélgica/Holanda (4), España/Portugal (7), Rusia (9) (ronda 1).
- Bélgica/Holanda (2), España/Portugal (7), Rusia (13) (ronda 2)

Candidatos para la Copa del Mundo de 2022: Australia, Japón, Corea, EEUU, Qatar .

- Australia (1), Japón (3), Corea (4), EEUU (3), Qatar (11) (ronda 1).
- Japón (2), Corea (5), EEUU (5), Qatar (10) (ronda 2).
- Corea (5), EEUU (6), Qatar (11) (ronda 3).
- EEUU (8), Qatar (14) (ronda 4).

Transcurridas dos rondas de votación, Rusia se hizo con la mayoría absoluta y albergó la Copa del Mundo de 2018; tras cuatro rondas, Qatar se hizo con la mayoría absoluta, siendo elegida como la próxima sede mundialista para el año 2022. El mismo día se hicieron públicos los ganadores y los votos que obtuvieron los candidatos en cada ronda de la votación.

Tras la difícil votación del Mundial de Sudáfrica 2010 (ya se admitió que hubo corrupción), han aparecido más problemas para la FIFA con la Copa del Mundo de Qatar 2022. Uno de esos problemas, y quizás el más importante, es la elevada temperatura que hace en ese territorio, haciendo imposible celebrarlo en julio y cortando de raíz las competiciones al poco de empezar. Los propios miembros de la FIFA eran conscientes del error que estaban cometiendo, ya que el presidente del Comité Médico de la organización, Michel D'Hooghe, afirmó, en septiembre de 2013, que una Copa del Mundo celebrada en Qatar en verano sería muy peligrosa. Incluso el presidente de la FIFA en ese momento, Joseph Blatter, admitió que fue un "error" concederle a Qatar la posibilidad de acoger el Mundial, ya que la temperatura haría imposible celebrarlo con normalidad.

El cambio de fecha ha sido una de las críticas más duras contra la FIFA. Hay algunos que apoyan este cambio y otros aceptan la realidad porque saben de la necesidad. Aunque, como ya he mencionado, el hecho de interrumpir las competiciones europeas justo a la mitad, hace que muchos estén en contra del Mundial. Se han llegado a dar algunas propuestas para que el ritmo de competición de los jugadores que no van al Mundial no decaiga, como la propuesta de la Serie A (liga italiana) de realizar un torneo paralelo, donde participarían en torno a 570 jugadores (Calemme, M. 2022, 4 febrero).

El hecho de desplazar el Mundial de Qatar a los meses de invierno, va a suponer un efecto significativo en las ligas europeas. En circunstancias normales, las temporadas se desarrollan desde finales de agosto hasta mediados de mayo, pero la irrupción del Mundial hará que se interrumpa la temporada en los meses de noviembre y diciembre. Por lo que la temporada 22-23 dará inicio en julio y finalizará en junio, con una pausa a mitad de temporada para celebrar este torneo. El hecho de que el Mundial corte la competición supone que los jugadores que acudan a esta cita, puedan regresar a sus equipos con alguna lesión o con un

cansancio extremo, lo que perjudica claramente a sus equipos, además del efecto negativo que tendría este parón en materia de ingresos.

Ante todas las críticas que se han ido acumulando hacia Qatar, el gobierno qatarí tomó la decisión de contratar a una organización de ex espías de la CIA, a cambio de 10 millones de dólares, según revela un informe de Associated Press. Toda esta estrategia tenía como objetivo acallar todas las críticas que pudieran surgir sobre la Copa del Mundo 2022 y donde se vio envuelto Theo Zwanziger, ex miembro del comité ejecutivo de la FIFA y ex presidente de la federación alemana entre 2006 y 2012 (A. 2022, 1 marzo).

4.4. QATAR Y LA VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.

Los trabajadores que se dedican a la construcción de las infraestructuras del Mundial son migrantes en su mayoría, los cuáles sufren abusos casi de manera sistemática. Para los aficionados y los futbolistas, los estadios pueden ser grandes lugares donde vivir momentos únicos, sobre todo en los mundiales, pero para algunos de los trabajadores puede convertirse en una auténtica pesadilla.

Cuando se le concedió a Qatar la posibilidad de albergar la Copa del Mundo, la FIFA debió tener en cuenta, primero que la mayoría de las infraestructuras no estaban construidas y segundo, que este país comete graves explotaciones laborales contra los migrantes, los cuáles denuncian condiciones de trabajo esperpénticas, sin cobrar lo que se les promete y viendo como tienen que costearse ellos mismos su estancia en el país qatarí, llegando a endeudarse. El informe que Human Rights Watch (HRW) muestra declaraciones de los trabajadores migrantes, los cuáles afirman lo siguiente: “¿cómo podemos trabajar sin salario?”; abusos salariales que sufren los trabajadores migrantes antes de que se celebre la Copa del Mundo de la FIFA Qatar 2022.

Un total de 93 trabajadores, que trabajan en Qatar para 60 empresas diferentes, declararon en una entrevista con la organización, entre enero de 2019 y mayo de 2020, que sufrían abusos en el trabajo: impagos o demoras durante varios meses, salarios inexactos u horas extras no remuneradas. En el año 2017, Qatar llegó a un acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en dicho acuerdo el país qatarí se comprometía a defender a los obreros de las injusticias salariales y, sobre todo, a poner fin al sistema kafala, la cual vincula la visa de estos asalariados con sus empleadores, obviamente Qatar no ha cumplido con esto. Los trabajadores han afirmado que sufrieron hambre y que no podían mandar dinero a sus familias, con lo cual trabajar en Qatar dejaba de tener sentido.

El subdirector para Oriente Medio y África del Norte de HRW, Michael Page, afirma que: “hemos oído hablar de trabajadores que mueren de hambre debido a salarios atrasados, trabajadores endeudados que trabajan duro en Qatar sólo para recibir salarios mal pagados y trabajadores atrapados en condiciones de trabajo abusivas por temor a represalias”.

Los trabajadores que fueron entrevistados para este informe ejercen funciones de guardias de seguridad, camareros, limpiadores, personal de administración o trabajadores de la construcción. Llegaron a Qatar con la esperanza de conseguir trabajo y ser capaces de mandar dinero a sus familias en su país de origen, en cambio acaban endeudándose para poder costearse su estancia allí. El 95%, equivalente a dos millones, son migrantes, siendo estos básicos para la construcción de infraestructuras y claves en el sector servicios del país. Estos migrantes, en su mayoría, provienen de países como la India, Nepal, Filipinas, Bangladesh, Kenia y Uganda.

El salario que se les ofrece a estos trabajadores es de un total de 206 dólares al mes, aunque hay que destacar que en raras ocasiones se les abona el total del mismo y en el tiempo establecido. Como denuncia HRW, esta cantidad no es suficiente para que estos paguen sus deudas, llegándose a afirmar que muchas empresas qataríes retienen los salarios de sus trabajadores de forma intencionada, solo con el objetivo de incrementar sus ganancias.

Aunque la situación ya era preocupante, la pandemia de la COVID-19 demostró que se podía estar peor. Varias empresas tomaron como excusa la pandemia para retener los salarios y no pagarle a sus trabajadores, sin pagar tampoco los contratos que estaban pendientes de ser resueltos. Todas estas circunstancias han conseguido que estos trabajadores no puedan costearse un bien de primera necesidad, el alimento.

Otro de los problemas que sufren estos trabajadores son las comisiones. Estas personas se encuentran en situación de pobreza en sus países de origen (Nepal, Bangladesh e India), lo cual les obliga a huir de su tierra en busca de una situación mejor, la cual aspiran a conseguir en Qatar pero, a los ya citados nefastos pagos, se les suman las comisiones que estos deben pagar para poder conseguir un empleo.

Terribles condiciones de vida. En su día a día estos trabajadores sufren situaciones de aglomeración y falta de higiene, además de la falta de seguridad en sus alojamientos. Según afirmó en 2016 Amnistía Internacional, muchos hombres descansaban en literas dentro de habitaciones para ocho o más personas. Esto contraviene el derecho qatarí y las Normas para la Protección de los Trabajadores, ya que se autoriza como mucho un total de cuatro camas por habitación y está terminantemente prohibido el hecho de compartir camas.

Mentiras sobre los salarios. A la hora de encontrar los trabajos, los empleados son engañados por los secretarios de contratación, engañándoles respecto al salario e incluso en el puesto que van a ejercer. Por ejemplo, a un hombre de Nepal le habían prometido cobrar 300 dólares al mes, pero acabó cobrando 190, poco más de la mitad.

Retrasos en el pago de los salarios. Es bastante común que los trabajadores no perciban ni un dólar de sus salarios durante varios meses. Los efectos de estas condiciones son desastrosos para los trabajadores, ya que no solo no pueden mantenerse allí en Qatar, sino que tampoco pueden mandarle dinero a sus familias (Amnistía Internacional, 2016)

No poder abandonar ni el estadio ni el campamento. Aunque el derecho de Qatar les obliga, muchos empleadores no renuevan el permiso de residencia de los trabajadores. Después de las condiciones y el maltrato que sufren, tampoco pueden en este caso certificar que están residiendo y trabajando en el país de manera legal, pudiendo ser multados o incluso encarcelados.

No poder salir del país ni cambiar de trabajo. Para asegurarse que los trabajadores no se marcharan, cuando vieran el panorama en el que tendrían que trabajar, los empleadores les retuvieron los pasaportes, llegando a necesitar el permiso de su empresa para salir del país. Evidentemente no es de extrañar que estos negaran las peticiones, llegando a amenazar a los empleados, comunicándoles que no podrían marcharse hasta la finalización de su contrato.

El lado horrible de este juego, las cifras. Por las obras del estadio Jalifa, la empresa Six Construct se embolsó un montante superior a 90 millones de dólares. La principal subcontrata del mismo estadio, la empresa Eversendai, se embolsó más de 35 millones de dólares. Según todas las entrevistas que Amnistía Internacional realizó, el salario mensual de los hombres que allí trabajaban (en el estadio Jalifa) era de 220 dólares mensuales.

Trabajos forzados. Tal como afirma Amnistía Internacional:

“Una de las empresas que contratan trabajadores para el proyecto del estadio Jalifa somete a trabajo forzado a sus empleados. Quienes se niegan a trabajar debido a las condiciones son amenazados con deducciones de la paga, o con ser entregados a la policía para su expulsión sin recibir el sueldo que les corresponde”.

Desde que Qatar consiguiera la plaza de sede de la Copa del Mundo 2022, hace ya once años, más de 6.500 trabajadores migrantes de Nepal, Pakistán, India, Sri Lanka y Bangladesh han fallecido.

Según los datos de Nepal, Sri Lanka, India y Bangladesh, en el periodo de 2011-2020 hubo un total de 5.927 muertes (Pattison, 2021). Además, la embajada de Pakistán afirmó que hubo 824 operarios pakistaníes muertos, entre 2011 y 2020. El número de muertes es mucho mayor al que se conoce, ya que en estas cifras no se contabilizan el gran número de trabajadores que envían otros países como Filipinas o Kenia.

Durante la última década, Qatar ha llevado a cabo un programa de construcción sin precedentes para el Mundial de 2022. Se han construido siete nuevos estadios, se han mejorado aeropuertos, carreteras, transportes públicos, hoteles y hasta una ciudad. Hay que recordar que cuando se adjudicó el Mundial de 2022, Qatar ni tan siquiera tenía los estadios construidos, hasta el punto que no existía la ciudad que albergará la Copa del Mundo.

Según los registros de defunción, es probable que muchos trabajadores de los que perdieron la vida, fueran empleados para la construcción y mejora de infraestructuras para la Copa del Mundo. Afirma Nick McGeehan, director de Fair Square Projects (grupo de defensa especializado en derechos laborales en el Golfo Pérsico), que: “una proporción muy significativa de los trabajadores migrantes que han muerto desde el año 2011, solo estaban en el país porque este era la sede de la Copa del Mundo 2022”.

En lo que a obreros vinculados de forma directa con la construcción de estadios, ha habido un total de 37 muertes, pero el comité organizador del evento cataloga a 34 de ellos como “no relacionados con el trabajo” (Pattison, 2021). Todos los expertos en este tema han mostrado su disconformidad con este término, ya que se ha utilizado para argumentar las muertes de personas en la construcción.

Familias rotas, vidas destrozadas, todo ello envuelto por un mar de dudas, el desconocimiento y las incógnitas se amontonan, mientras muchas familias buscan ser indemnizadas por perder a sus familiares, todo ello bajo el claro fracaso de Qatar en su trabajo, la protección de los dos millones de trabajadores migrantes que tenían.

Según afirma Pattison: “Ghal Singh Rai, originario de Nepal, pagó casi £ 1,000 en tarifas de contratación por su trabajo de limpiador en un campamento para trabajadores que construían el estadio de la Copa Mundial de Education City. Una semana después de su llegada, se suicidó. Otro empleado, Mohammad Shahid Miah, de Bangladesh, fue electrocutado en su alojamiento de trabajadores después de que el agua entrara en contacto con cables eléctricos expuestos”.

Dentro de todas las muertes que se han ido revelando durante los tiempos de preparación del Mundial, hay causas de todo tipo: lesiones debido a grandes caídas, asfixias por ahorcamientos, muertes por descomposición de causa indeterminada, pero la más repetida es la “muerte natural”, las cuáles son achacadas por las autoridades qataríes a insuficiencias cardíacas o respiratorias. Según publicó el diario The Guardian en el año 2021, dentro de las muertes de migrantes indios, bangladesíes y nepalíes, el 69% son vinculadas al concepto de “muerte natural”. El diario británico ha denunciado en varias ocasiones la nula validez que tienen estos dictámenes, ya que se producen sin una autopsia previa a los fallecidos. Amparado por la Organización Internacional del Trabajo de la ONU, este medio llevó a cabo una investigación que demostró que, al menos durante cuatro meses del año, los trabajadores tenían que soportar las sofocantes temperaturas del país, causa probable de muchas de las catalogadas “muertes naturales”.

La visión del investigador del Golfo de Human Rights Watch, Hiba Zayadin, nos muestra como son las posturas y medidas de Qatar en cuanto a los trabajadores: “ Qatar sigue arrastrando los pies sobre este tema crítico y urgente en aparente desprecio por la vida de los trabajadores”; “hemos pedido a Qatar que modifique su ley sobre autopsias, para exigir investigaciones forenses sobre todas las muertes repentinas o inexplicables, y aprobar una legislación que exija que todos los certificados de defunción incluyan una referencia a una causa de muerte médicamente significativa”.

Aunque pudiera pensarse de otra manera, el coronavirus no ha supuesto un efecto significativo en el número de muertos en Qatar, teniendo poco menos de 250 muertos, si contamos todas las nacionalidades. La investigación que ha llevado a cabo el medio de comunicación, The Guardian, ha desvelado lo que era un secreto a voces: Qatar tiene una gran falta de transparencia, rigor y, sobre todo, detalle con el registro de las muertes que en sus fronteras se producen. Al no existir un formato estándar para contabilizar y registrar el número de muertos, las informaciones y estadísticas que proporcionan las distintas agencias gubernamentales muestran grandes signos de inconsistencia. Una embajada de Asia vio imposible compartir sus datos de fallecidos, ya que tenían apuntadas las muertes en una libreta, un método de contabilizar bastante arcaico e irrespetuoso con el fallecido, pareciendo más una lista de la compra que un método de registro para muertes.

El investigador de Amnistía Internacional en el Golfo Pérsico, May Romanos, afirma que: “hay una verdadera falta de claridad y transparencia en torno a estas muertes”. “Es necesario que Qatar refuerce sus normas de salud y seguridad en el trabajo” (Pattison, 2021). La respuesta del comité organizador del Mundial de Qatar se pronunció sobre las muertes, afirmando que: “lamentamos profundamente todas estas tragedias e investigamos cada incidente para asegurarnos de que se aprendieran las lecciones. Siempre hemos mantenido la

transparencia sobre este tema y disputamos afirmaciones inexactas sobre la cantidad de trabajadores que han muerto en nuestros proyectos”.

Como no podía ser de otra forma, el organismo internacional que organiza el evento, es decir, la FIFA, no tardó en dar su opinión sobre el tema de los fallecidos, afirmando a través de un comunicado que: “con las muy estrictas medidas de salud y seguridad en el sitio... la frecuencia de accidentes en los sitios de construcción de la Copa Mundial de la FIFA ha sido baja en comparación con otros proyectos de construcción importantes en todo el mundo”. La polémica viene porque esta afirmación de la FIFA vino sin ningún dato que fundamentara lo que decían, dando una imagen totalmente impropia de un organismo internacional serio.

La vulneración de los derechos humanos es “el pan de cada día” para Qatar, no solo en el ámbito del trabajo. Un tema bastante común en este país es la violencia, como refleja el caso de Paola Schietekat, la cual formaba parte de la entidad Supreme Committee for Delivery and Legacy, la cuál era la encargada de organizar el Mundial. Esta mexicana fue condenada a cien latigazos por denunciar abusos sexuales, aportando un informe médico que corroboraba su denuncia, pero el desenlace fue distinto, ya que las autoridades qataríes obviaron toda evidencia y la condenaron por mantener relaciones extramaritales, delito penado en Qatar con siete años de cárcel y, en algunas ocasiones, con cien latigazos (P., D. L. 2022, 18 febrero).

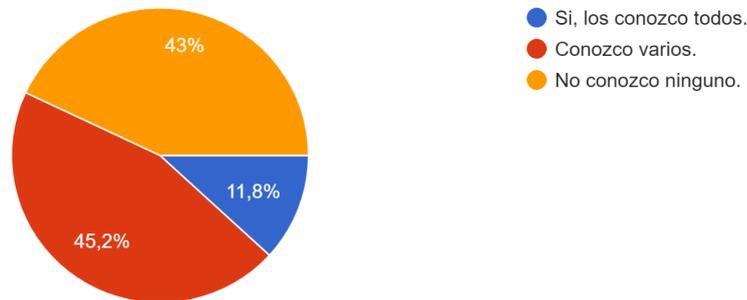
Otra de las vulneraciones a los derechos humanos en el emirato qatarí es la homofobia, hay que recordar que en este país la homosexualidad está prohibida. La postura que Qatar ha estado tomando para preparar el Mundial ha sido de país tolerante y respetuoso, al menos eso afirma el presidente del comité organizador, Nasser Al-Khater: "Aquí todo el mundo es bienvenido. Qatar es un país tolerante. Un país acogedor. Un país hospitalario". Esa tolerancia de la que tanto hacen gala, no casa con la idea de que la homosexualidad este prohibida, pero le dan un giro aun más retorcido, ya que se permitirá a los aficionados homosexuales ir al Mundial, pero con la condición de que no muestren señales de afecto: "Las muestras de afecto público están mal vistas y esto se aplica a todos" (El Mundo. 2021, 1 diciembre). La contradicción se hace enorme al ver como se vende una imagen de tolerancia, se pide respeto hacía la cultura qatarí, pero luego se ponen normas como estas para el público que asista a los partidos.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Tras realizar la encuesta a un total de 93 personas, a continuación se van a desarrollar, pregunta a pregunta, los porcentajes de voto que ha tenido cada opción, así como la interpretación pertinente en cada caso.

¿Conoces los sucesos que han rodeado a la adjudicación del Mundial de Qatar?

93 respuestas

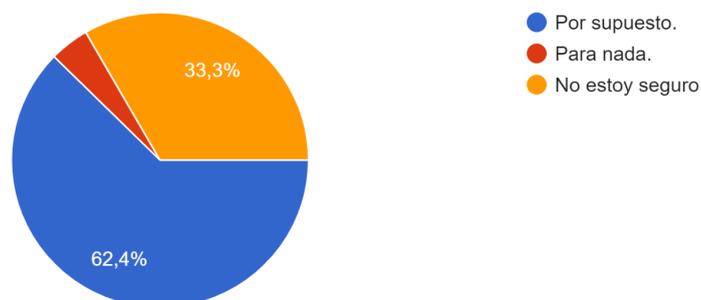


FUENTE: realización propia

Al preguntar a los encuestados si conocen los sucesos que han rodeado la adjudicación del Mundial de Qatar, se buscaba averiguar si estos eran conscientes de todas las polémicas sobre corrupción que envolvían a la Copa del Mundo 2022. Al finalizar la encuesta y, como bien muestran los porcentajes, casi la mitad de los encuestados es consciente de varios sucesos que estén vinculados a la adjudicación del próximo Mundial (45'2%). Casi al mismo nivel (43%) se encuentran las personas que no tienen constancia alguna de ningún suceso polémico que pueda ser relacionado con el evento. Por último, solo un pequeño porcentaje de los encuestados (11'8%) es consciente, en su totalidad, de todos los hechos y polémicas que, desde hace mucho, rodean al torneo por antonomasia del mundo del fútbol. Tras observar todos estos resultados, se puede dilucidar que hace falta mucha más información por parte de los medios, sobre todo lo que pasó en su día para que Qatar se convirtiese en sede mundialista, ya que, aproximadamente, sólo uno de cada diez encuestados conoce todo el contexto de este polémico torneo.

¿Considera que Qatar ha utilizado el fútbol como una herramienta de su política exterior?

93 respuestas

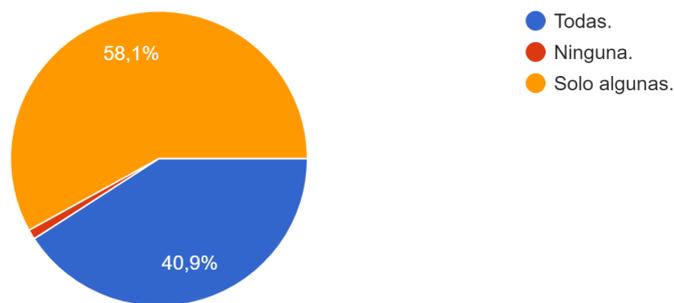


FUENTE: realización propia

Al cuestionar a los participantes de la encuesta sobre si consideraban que Qatar ha estado utilizando el fútbol como una herramienta para darse a conocer, es decir, de hacer política exterior, se buscaba saber hasta qué punto son conscientes los encuestados de las medidas que usa Qatar para esto y de la importancia que el fútbol puede tener hacia este tipo de política. La gran mayoría de los cuestionados consideran que el fútbol es una herramienta de la política exterior que realiza Qatar (62'4%). Otros tantos encuestados no tienen muy claro si el fútbol es una de las herramientas que Qatar utiliza para su política exterior (33'3%). Por último, unos pocos encuestados piensan que este país del Golfo Pérsico no está utilizando el deporte rey como herramienta de política exterior (4'3%). Al analizar esta pregunta y observar detenidamente las respuestas de los participantes, se puede concluir que más de la mitad no confía en el apoyo de Qatar en el fútbol, sino que lo ven más cercano al uso de este deporte como otra herramienta más para potenciar su marca fuera de sus fronteras. Además, el hecho de que, aproximadamente, tres de cada diez encuestados no esté seguro de esto nos muestra que poca gente se fía del apoyo puramente pasional que Qatar le da al fútbol, viéndolo como ya se comentaba antes, como una mera herramienta.

¿Afirma usted que todas las instituciones vinculadas al fútbol están corrompidas?

93 respuestas

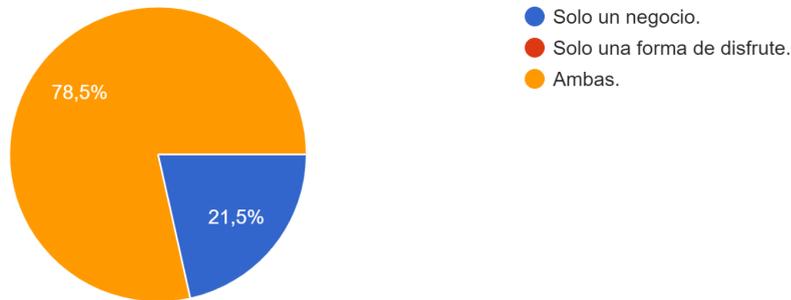


FUENTE: realización propia

Al preguntarle a los encuestados sobre si consideran que todas las instituciones del fútbol están corruptas se buscaba saber el nivel o grado de confianza que los participantes tenían sobre las instituciones que controlan este deporte. Al finalizar la encuesta y observar los resultados, vemos como más de la mitad de los encuestados opina que no todas las instituciones son corruptas, creen que solo algunas lo son (58'1%). Pasamos al otro extremo directamente, ya que una gran cantidad de gente opina que todas las instituciones son corruptas (40'9%). Si hablamos de quienes opinan que ninguna de las instituciones del fútbol es corrupta, hablamos de un número muy pequeño (1'1%). Al ver todas las respuestas se puede concluir claramente que hay muchísima desconfianza del público general sobre estas instituciones, ya que cuatro de cada diez personas opina que todas las instituciones son corruptas y seis de cada diez que al menos algunas son corruptas. Todo esto hace que solo uno de cada diez encuestados confíe en las instituciones, mientras los demás desconfían, en mayor o menor medida.

¿Cree que el fútbol en la actualidad es un negocio o una forma de disfrute?

93 respuestas

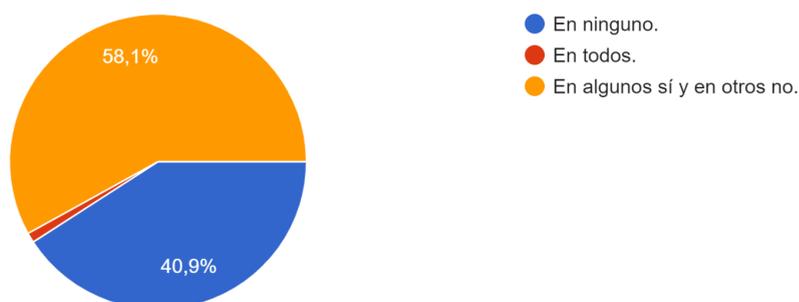


FUENTE: realización propia

Al preguntar a los participantes si creen que el fútbol, actualmente, es un negocio o una forma de disfrutar, se buscaba conocer la concepción que tiene el público general sobre esta disciplina, pudiendo saber también hasta qué punto están desencantados con la misma. Al finalizar la encuesta, los resultados arrojan que la gran mayoría de encuestados ve el fútbol como un negocio y a la vez una forma de disfrute para el público (78'5%). Por otra parte, hay un grupo más reducido, pero también importante, que concibe el fútbol actual simplemente como un negocio (21'5%). Es reseñable que ni uno solo de los participantes piense en el fútbol exclusivamente en términos de disfrute. Los resultados de esta encuesta nos llevan a la conclusión de que el público general es plenamente consciente de que el fútbol hace mucho que dejó de ser solo un elemento de ocio, casi ocho de cada diez piensa que aunque sea un negocio, este deporte no ha perdido la esencia de ser un elemento de divertimento, en cambio dos de cada diez opinan que ha perdido esa esencia y que solo es un negocio más, mostrándonos un grado elevado de desencanto por parte de los encuestados, aunque con los matices ya resaltados.

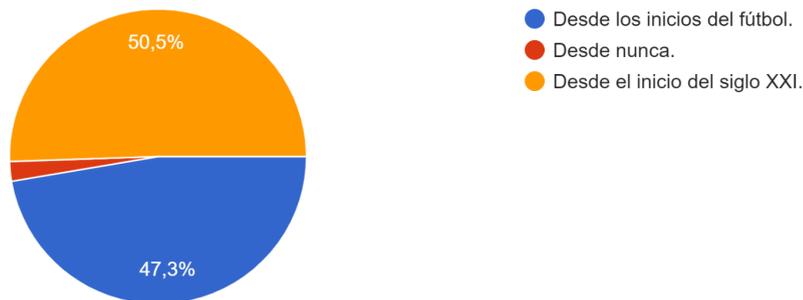
¿Considera que en los territorios del Golfo Pérsico se respetan los derechos humanos y las libertades?

93 respuestas



Al preguntar a los encuestados si consideran que en los territorios del Golfo Pérsico se respetan los derechos humanos, se buscaba conocer si los participantes eran conscientes sobre lo que se vive en dichos territorios, así como, de manera indirecta, conocer su grado de “aceptación” hacia estos territorios. Al concluir la encuesta se observa como más de la mitad de los cuestionados creen que en algunos de estos territorios se respetan los derechos humanos y en otros no (58’1%). Un importante número de participantes creen que en ninguno de los territorios del Golfo Pérsico se respetan estos derechos (40’9%). Es digno de mención que una mínima parte de la muestra considera que en estos territorios se respeten los derechos humanos (1’1%). Al analizar todos estos porcentajes, se puede concluir que la inmensa mayoría de los encuestados, nueve de cada diez en concreto, cree que el Golfo Pérsico no se caracteriza por respetar los derechos humanos. algunos son más radicales a la hora de responder, pues creen que ningún territorio respeta estos derechos, mientras que otros son más comedidos, mencionando que en unos se respetan y en otros no.

¿Cuándo cree que ha existido corrupción en los estamentos deportivos? (FIFA)
93 respuestas

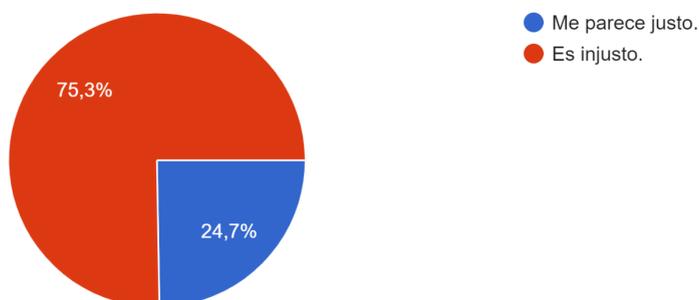


Al preguntar a los encuestados sobre cuando creen que los estamentos deportivos (FIFA por ejemplo) empezaron a ser corruptos, o si lo han sido alguna vez, se trataba de averiguar en que momento histórico creen los participantes que sucede el inicio de la corrupción o si consideraban la corrupción como innato en cuanto el dinero se muestra, como en la creación de cualquier organización. Tras analizar la encuesta se puede observar como la mitad de los encuestados creen que la corrupción ha empezado a alcanzar sus puntos álgidos a partir del cambio de siglo, es decir, con la entrada del siglo XXI (50’5%). Al mismo tiempo, la otra mitad de los participantes, aproximadamente, consideran que la corrupción en estos estamentos se ha hecho presente desde siempre (47’3%). Es reseñable que solo unos pocos encuestados consideran que los estamentos que controlan el fútbol ni han sido ni son corruptos (2’2%). Al analizar todos los datos llegamos a la conclusión de que casi todos los participantes consideran que los estamentos deportivos son corruptos, difiriendo en el momento en el que inicia dicha corrupción, pero sin obviar una opinión común que no hace

más que mostrar la desconfianza del público general hacia aquellos que gestionan el mundo del balompié.

¿Le parece justo que la Copa del Mundo de 2022 se vaya a celebrar en Qatar?

93 respuestas

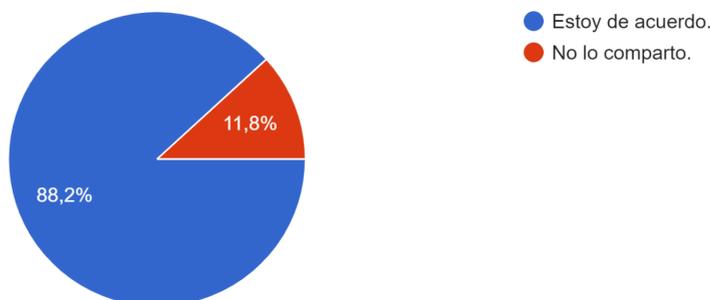


FUENTE: realización propia

Al preguntar a los encuestados sobre si les parece justo que la Copa del Mundo de la FIFA 2022 se celebre en Qatar, se trataba de conocer la opinión del público, una vez han dado su opinión acerca de la corrupción y de los asuntos que envuelven este acontecimiento. Al observar los resultados vemos como la inmensa mayoría de los participantes no está de acuerdo con que el Mundial se celebre en esa localización. Al mismo tiempo, una pequeña, pero significativa cantidad de encuestados opina que si es justo que la Copa del Mundo tenga lugar en ese territorio. Tras analizar los resultados se puede concluir que la mayoría de la muestra considera que un Mundial no debería celebrarse en Qatar. Los que han elegido que no debería celebrarse darán, en la última cuestión de esta encuesta, su opinión sobre por qué no es digno que este torneo sea celebrado en dicho país.

Algunas personas afirman que Qatar ha utilizado la imagen de varios futbolistas para maquillar la situación que se vive en el país, ¿está de acuerdo?

93 respuestas

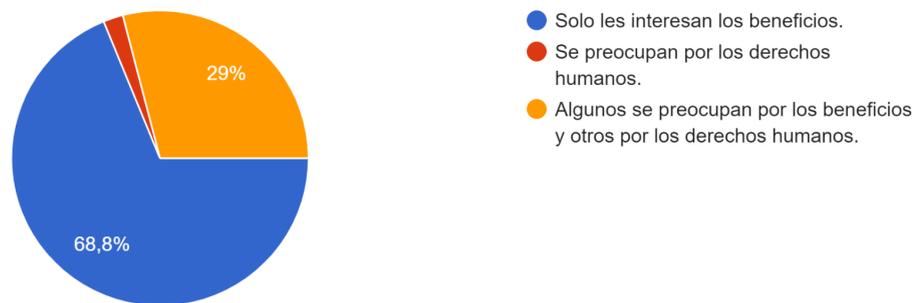


FUENTE: realización propia

Al cuestionar a los entrevistados sobre si están de acuerdo con las afirmaciones de algunas personas de que Qatar ha utilizado la imagen de varios futbolistas para maquillar la situación del país, podemos observar como la inmensa mayoría de los participantes opinan que es así, que Qatar realiza esta práctica (88'2%). Una mínima cantidad de los encuestados opina que esto no sucede así (11'8%). Tras analizar los resultados de la encuesta podemos concluir que los encuestados creen que Qatar usa a los jugadores como herramientas de distracción para que no se conozcan detalles de lo que en el territorio sucede, desconfiando casi por completo de lo que Qatar vende como su "marca".

¿Cree que las federaciones y los gobiernos se preocupan por los derechos humanos o solo les interesan los beneficios?

93 respuestas



FUENTE: realización propia

Al preguntar a los encuestados por si creen que las federaciones y los gobiernos se preocupan por los derechos humanos o por los beneficios únicamente, con esto se pretende conocer qué opinión tiene el público de estos estamentos, así como saber qué consideran ellos como prioridad para estas organizaciones. Al concluir la encuesta se puede observar como más de la mitad de los participantes opina que a estas organizaciones solo les interesan los beneficios (68'8%). Por el contrario, una cantidad más pequeña opina que les interesan los beneficios, pero que también tienen interés en los derechos humanos (29%). Por último, siendo una pequeña cantidad de encuestados, hay quienes opinan que estas organizaciones solo se preocupan por los derechos humanos (2'2%). Al analizar la encuesta podemos concluir que casi la muestra completa considera que los beneficios son importantísimos para las organizaciones, siendo incapaces de anteponer los derechos humanos al dinero.

¿Conoce alguna violación de los derechos humanos que se haya producido en Qatar, o en algún emirato del Golfo Pérsico? Si es así, indíquela.

- Respecto a esta pregunta abierta, las declaraciones de los encuestados que más resaltan son las siguientes:

1- Que las mujeres no puedan salir a la calle, ni vestir libremente, que se les agreda por el simple hecho de ser mujeres y se las trate horriblemente mal.

2- Los derechos de las mujeres a poder salir del país libremente con su hijo sin que nadie se lo impida, estudiantes que tras el bloqueo impuesto han tenido que abandonar las universidades.

3- Desde hace muchos años nos encontramos con mucho machismo en las zonas mencionadas y esto puede ser un atraso descomunal porque ya hemos avanzado bastante en la mayoría de las sociedades europeas como para que ahora las mujeres no tengan los mismos derechos y privilegios en un mundial.

4- Los migrantes tienen menos derechos, por ejemplo no pueden votar ni ser elegidos si su abuelo no ha nacido en Qatar. Las mujeres nunca son elegidas en estos. Los derechos sindicales y de los trabajadores, sobre todo de los migrantes, no son respetados. En definitiva racismo y xenofobia.

5- La mujer se encuentra en clara desigualdad, así como personas con creencias religiosas de otros tipos, personas con diferentes orientaciones sexuales y un largo etc

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Qatargate. Así es como se conoce al escándalo que destapó en 2013 el diario francés France Football, en el cuál se demostraba, a través de un reportaje de quince páginas, como la adjudicación del Mundial de Qatar en 2010 se realizó de manera fraudulenta.

FIFA. Las siglas pertenecen al término francés “Fédération Internationale de Football Association”.

Barca. Diminutivo más accesible que hace referencia al equipo de fútbol conocido como Fútbol Club Barcelona. Este club se fundó el 29 de noviembre de 1899.

Real Madrid. Equipo de fútbol perteneciente a la Liga de Fútbol Profesional de España. Es el club con más títulos continentales de la historia de este deporte. Este club se fundó el 6 de marzo de 1902.

PSG. Siglas correspondientes al equipo de fútbol francés, perteneciente a la Primera división francesa, conocido como Paris Saint Germain. Este club se fundó el 12 de agosto de 1970.

Manchester City. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división inglesa, conocida como Premier League. Este club se fundó el 23 de noviembre de 1880.

Newcastle. Equipo de fútbol de la primera división inglesa, conocida como Premier League. Este club se fundó el 9 de diciembre de 1892

Charrua. Término con el que se conoce a los jugadores y a los aficionados de la selección de fútbol de Uruguay.

Albiceleste. Término con el que se conoce a la selección de fútbol de Argentina (“La albiceleste”).

Duce. Término italiano que traducido al español significa duque.

Azzurra. Término por el que se conoce a la selección de fútbol de Italia (“La azzurra”).

Arsenal. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división inglesa, conocida como Premier League. Este club se fundó el 1 de diciembre de 1886.

Naranja mecánica. Término con el que se conocía a la selección de fútbol de Holanda, liderada por Johan Cruyff.

Athletic de Bilbao. Equipo de fútbol perteneciente a la Liga de Fútbol Profesional de España. Este es uno de los tres equipos del país que nunca han descendido de categoría. Se fundó en 1898.

Leeds United. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división inglesa, conocida como Premier League. Este club se fundó el 17 de octubre de 1919.

Darwen FC. Equipo de fútbol inglés que se fundó en 1870. Está ubicado en el noroeste de Inglaterra.

New York Cosmos. Equipo de fútbol de Estados Unidos que se creó en 1875 y desapareció en 1985, dando lugar, en 2010, a la creación de otro equipo con la misma nomenclatura.

NBA. Siglas de la liga de baloncesto de Estados Unidos, conocida como National Basketball Association.

Major League Soccer. Así es como se llama la primera división de fútbol de Estados Unidos, cuyas siglas son MLS.

Los Ángeles Galaxy. Equipo de fútbol perteneciente a la Major League Soccer. Este club se fundó el 15 de junio de 1994.

Shanghai Shenhua. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división china, conocida como Superliga China. Este club se fundó el 1 de noviembre de 1951.

Chelsea. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división inglesa, conocida como Premier League. Este club se fundó el 10 de marzo de 1905.

FC Porto. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división de Portugal, conocida como Liga NOS. Este club se fundó el 28 de septiembre de 1893.

Olympique de Marsella. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división francesa, conocida como Ligue 1. Es el único equipo francés que ha conseguido alzarse como campeón de la Champions League, anteriormente conocida como Copa de Europa. Este club se fundó el 31 de agosto de 1899.

CSKA de Moscú. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división rusa, conocida como Premier League Rusa. Este club se fundó el 27 de agosto de 1911.

Zenit de San Petersburgo. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división rusa, conocida como Premier League Rusa. Este club se fundó el 25 de mayo de 1925.

Copa de la UEFA. Segundo trofeo continental que estuvo vigente durante el periodo de 1971 a 2009. Posteriormente esta competición sería renombrada como Europa League.

Europa League. Segundo trofeo continental que entró en vigor en el año 2009, para sustituir a la Copa de la UEFA. El equipo con más entorchados es el Sevilla, con hasta 6 campeonatos.

Champions League. Primer trofeo continental, el cuál entró en vigor en 1955 para sustituir a la antigua Copa de Europa.

Melbourne City. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división de Australia. Este club se fundó el 12 de junio de 2009.

Yokohama F. Marinos. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división de Japón. Este club se fundó en 1972.

Copa Mundial de Clubes. Torneo de fútbol en el que se enfrentan los campeones de las distintas confederaciones del mundo. Coloquialmente es conocido en el argot futbolístico como “mundialito”.

Citizen. Término por el que se conoce a los jugadores y aficionados del Manchester City (ciudadanos).

Roland Garros. Conocido como el Abierto de Francia, es un torneo de tenis que compone los Grand Slam.

US Open. Conocido como el Abierto de Estados Unidos, es otro de los torneos de tenis que componen los Grand Slam.

Mónaco. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división francesa, conocida como Ligue 1. La particularidad de este equipo es que es uno de los pocos clubs que juegan en una liga

que no es nacionalmente suya, ya que el Mónaco se ubica en el principado de Mónaco. Este club se fundó el 23 de agosto de 1924.

La Masía. Término por el que es conocida la cantera del Fútbol Club Barcelona, en la cuál se forma a multitud de jugadores que, posteriormente, pueden suponer un beneficio económico o deportivo para el equipo español.

Schalke 04. Equipo de fútbol perteneciente a la segunda división alemana, conocida como Bundesliga 2. Cabe resaltar que esta misma temporada ha conseguido el ascenso a la Bundesliga (primera división alemana). Este club se fundó el 4 de mayo de 1904.

Real Sociedad. Equipo de fútbol perteneciente a la Liga de Fútbol Profesional de España. Este club se fundó el 7 de septiembre de 1909.

KAS Eupen. Equipo de fútbol perteneciente a la primera división de Bélgica, conocida como Jupiter Pro League. Este club se fundó en 1945.

7. CONCLUSIONES

Tras observar todo lo investigado y expuesto en este Trabajo Fin de Grado, con la idea de iluminar un poco todo el escenario del fútbol mundial, se observa una clara mercantilización ascendente del fútbol. A medida que los años han ido transcurriendo, los jeques multimillonarios han ido adquiriendo mayor poder y protagonismo, quitándose a la verdadera esencia de este deporte, el balón.

La primera idea de este trabajo era cumplir con los objetivos y dar respuesta a todas las hipótesis, pudiendo determinar finalmente que ambas intenciones han sido cumplidas, ya que se ha explicado el proceso de corrupción y sobornos que ha protagonizado la FIFA históricamente hasta el año 2010, donde Qatar fue seleccionada como sede para la Copa del Mundo 2022.

Al mismo tiempo, era esencial reflejar cómo el deporte se ha estado utilizando, in crescendo, como una herramienta de política exterior por parte de Qatar, con el claro objetivo de construir y fomentar su marca. El objetivo de Qatar era lavar su imagen internacional, demostrando ampliamente que ven el fútbol como otra herramienta más.

El país qatari utiliza el deporte como una herramienta, precisamente por la mercantilización del mismo, permitiéndole mantener relaciones sociales y comerciales con diversos países, es un escenario de globalización ampliamente favorable para estas prácticas. Esto beneficia a Qatar ya que le permite demostrar su poderío económico, a la vez que fomenta su influencia

internacional. De la misma forma, se han mostrado todos y cada uno de los nombres de los implicados en las tramas de corrupción de la FIFA. Destacando nombres como los de Joseph Blatter o Sandro Rosell, entre muchos otros.

De forma idéntica a lo anterior, se ha conseguido cumplir con los objetivos específicos que se indican al inicio de este trabajo. El hecho de mostrar las apabullantes cifras económicas que se mueven en el mundo del fútbol, se ha conseguido cumplir con el objetivo de entender que el fútbol moderno se ha convertido en un negocio. Un compendio de cifras vinculadas a los premios de la Copa del Mundo de la FIFA, los fichajes estratosféricos de cada verano, superando siempre al fichaje anterior.

Es necesario destacar que la corrupción y la FIFA no encontraron sus caminos en 2010 con el Mundial de Qatar. Esta tóxica relación viene de muchísimo antes, así se ha ejemplificado a lo largo del trabajo, mostrando gran cantidad de hechos que perjudican la imagen del órgano más importante en el mundo del fútbol. También, a través de cifras, se ha puesto de manifiesto el número de fallecidos que se vinculan a la preparación de este Mundial, además de todas las violaciones de los derechos humanos.

Para una mayor comprensión por parte de los lectores, se ha seguido un desarrollo cronológico para la realización del trabajo. Lo primero era fijar las bases de la FIFA y la Copa del Mundo; posteriormente, era necesario hablar de la oscura historia de esta institución, la cuál incluye la corrupción en cada acto que desarrolla. Todo esto ha concluido en la concepción monetaria de este bello deporte, obviando al casi siempre protagonista, el balón.

La marca Qatar y su sentido de identidad nacional se refleja en el deporte, vinculado a estrategias de nacionalización y participación en las competencias internacionales, pero sobre todo aumenta debido al hecho de ser el encargado de preparar el Mundial, lo que otorga un prestigio incalculable, exportando esta identidad y esta marca con aires de poder y éxito, además de la imagen que aportan sus empresas. Todo el ejercicio de diplomacia que desarrollan tiene como máximos propulsores a los inversores vinculados con diversos clubes europeos y la organización de eventos.

En definitiva, la evolución de Qatar ha sido palpable, ya que ha pasado de ser un desconocido en el marco de los países miembros del Golfo Pérsico en los años noventa, a ser el máximo exponente de esta localización como referente de éxito y poder de cara al escenario internacional. Todo esto se consigue supeditando la imagen de Qatar a los valores del deporte, en especial en lo que se refiere al fútbol.

Si se tuviera que definir con la concepción actual, tendríamos que entenderlo como aquel que da prioridad a los negocios antes que a los valores del deporte. Es cierto que la presencia del factor económico en el deporte no es nada nuevo, pero hasta hace no tanto, seguía primando el deporte sobre todas las cosas. Progresivamente este hecho ha ido cambiando, ya que al adquirir profesionalidad adquiere también una vinculación ineludible con lo económico, hasta que este último factor se ha convertido en el centro de todo. Además de todo esto, hay que sumar los números que aportan los repartos televisivos, repartidos de manera desigual en ligas como la española.

Hace años la única forma de financiación que tenían los clubs eran los beneficios que se adquirirían con la venta en taquillas. Los estadios ahora no es que sean mucho más grandes, pero el desarrollo de las tecnologías han permitido que los partidos puedan tener un número mucho mayor de espectadores. Pero este factor también ha traído suspicacias, ya que en muchas ocasiones se ha establecido el horario de las jornadas según los espectadores de otros países.

Como ya se ha demostrado, los avances tecnológicos han supuesto un gran aumento en las cifras que las televisiones le abonan a la Liga, que a su vez se le hace llegar a los clubes, haciendo que esta sea la principal fuente de ingresos de estas entidades. El reparto de estos ingresos es de todo menos igualitario ya que, al repartirse mayor cantidad, pero con la misma política de siempre (más para los “grandes” y lo que sobre para los “pequeños”), lo que se ha conseguido es aumentar aún más esa desigualdad.

El aumento de estos ingresos para los grandes clubes no hacen más que desvirtuar las competiciones. En el caso de España, los ingresos mayoritarios siempre se los llevan Madrid y Barcelona, haciendo que estos sean los que se alternan los campeonatos, con algún conato de rebeldía por parte del Atlético de Madrid, que no es precisamente un equipo humilde, ya que es el tercero que más ingresa en primera división. Existen ligas donde se hace una excepción, repartiendo estos fondos de manera más igualitaria, por ejemplo la Premier League, en la cuál hasta el último equipo del campeonato tiene más dinero que un equipo de Champions en España, por ejemplo que el Sevilla.

Todo este festival económico hace que, como refleja la encuesta realizada, la mayoría de la gente piense en el fútbol como un gran negocio, en el que se mueven intereses económicos, pero también sociales. El desapego del público frente a las federaciones e instituciones del fútbol no hace más que poner de manifiesto las malas praxis que estos organismos han estado realizando durante años.

Atrás quedan esos años donde el balón movilizaba a las masas, donde el cantar de un gol era más fuerte que cualquier disparo, donde un terreno de juego y un partido podían unir a dos desconocidos, e incluso hacerlos sentir como hermanos. Hoy en día todo eso está en vías de extinción, en este nuevo fútbol de jeques y grandes empresas, un fútbol descafeinado y a la carta donde siempre van a ganar los mismos, salvo algún milagro. Milagro, eso es lo que hace falta para que se vuelva a vivir este deporte con el más puro de los sentimientos, la pasión.

8. BIBLIOGRAFÍA

Albiac, A. (2015): “FIFA: sobornos, corrupción y poco fútbol”, *El Orden Mundial*, 29 de julio. Disponible en: <https://elordenmundial.com/la-fifa-sobornos-corrupcion-y-poco-futbol>

Amnistía Internacional (2016): “Qatar, la copa mundial de la vergüenza”, *Amnistía Internacional*. Disponible en: <https://www.amnesty.org/es/latest/campaigns/2016/03/qatar-world-cup-of-shame/>

Anholt, S. (2006): “Public diplomacy and place branding: Where's the link?”. *Place Brand Public Dipl* 2, 271–275. Disponible en: <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000040>

A. (2022, 1 marzo). Qatar 2022 contrató a ex espías de la CIA para silenciar las críticas a la organización. *MARCA*. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/mundial/2022/03/01/621dc59846163f7c838b45f0.html>

Calemme, M. (2022, 4 febrero). La Serie A planea un torneo paralelo durante el Mundial. *AS.com*. Disponible en: https://as.com/futbol/2022/02/04/internacional/1643998807_787338.html

De San Eugenio, J. y Ginesta, X. (2012). “La construcción de la marca ‘Qatar’ a partir del deporte: ‘sports place branding’ y prensa deportiva catalana”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 19, Núm. 1 533-550. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42537/40446>

de Sevilla, D. (2022, 17 enero). Cómo se adjudicó el Mundial de Qatar y la corrupción en la FIFA. *Diario de Sevilla*. Disponible en:

https://www.diariodesevilla.es/television/adjudico-MundialQatar-corrupcion-FIFA_0_1647436031.html

Eckert, H-J. (2014). “Declaración del presidente del órgano de decisión de la Comisión de Ética de la FIFA sobre el informe del órgano de instrucción de la Comisión de Ética de la FIFA sobre la investigación del proceso de candidaturas para la organización de la Copa Mundial de la FIFA™ 2018/2022”. FIFA.com, 13 de noviembre. Disponible en: <https://img.fifa.com/image/upload/gkbmlhq7gmxvd3rtqoj.pdf>

Esteban, Javier (2017): “Moneyball, el negocio del fútbol moderno”, El Orden Mundial, 21 de agosto. Disponible en: <https://elordenmundial.com/moneyball-el-negocio-del-futbol-moderno>

Moral, Pablo (2018): “Estrellas de Oriente: la diplomacia deportiva en el golfo pérsico”, El Orden Mundial, 22 de marzo. Disponible en: <https://elordenmundial.com/estrellasde-orientela-diplomacia-deportiva-en-el-golfo-persico>

Ortega, A. (2021, 11 abril). Xavi Hernández: la máquina propagandística de Qatar para un Mundial con 6.500 muertos. *elconfidencial.com*. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/mundial/2021-04-11/xavi-hernandezqatar-mundial-cataluna-presos_3020803

Pattison, P., McIntyre, N., Mukhtar, I., Eapen, N., Owasim, M., Bhuyan, U., Bhattarai, U. y Piyari, A. (2021): “6.500 trabajadores inmigrantes han muerto en Qatar desde su elección para celebrar el Mundial de fútbol de 2022”, *ElDiario.es*, 26 de febrero. Disponible en: https://www.eldiario.es/desalambre/6-500-trabajadores-inmigrantes-hanmuerto-qatar-prepar-a-mundial-futbol_1_7256627.html

Pattison, P., McIntyre, N., Mukhtar, I., Eapen, N., Owasim, M., Bhuyan, U., Bhattarai, U. y Piyari, A. (2021): “Revelado: 6.500 trabajadores migrantes han muerto en Qatar desde que se otorgó la Copa del Mundo”, *The Guardian*, 23 de febrero. Disponible en: <https://www.theguardian.com/global-development/2021/feb/23/revealed-migrantworker-death-s-qatar-fifa-world-cup-2022>

P., D. L. (2022, 18 febrero). Una mexicana, condenada a 100 latigazos tras denunciar un abuso sexual en Qatar. *MARCA*. Disponible en: <https://www.marca.com/futbol/mundial/2022/02/18/620fa79be2704e9aa18b458c.html>

Qatar 2022: Aficionados LGTBI+, sÃ-, pero nada de muestras de afecto en los estadios: «EstÃ;n mal vistas». (2021, 1 diciembre). ELMUNDO. Disponible en: <https://www.elmundo.es/deportes/futbol/mundial-defutbol/2021/12/01/61a73e25fc6c83f1188bf472.ht>

Ron, L.A. (2018). "El deporte como política exterior de Qatar", Academia.edu. Disponible en: https://www.academia.edu/39316344/El_deporte_como_pol%C3%ADtica_exterior_de_Qatar

Van Ham, P. (2008): "Place branding: The state of the art". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616(1), pp. 126149. Disponible en: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20080300_cdsp_art_ham.pdf

9. ANEXOS

Ilustración 1. Evolución de los premios económicos del Mundial. Disponible en: <https://www.libremercado.com/2018-06-16/las-cifras-del-mundial-rusia-ya-es-el-mas-caro-d-e-la-historia-con-30000-millones-de-dolares-1276620576/>

Ilustración 2. Ranking de gasto de los equipos desde el año 2000. Disponible en: <https://www.transfermarkt.es/el-bayern-ficha-a-sane-del-city-inversion-en-fichajes-supera-lo-s-1-000-m-euro-desde-2000/view/news/364512>

Ilustración 3. Valor de las ligas más importantes de Europa. Disponible en: <https://elordenmundial.com/mapas/ligas-futbol-europeasmas-valiosas/>

Ilustración 4. Patrocinios de aerolíneas del Golfo con equipos europeos. Disponible en: <https://elordenmundial.com/moneyball-el-negocio-del-futbolmoderno>

Encuesta de realización propia. Disponible en: https://docs.google.com/forms/d/1ir9rXEZzjVJnqJqPID-WlAagcK_V3-XsbLl1uacUoxo/edit?usp=drive_web