



**Grado en Publicidad y Relaciones Públicas**

# **LAS PRÁCTICAS DE SPORTSWASHING EN EL FÚTBOL**

**CONVOCATORIA JULIO 2022**

**Alumno: Alberto Romera Osuna  
Tutor: Francisco Javier Caro González**

## ÍNDICE

1. Introducción .....	3
2. Objetivos .....	4
3. Revisión teórica.....	5
4. Metodología .....	6
5. Investigación sobre las prácticas de <i>sportswashing</i> en el fútbol .....	8
5.1 Regímenes autoritarios como sedes de torneos internacionales.....	8
5.2 La adquisición de clubes europeos por regímenes autoritarios .....	16
5.3 Patrocinio de empresas vinculadas a regímenes autoritarios en grandes clubes de fútbol (Gazprom, Fly Emirates y Qatar Airways).....	21
5.4 Radiografía actual del grado de conocimiento de las prácticas de <i>sportswashing</i> en el mundo del fútbol.....	24
6. Conclusiones.....	27
7. Referencias bibliográficas.....	29
8. Anexos.....	33

## 1. Introducción

En la sociedad actual, la imagen, la reputación y la opinión pública tienen un grado muy elevado de importancia en la gran mayoría de los ámbitos personales y profesionales. Solamente basta con mirar a nuestro alrededor para cerciorarnos. De hecho, la reputación corporativa es uno de los dos indicadores no financieros más populares en el mundo de las organizaciones, tanto privadas como públicas (Alloza, Carreras y Carreras, 2013).

Precisamente, las afirmaciones anteriores nos sirven como punto de partida para empezar a hablar del *sportswashing*, término anglosajón que no cuenta con una traducción literal al castellano, pero cuyo significado está relacionado con el uso del deporte para mejorar la imagen pública del organizador o financiador. Estamos haciendo referencia directa a un lavado de imagen (*washing*) a través de los deportes (*sports*). Este término fue acuñado en 2015. Entonces se usó para explicar casos como Azerbaiyán, un país con riqueza petrolera pero también un historial de violaciones de derechos humanos, que patrocinó al Atlético de Madrid y albergó eventos deportivos como la final de la Europa League o su primera carrera de Fórmula 1 (Sutherland, 2019). Sin embargo, este término se popularizó gracias a Amnistía Internacional en 2018 para describir el uso del deporte por parte de gobiernos opresivos para legitimar sus regímenes y distraer la atención de sus abusos contra los derechos humanos (Zidan, 2022).

Este concepto será nuestro objeto de estudio, pero nos centraremos exclusivamente en las prácticas de *sportswashing* relacionadas con el fútbol. Este acotamiento obedece a la necesidad de restringir la investigación a un único deporte para aumentar la precisión de nuestro análisis. Asimismo, la elección del fútbol como el principal foco de atención del trabajo nos permite tener acceso a un mayor número de publicaciones debido a la naturaleza mediática y universal que caracteriza a este mismo deporte. Igualmente no debemos olvidarnos de lo que ocurre en otras disciplinas deportivas con el objetivo de recabar una información lo más completa y contextualizada posible, ya que hay determinadas prácticas que se repiten de forma casi idéntica en diferentes deportes.

Para profundizar en el objeto de estudio que nos incumbe tendremos que indagar en la evolución histórica que han experimentado las prácticas de *sportswashing* en el fútbol. Para ello señalaremos un hito inicial que se corresponde con la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 1934 en la Italia de Benito Mussolini. A partir de tal acontecimiento, incluido el mismo, nuestra labor se basará en desgranar y analizar cualquier uso del fútbol como herramienta política para tapar las vulneraciones de los derechos humanos, desviar la atención de la corrupción y consolidar su legitimidad en el poder.

## 2. Objetivos

El objetivo general de este trabajo es acercarnos al concepto de *sportswashing* y determinar el impacto de su práctica en el mundo del fútbol. Teniendo en cuenta esta premisa no podemos olvidarnos que existen diferentes estrategias comunicativas que se encuadran dentro de nuestro objeto de estudio. Por ello, hemos trazado una serie de objetivos específicos que nos permitan alcanzar el objetivo inicial planteado.

A continuación, procedemos a enumerar los objetivos específicos del trabajo:

- Objetivo específico 1. Investigar y aproximarnos a los países que se encargan de organizar y albergar una competición de fútbol para la legitimación de un determinado régimen.
- Objetivo específico 2. Analizar aquellos casos en los que determinados gobiernos se han convertido en propietarios de clubes, incluso llegando a tener una red de equipos a su disposición, así como medios de comunicación deportivos para poder lavar la imagen de su administración.
- Objetivo específico 3: Conocer y analizar a aquellas empresas que estando estrechamente vinculadas con determinados regímenes políticos guardan una relación basada en el patrocinio con algunos de los principales clubes de fútbol.

### 3. Revisión teórica

En este apartado vamos a repasar los trabajos ya realizados por otros con el fin de detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles a los propósitos del estudio, así como extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación.

En primer lugar, nuestra labor se centra en conocer si nuestro objeto de estudio ha sido utilizado en otros trabajos de investigación de forma repetida o por el contrario no ha sido tan examinado con anterioridad. Para tal exploración debemos emplear herramientas tales como Google Académico o Scopus.

Tras realizar una exhaustiva búsqueda en estas plataformas nos cercioramos que existe un número interesante de publicaciones relacionadas con las prácticas de *sportswashing* en el deporte. La gran mayoría de las publicaciones están escritas en inglés como es el caso de *Sportswashing: The 2022 Beijing Olympics* o *Sportswashing and Atrocity: The 1978 FIFA World Cup*. Pero si nos fijamos exclusivamente en el fútbol, que es el deporte que nos interesa en el estudio, las referencias bibliográficas bajan de forma considerable. Quizás este escaso número de resultados se explica, entre otras cosas, porque el término *sportswashing* fue acuñado en 2015. Por ello, nos hemos fijado en las referencias bibliográficas que responden a las búsquedas centradas en la propaganda en el fútbol. Utilizando esta estrategia encontramos publicaciones como *La Política en el deporte: propaganda a través del fútbol*, *Una propuesta educativa a través del fútbol: propaganda política* y *Franquismo en la I Copa del Generalísimo o Fútbol y Dictaduras. Resistencia vs Propaganda*. Aunque todas las muestras de propaganda en el fútbol no sean prácticas propias de *sportswashing*, esta información nos será de gran utilidad ya que, como hemos mencionado con anterioridad, las prácticas de *sportswashing* en el fútbol, no cuenta con demasiadas investigaciones previas en el ámbito académico.

Sin embargo, las prácticas de *sportswashing* en el fútbol representan una temática que presenta dos características diferentes, pero complementarias entre sí. Por un lado, estamos ante un objeto de estudio que se ha explorado con poca asiduidad en momentos anteriores. Pero, por otro lado, el fútbol aparece como parte de la ecuación y eso significa estar ante uno de los deportes más mediáticos y extendidos del mundo. Por ello, todo lo que tiene que ver con el balompié genera interés en la gran parte de la población. Precisamente por eso, los medios de comunicación, conscientes de los gustos y las preferencias de sus audiencias, han publicado en los últimos años mucha información sobre las prácticas de *sportswashing* que rodean al mundo del fútbol. Estamos hablando de la celebración de eventos deportivos internacionales en países autoritarios, la compra de clubes por parte de determinados fondos de inversión vinculados a ciertos gobiernos de dudosa transparencia en su gestión o los contratos de patrocinio que unen a ciertos grandes clubes de fútbol con empresas relacionadas con regímenes políticos donde se vulneran los derechos humanos.

Teniendo en cuenta este hecho debemos afirmar que nuestro trabajo se supedita tanto a las publicaciones de los medios de comunicación (periódicos, revistas especializadas, podcasts, ...), así como a los trabajos académicos que resulten interesantes para desarrollar y completar nuestra investigación con el mayor rigor posible.

#### 4. Metodología

La metodología que vamos a emplear para esta investigación es mixta, es decir emplearemos tanto métodos cualitativos como cuantitativos, debido a que no existe mucha información sobre este concepto, y precisamente esta combinación de procedimientos nos permitirá profundizar y analizar el tema en cuestión desde distintas perspectivas.

La investigación está orientada hacia un enfoque exploratorio, ya que al tratarse de un asunto a priori desconocido por la gran mayoría de la sociedad iremos conociendo más información conforme avancemos en nuestro trabajo. Asimismo, el estudio será descriptivo, porque se buscará describir cuál es la realidad detrás de las prácticas de *sportswashing* en el mundo del fútbol. Para ello será fundamental incidir en aquellos puntos que parezcan relevantes en nuestra exploración.

En primer lugar, en la investigación trataremos de recopilar información correspondiente a la evolución de las prácticas de *sportswashing* en el mundo del fútbol. Para ello, necesitaremos buscar casos concretos que hayan ocurrido a lo largo de los años tomando la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 1934 en la Italia de Benito Mussolini como hito inicial. En esta fase del estudio dedicaremos nuestros esfuerzos principalmente a recabar información para analizar de forma pormenorizada diferentes acontecimientos que nos permitan conocer una perspectiva histórica de este tipo de prácticas, algo indispensable si queremos lograr los objetivos marcados en el trabajo.

Una vez conozcamos la evolución histórica de las prácticas de *sportswashing* en el fútbol nuestra labor se centrará en hacer una radiografía actual de este fenómeno. Para ello, emplearemos un método cualitativo como es la entrevista en profundidad en las que contactaremos con perfiles relacionados con el tema. Asimismo, no queremos olvidarnos de un aspecto fundamental en esta clase de asuntos. En este caso nos referimos a la opinión pública y al grado de conocimiento que tiene la sociedad actual sobre las prácticas que nos conciernen. Para ello realizaremos una encuesta con una muestra aproximada de 200 personas, tamaño que consideramos lo suficientemente grande como para sacar conclusiones que nos ayuden a determinar si la población es consciente de la existencia de este tipo de prácticas.

La encuesta propuesta consta de esta serie de preguntas y respuestas.

1. ¿Cuál es tu sexo? Hombre/ Mujer.
2. ¿Qué edad tienes? Menos de 18 años/ Entre 18 y 24 años/ Entre 25 y 45 años/ Entre 45 y 64 años/ Más de 65 años.
3. ¿Sabes lo que es el *sportswashing* sin buscarlo en Google? Sí/ No.
4. ¿Te consideras aficionado al fútbol? Sí/ No.
5. ¿Eres seguidor de algún equipo de fútbol? Sí/ No.
6. ¿Verías bien que algún fondo de inversión vinculado a un régimen autoritario se convirtiera en propietario del club al que apoyas? (Como ha ocurrido con PSG, Manchester City, Newcastle, ...) Sí/ No.
7. ¿Ves bien que países como Catar o Arabia Saudita (países autoritarios) alberguen eventos deportivos? (Ejemplos: Mundial Catar 2022 o la Supercopa de España en Arabia Saudita)? Sí/ No/ Me da igual.

Las encuestas se publicaron el lunes 9 de mayo de 2022 y consideramos válidas todas las respuestas que recibimos hasta el domingo 15 de mayo. Es decir, las 217 respuestas que nos llegaron fueron contestadas y entregadas durante esa misma semana. Por supuesto debemos mencionar que el formulario lo hicimos a través de Google Forms y la difusión de las encuestas se realizó vía diferentes grupos de WhatsApp, así como por redes sociales, concretamente mediante mi perfil de Twitter. Gracias a estas dos plataformas digitales fue sencillo encontrar tantas respuestas en cuestión de 7 días.

Asimismo, las entrevistas que incluiremos en el trabajo tendrán 6 preguntas que tienen el objetivo de permitir que el entrevistado pueda compartir su punto de vista sobre el tema en cuestión. Los entrevistados tienen un rasgo en común muy claro y es que son profesionales del periodismo deportivo. Tanto Carlos Hidalgo, que encabeza la sección de deportes de Onda Cero Andalucía, como Manuel González, periodista deportivo en Canal Sur Televisión, fueron entrevistados vía correo electrónico. Por lo que mis preguntas y sus respuestas fueron enviadas escritas sin necesidad de transcripción posterior. Sin embargo, seguimos otro procedimiento en la entrevista a Iñaki María Avial, periodista freelance experto en fútbol internacional. Con Iñaki empleamos las facilidades que nos da WhatsApp. Le enviamos las preguntas escritas y él nos respondió a través de notas de audio, por lo que sí fue necesaria la transcripción de todas sus palabras. Por último, debemos añadir que todas las entrevistas se realizaron a mediados del mes de mayo.

A continuación os dejo por aquí estas cuestiones:

¿Cuál debería ser el tratamiento de la información por parte de los principales medios de comunicación ante las prácticas de *sportswashing* en el fútbol?

¿Sirve el fútbol para blanquear dictaduras o por el contrario puede convertirse en una oportunidad perfecta para denunciarlas?

¿Se ha convertido el deporte en general y el fútbol en particular en una herramienta geopolítica?

¿Qué papel juegan los organismos internacionales ante las prácticas de *sportswashing* que existen en el mundo del fútbol?

¿Piensas que los futbolistas deberían negarse a asistir a aquellos eventos deportivos que se celebren en países autoritarios (por ejemplo, Mundial de Catar 2022)?

La Real Federación Española de Fútbol (RFEF) ha confirmado que la Supercopa de España se seguirá celebrando en Arabia Saudí hasta el año 2029. ¿Crees que este tipo de prácticas de *sportswashing* se acabarán en algún momento o será algo que se extienda en el tiempo?

## 5. Investigación sobre las prácticas de *sportswashing* en el fútbol

### 5.1 Regímenes autoritarios como sedes de torneos internacionales

A continuación, procedemos a detallar de forma cronológica algunos de los grandes eventos futbolísticos de carácter internacional que se han celebrado en países autoritarios como parte de una estrategia de lavado de imagen orquestada bajo la batuta de sus respectivos gobiernos.

La celebración de la segunda edición del Campeonato Mundial de Fútbol masculino organizado por la FIFA, que tuvo lugar en Italia entre el 27 de mayo y el 10 de junio de 1934, será nuestro punto de partida en nuestro recorrido histórico por las competiciones futbolísticas de índole mundial que fueron empleadas con fines propagandísticos. Tras el gran éxito que tuvo el primer torneo de 1930 en Uruguay fue la primera vez que se celebraría en un país del continente europeo.

Italia vivía bajo el yugo del fascismo. Un movimiento político que nació oficialmente la noche del 23 de marzo de 1919, cuando Benito Mussolini fundó en Milán el grupo *Fasci italiani di combattimento*. Este grupo reunía a combatientes de la Primera Guerra Mundial, un conflicto que había dejado al país transalpino, como casi toda Europa, sumido en una profunda crisis política, económica y social. Con el paso de los años Mussolini fue ganando poder gracias al apoyo del Rey Víctor Manuel III, de grandes empresarios y del Vaticano, llegando a emplear la violencia si era necesario. En 1925, Benito Mussolini asumió todos los poderes y transformó el régimen parlamentario y democrático en un estado totalitario regido por la falta total de libertades individuales, políticas, de organización y de pensamiento (Attanasio, 2019).

En lo que se refiere a nuestro objeto de estudio, la dictadura de Mussolini empezó a manipular e intervenir de forma deliberada en el fútbol italiano nada más llegar al poder. A medida que el deporte cobraba mayor importancia para la población, el gobierno lo controlaba de forma más estricta. El fútbol era tan popular en Italia, y tanto deseaba Mussolini utilizarlo para sus propios fines propagandísticos y nacionalistas, que Italia organizó la Copa Mundial de la FIFA de 1934. El dictador italiano buscaba dar a conocer el régimen fuera de sus fronteras, así como aumentar el sentimiento de identidad nacional dentro de Italia. Italia ganó el torneo, ayudando a lograr ambos objetivos. El fútbol se convirtió en uno de los pilares del régimen de Mussolini. De hecho, Italia logró la primera posición tanto en la competición de fútbol de los Juegos Olímpicos de Berlín 1936 como en la Copa Mundial de la FIFA celebrada en Francia en el año 1938 (Manas, 2013).

Italia fue acusada de gozar de arbitrajes favorables durante el desarrollo del torneo. La final de la Copa Mundial tuvo como protagonistas a Checoslovaquia e Italia que se midieron en el Estadio Nacional del Partido Nacional Fascista (Roma) ante más de 50000 espectadores. Italia se proclamó campeona del mundo tras vencer por 2 a 1 a su adversario, algo que contribuyó aún más a exportar un lavado de imagen de la Italia de Benito Mussolini.

Al igual que el país transalpino fue la cuna del fascismo, también es el germen de muchas prácticas de *sportswashing* que se han ido desarrollando con el paso de los años. De hecho, estas estrategias no pasaron desapercibidas para altos cargos de otros países autoritarios de índole fascista como la Alemania nazi de Adolf Hitler. Joseph Goebbels,



ministro de Propaganda durante el nazismo, fue uno de los principales impulsores de este tipo de estrategias. Prueba de ello, la celebración de los Juegos Olímpicos de 1936 en Berlín, un acontecimiento deportivo en el que nos detendremos en las próximas líneas para analizar cuáles eran las intenciones propagandísticas del gobierno encabezado por Hitler. Lógicamente nos centraremos especialmente en el torneo olímpico de fútbol, ya que es el deporte que nos sirve como referencia en el desarrollo de este trabajo.

El Comité Olímpico Internacional nombró a Berlín como sede de los Juegos Olímpicos en 1931, antes de que Adolf Hitler llegara al poder. De hecho, la noticia de la designación llegaría durante la República de Weimar, incluso Berlín se impuso a otras candidatas como era el caso de Barcelona.

En la elección de la capital alemana tuvieron mucho peso los argumentos políticos. La designación era muy arriesgada. El país vivía inmerso en una grave crisis económica y política. La tasa de desempleo había subido hasta los 5 millones de personas, y el nacionalsocialismo se encontraba a la vuelta de la esquina. De alguna forma, como señalan algunas fuentes, fue la maniobra internacional para acoger y contentar a Alemania tras sus duras sanciones económicas y el aislamiento llevado a cabo por los países de la Triple Entente en el Tratado de Versalles (Joric, 2021).

La dictadura nazi pretendía proyectar una buena imagen de cara al exterior de forma que todos los países vieran a Alemania como una potencia mundial en la que existía una estabilidad política, económica y social. Ciertamente es que las persecuciones contra judíos y gitanos que ya habían comenzado tres años antes se suavizaron, pero solamente era un disfraz para ocultar que la vida en Berlín ya estaba marcada por una política férrea de segregación racial que no solo impidió a los judíos competir y formar parte de las federaciones deportivas en los Juegos, sino tampoco tener un hueco en la vida social, estando prohibido que accedieran a determinadas zonas urbanas, tiendas e instalaciones deportivas.

Asimismo, el Tercer Reich buscó asociar la imagen apolínea y hercúlea de los deportistas olímpicos con la supremacía de la raza aria. Para lograr este objetivo pusieron en marcha probablemente la mayor campaña de propaganda de la historia que incluiría cartelería, música clásica y desfiles militares. De hecho, Leni Reifenstahl grabó un documental llamado Olympia en el que dejó constancia de toda la celebración del evento olímpico. Gracias a esta pieza audiovisual podemos contemplar los efectos de la propaganda del imperio nazi como si estuviéramos en tal acontecimiento histórico (Zamorano, 2021).

Lo cierto es que Adolf Hitler no se mostraba favorable a la celebración de los Juegos Olímpicos en Berlín, de hecho los consideraba como un problema heredado del gobierno anterior. Además, la inversión en infraestructuras afectaría a fines fundamentales del régimen nazi como la remilitarización de la nación. La intermediación de su ministro de Propaganda, Joseph Goebbels, fue decisiva a la hora de convencer al dictador. Goebbels manifestó que los Juegos Olímpicos de 1936 eran la ocasión perfecta para mostrar a todo el mundo una imagen positiva y poderosa del país. También hizo hincapié en que la entrada de divisas extranjeras sería beneficiosa para la economía. Como hemos mencionado con anterioridad en este trabajo, sus ideas se inspiraron en la Italia fascista, ya que Mussolini había sacado rédito político de las victorias de su país en los Juegos Olímpicos de Los

Ángeles en 1932, donde el país transalpino fue segundo en el medallero. Asimismo, la organización del campeonato del mundo de fútbol de 1934 fue considerado como un gran evento propagandístico de exaltación nacional. Todas estas razones acabaron convenciendo a Adolf Hitler (Joric, 2021).

En lo que refiere al torneo olímpico de fútbol de Berlín en 1936 debemos decir que Italia se consagró como campeona de un evento que congregó a 16 equipos nacionales. Sin embargo, la controversia no quiso perderse esta competición ya que se produjo de forma injustificada la anulación de un partido correspondiente a los cuartos de final que enfrentaba a Perú y Austria. El encuentro acabaría con una victoria por 4 goles a 2 a favor de los peruanos, pero el régimen nazi no veía con buenos ojos a los atletas sudamericanos, considerándoles como una raza inferior a la aria. Por lo que alegaron una supuesta invasión de campo de los peruanos para que el partido quedase suspendido y anulado. El Comité Olímpico Internacional dio la razón a Hitler ordenando que el partido se repitiera a puerta cerrada, algo a lo que se negaron los peruanos. Para colmo el equipo sudamericano había presenciado la sospechosa anulación de tres goles durante el partido que debía repetirse sin público, algo que provocó que la victoria fuera otorgada a Austria, selección que finalmente quedaría en segunda posición (Zamorano, 2021).

En las próximas líneas daremos un gran salto en la historia, pues procedemos a analizar la Copa Mundial de la FIFA de 1978, un evento deportivo que se celebró en la Argentina de Jorge Videla. Sin lugar a dudas, esta competición futbolística de carácter internacional es un ejemplo más de *sportswashing*, pues como detallaremos en próximos párrafos sirvió a la junta militar que controló al país entre 1976 y 1983 para encubrir crímenes y actuaciones que atentaban contra los derechos humanos.

En primer lugar, vamos a centrarnos en el contexto político y social del país sudamericano en aquellos años del último tercio del siglo XX. El teniente general Jorge Videla encabezó un golpe de Estado en marzo de 1976 en contra del gobierno de Isabel Perón. En el momento de esta sublevación militar, muchos argentinos eran favorables a este movimiento y apoyaban el gobierno militar una vez que hubiera llegado. Al asumir el control, la junta militar estableció un proceso de reorganización nacional. Para ello, Jorge Videla declaró que su deber era defender la ley y el orden contra la intromisión de los insurgentes impulsados por las ideas del peronismo, asociado con los gobernantes anteriores Juan e Isabel Perón. La junta militar dirigida por Videla buscó el regreso a una identidad basada en la disciplina, el trabajo duro y las jerarquías agudas, así como de forma simultánea presentaba al peronismo como la principal fuente de los males sociales argentinos (Sheinin, 2012).

Con el objetivo de culpar a los peronistas de todo lo negativo que ocurría, la junta militar declaró la llamada “guerra sucia” contra este enemigo desde adentro. Si bien se presentó como una lucha contra el problema real del terrorismo interno, la naturaleza y el tamaño de esta amenaza fueron tergiversados en gran medida en favor de los intereses de Jorge Videla (Lewis, 2002).

Bajo este contexto se cometieron auténticas atrocidades entre 1976 y 1983. Aunque desconocemos con total certeza cuáles fueron las consecuencias de esta serie de actuaciones, si manejamos estimaciones que indican que desaparecieron unas 30000 personas, y muchos otros argentinos fueron encarcelados ilegalmente o se exiliaron a otros

países. Los desaparecidos fueron llevados a uno de los muchos campos de concentración en todo el país, donde fueron torturados y finalmente asesinados por los militares. El propio Jorge Videla y otras figuras importantes como el gobernador militar de Buenos Aires afirmaron que, por motivos de seguridad nacional, era preciso que murieran cuantas personas fueran necesarias (Marchak, 1999).

Una vez que conocemos el contexto político y social de la Argentina de Videla es el momento de analizar la celebración de la Copa Mundial de la FIFA de 1978 en este mismo país sudamericano. En 1964, en el congreso de la FIFA en Tokio, Argentina recibió los derechos de sede de la Copa del Mundo de 1978 (Goldblatt, 2006).

En 1978, la nación anfitriona acababa de experimentar un golpe militar y se desarrolló una campaña de atrocidades orquestada por el gobierno contra todos aquellos que se mostraron insumisos frente a la junta militar. Asimismo, las violaciones de los derechos humanos eran rutinarias, algo que unido al desorbitado gasto del gobierno (una cantidad cercana a los 700 millones de dólares) hacían incomprensible que un país como Argentina acogiera un evento de estas características (Galeano, 2018). Esta cantidad de millones superaría con creces lo que el gasto de España en el mismo evento que se celebraría 4 años más tarde en el país del europeo y por supuesto, mucho más allá de las restricciones presupuestarias argentinas (Goldblatt, 2006).

Con todos los acontecimientos mencionados no sorprende que hubiera mucha oposición a que la Copa del Mundo de la FIFA de 1978 se celebrase en Argentina, de hecho organizaciones como Amnistía Internacional lo manifestaron públicamente de forma reiterada. Además, muchos periodistas y representantes extranjeros se sumaron a este rechazo y comenzaron a presionar a la junta sin descanso sobre la vulneración de derechos humanos del país, influenciados por las imágenes de las Madres de Plaza de Mayo, un grupo de mujeres que presionaban a la junta dirigida de Jorge Videla para que se supiera qué había pasado con sus hijos desaparecidos (Feitlowitz, 2011).

La junta militar no se quedó paralizada ante las presiones citadas y contrató a Burson-Marsteller, una empresa estadounidense dedicada a las relaciones públicas, para que se encargase de administrar el perfil público de la Copa del Mundo (Goldblatt, 2006), e incluso se les unió el exsecretario de Estado de los Estados Unidos, Henry Kissinger, para agregar un aire de legitimidad. Sin embargo, la forma más potente de manipulación y lavado de imagen llevado a cabo por el gobierno de Jorge Videla se produciría durante el desarrollo de la propia competición (McDonnell, 2008).

Lógicamente, Argentina se clasificó automáticamente para la Copa Mundial de la FIFA de 1978, al igual que hacen todos los anfitriones en este tipo de campeonatos. Durante el desarrollo de la primera fase de la competición el combinado argentino se vio favorecido en general por las decisiones arbitrales (Winner, 2008), Pero, quizás uno de los momentos más sospechosos de los argentinos en este torneo se dio en la segunda fase, concretamente en la eliminatoria frente a Perú, que había tenido buenas actuaciones en la primera fase. La actuación dudosa de Perú en el encuentro ante Argentina provocó que circularan numerosas historias fuera del campo que apuntaban a la manipulación, incluidas grandes sumas de dinero supuestamente intercambiando manos entre funcionarios argentinos y peruanos, así como la visita del propio Videla al campo (Winner, 2008).

La final del torneo tuvo a Holanda y al país anfitrión como protagonistas. El partido comenzó algo más tarde, algo inusual en un evento de estas características debido a las protestas de los jugadores de Argentina en un intento de despistar a la oposición. Cuando la final comenzó, el juego se vio empañado por muchas decisiones a favor de Argentina, en medio de una atmósfera creada por la multitud (Stevenson, 2010). Si bien el partido se fue a la prórroga, los goles de Mario Kempes y Daniel Bertoni aseguraron el primer campeonato de Argentina en la Copa del Mundo.

La condición de anfitriona y campeona de Argentina en la Copa Mundial de la FIFA de 1978 desvió por completo la atención de la ciudadanía, que durante la competición llegó a olvidarse de las atrocidades que se estaban cometiendo (Stevenson, 2010). Al éxito argentino le siguió una gran ola de patriotismo que legitimó el poder y el control de la junta militar encabezada por Jorge Videla, que seguiría persiguiendo a todos aquellos que no fueran afines a sus ideas (McDonnell, 2008). De hecho, un autor sobre la “guerra sucia” que hubo en el país sudamericano llegó a argumentar que las celebraciones de la Copa del Mundo fueron el punto en el que Argentina era más fascista (Feitlowitz, 2011).

Una vez que sabemos el alcance de las atrocidades cometidas en ese momento, así como la forma de distraer a sus ciudadanos de lo que realmente estaba sucediendo en el país por rédito político, lo que está claro es que este Mundial nunca debió realizarse. Jorge Videla seguiría en el poder 5 años más, hasta que fue derrocado en 1983 como consecuencia de la vergüenza del país en la Guerra de las Malvinas. Desde entonces, muchos miembros de la junta han sido encarcelados por los crímenes que cometieron.

Tras repasar las prácticas de *sportswashing* que experimentaron Italia, Alemania y Argentina en los años 1934, 1936 y 1978 respectivamente, es el momento de analizar muestras más cercanas a nuestro tiempo. Para ello, nos detendremos en el caso de Rusia como sede de la Copa Mundial de la FIFA de 2018.

La Copa Mundial es el torneo insignia de la FIFA. Precisamente por ello nos llama la atención que tal institución eligiera oficialmente en diciembre de 2010 a Rusia como país anfitrión de la edición del campeonato que se disputó en el año 2018. También debemos subrayar que en diciembre de 2008 se decidió que se elegirían dos sedes mundialistas a la vez, algo que no había ocurrido nunca antes y que pasó desapercibido para la gran mayoría. El Comité Ejecutivo de la FIFA aceptó formalmente dicho procedimiento de candidatura simultánea en su reunión de finales de diciembre de 2008 celebrada en Tokio (López Herraiz, 2021).

¿Por qué nos llama la atención la elección de Rusia? Pues porque este mismo país vivía, y vive, inmerso en la peor crisis de derechos humanos desde la era soviética. El presidente ruso, Vladimir Putin, surgió como el gran ganador, utilizando la celebración de este megaevento deportivo para lavar la imagen de su gobierno. Asimismo, la elección de la candidatura rusa, en mayor o menor medida, legitimó su estancia en el poder.

En 2017, la FIFA adoptó una política de derechos humanos, llegando a comprometerse a tomar medidas para preservarlos, incluso instituyó un nuevo programa de inspecciones laborales en sitios de construcción. Sin embargo, la creciente represión de Rusia contra la

ciudadanía que se califica como oposición, su ley de propaganda anti-LGTB y las muertes de los trabajadores que se dedicaban a construir nuevos y relucientes estadios, la elección de esta sede sirvió muy poco para contrarrestar los abusos de derechos que se viven en Rusia (Worden, 2018).

Por si todo lo expuesto en el párrafo anterior pareciera poco, la celebración de este torneo en suelo ruso permitió a Ramzan Kadyrov, gobernante checheno, una vía inmejorable para lavar su imagen y su reputación. Recordemos que Chechenia es una provincia rusa que protagoniza crímenes de honor, también conocidos como asesinatos de honor que consisten en matar a una persona por parte de uno o varios miembros de su familia debido a la creencia de que la víctima, habría causado desprestigio a su familia a causa de su comportamiento sexual. También podemos presenciar en esta zona tanto la quema de casas como las amenazas públicas a periodistas y defensores de los derechos humanos. Sabiendo todo esto, en enero de 2018, uno de los líderes del último grupo que defendía los derechos humanos en esta provincia rusa fue detenido y semanas después la FIFA anunció que Chechenia sería sede de entrenamiento de la Copa del Mundo. Durante el torneo, Kadyrov, como era de esperar, abrazó públicamente a jugadores estrella, incluido Mohamed Salah, para pulir su propia reputación haciéndose pasar por otro adorable aficionado al fútbol (Worden, 2018).

A Putin le interesaba que todo saliera sin fallos ni escándalos para mostrar fortaleza y capacidad organizativa ante los propios rusos y ante el resto de países del mundo. Para ello, el Kremlin no podía escatimar gastos, pues estaba en juego su reputación como potencia mundial. La organización de una cita deportiva como la Copa Mundial de la FIFA o unos Juegos Olímpicos requiere de una gran inversión por parte del país anfitrión. En el caso de Rusia, el gobierno de Vladímir Putin reconoce haber invertido una cantidad aproximada de 16000 millones de dólares, pero, tal y como explica el profesor de Marketing de EAE Business School, Francesc Rufas, "puede que el gasto total se dispare hasta los 30000 millones: 13300 millones es de inversión en estadios y 16800 millones en otras infraestructuras y organización" (Malagón, 2018). Estas cifras desorbitadas responden a varias cuestiones, pero obviamente destaca la altísima inversión que Rusia ha dedicado a la construcción de 6 estadios completamente nuevos para la cita mundialista, llegando a ser la inversión más cara hasta la fecha.

Según la FIFA, la Copa Mundial de 2018 alcanzó los 3572 millones de espectadores. Asimismo, la final entre Francia y Croacia que se disputó el 15 de julio tuvo una audiencia total de 1120 millones, que incluye 884,37 millones de telespectadores a través de la televisión tradicional y a más de 231,82 millones fuera de casa y en dispositivos digitales. Estos datos sirven para poner en valor la magnitud de este evento deportivo. Es normal que algunos mandatarios de regímenes autoritarios vean en ellos una oportunidad única de lavar la reputación asociada a sus gobiernos, tanto en la imagen que se proyecta a nivel nacional como internacional.

Los países anfitriones de la Copa Mundial de la FIFA se benefician de altas dosis de prestigio mundial. Este hecho permite, tanto a la FIFA como a todos los amantes del fútbol en general, exigir que los anfitriones respeten los derechos humanos básicos y la dignidad humana. La FIFA, una vez más, desperdició esta oportunidad al igual que ha ocurrido con la designación de Catar como sede de la Copa Mundial de la FIFA de 2022.

El año 2022, que comienza con la celebración de los Juegos Olímpicos de Invierno en Pekín y termina con la Copa del Mundo en Qatar, puede considerarse la muestra más actual de la vigencia que tienen las prácticas de *sportswashing* en la sociedad. Nuestro trabajo se centra en el mundo del fútbol, pero no podíamos perder tal ocasión para decir que en el transcurso de un período de 12 meses, países como China y Catar, criticados por sus continuas violaciones de los derechos humanos, utilizarán eventos deportivos de prestigio para pulir su imagen pública en un escenario internacional. Para Catar, el deporte podría ser un instrumento importante para la construcción de la nación, mientras que para China, tal vez sea una afirmación pública de su creciente poder y estatus global (Chadwick, 2021).

A continuación, vamos a centrarnos en el caso de Catar que albergará la Copa Mundial de la FIFA de 2022, siendo la primera ocasión en la que este torneo se dispute en el mes de noviembre. Este cambio se debe a que las temperaturas del país ubicado en la Península Arábiga son demasiado altas en el período estival. Lógicamente, esta modificación de fechas supone un efecto muy significativo en las ligas de fútbol europeas, pues generalmente, las temporadas se desarrollan desde finales de agosto hasta mediados de mayo, por lo que evidentemente se vería interrumpida por tal evento que se celebraría en los meses de noviembre y diciembre. Por lo que la elección de Catar provoca una alteración trascendental de la temporada 2022-2023 (López Herraiz, 2021).

No estamos descubriendo la pólvora si afirmamos que Catar protagoniza a diario numerosos casos de violaciones de los derechos humanos. Según una investigación publicada en febrero de 2021 por el periódico británico The Guardian, desde la elección de Catar como sede mundialista por el Comité Ejecutivo de la FIFA el 2 de diciembre de 2010 - misma fecha que la elección de Rusia - han muerto más de 6500 trabajadores migrantes en la construcción de estadios que albergarán el evento deportivo. Los países de procedencia serían India, Pakistán, Nepal, Bangladesh y Sri Lanka, aunque puede que estemos ante una subestimación, pues la investigación no incluye datos de otros países como Kenia y Filipinas que envían un número significativo de trabajadores a Catar (Zidan, 2022).

Todas las ilegalidades mencionadas se han agravado con motivo de la pandemia originada por la COVID-19. De hecho, algunos empresarios usaron esta situación para negarse a pagar salarios a muchos operarios. Se estima que hay 1,7 millones de trabajadores migrantes involucrados en la construcción de infraestructuras destinadas a la Copa Mundial de Catar 2022, lo que supera el 90% de la mano de obra total. Estos operarios sufren aterradoras condiciones de vida. Según Amnistía Internacional (2016) había trabajadores viviendo en habitaciones para 8 o más personas. Sin embargo, el derecho catari autoriza como máximo 4 camas por habitación y prohíben el uso compartido de camas. Asimismo, todos estos peones de obras reciben constantes amenazas y no tienen la posibilidad de cambiar de trabajo o huir del país, ya que si desean irse de Catar deben obtener un permiso de salida admitido por su empresa. Pero los empleadores no suelen prestar atención a estas peticiones o les indican que no pueden marcharse hasta la finalización del contrato, lo que podría significar otros dos años más (López Herraiz, 2021).

En el momento en el que se eligió a Catar como sede mundialista, la FIFA debería haber sabido, o quizás sabía, que los trabajos relacionados con la construcción se convertirían en una muestra clara de explotación laboral y sistemática de los obreros migrantes. Estos mismos denuncian condiciones laborales precarias que atentan contra los derechos

humanos y la dignidad humana, de hecho ni siquiera cobran lo establecido y se ven obligados a endeudarse para poder sobrevivir económicamente durante su estancia en Catar. Toda esta información aparece en el informe ¿Cómo podemos trabajar sin salario? Abusos salariales que enfrentan los trabajadores migrantes antes de la Copa Mundial de la FIFA 2022 de Catar, publicado por Human Rights Watch (HRW).

Todos estos datos exponen públicamente el fracaso de la FIFA al permitir que miles de personas queden desamparadas en Catar, y eso en el mejor de los casos puesto que todavía hay mucha desinformación en cuanto a los fallecidos en estas obras faraónicas. Si dejamos atrás los datos que son muy fríos, hay múltiples historias de familias destruidas que se han quedado sin su soporte principal, que luchan por obtener una indemnización y están confundidas sobre las circunstancias de la muerte de su ser querido (López Herraiz, 2021).

En la última década, el país anfitrión de la Copa Mundial de la FIFA 2022 se ha embarcado en un programa sin antecedentes en materia de construcción, puesto que las autoridades cataríes han planificado y coordinado la creación de 7 nuevos estadios de fútbol. Asimismo, Catar ha puesto en marcha muchas propuestas importantes como un nuevo aeropuerto, la construcción de carreteras, la mejora y creación de nuevos sistemas de transporte público, la edificación de hoteles, incluso una nueva ciudad que albergará la gran final del Mundial. Todas estas infraestructuras tienen la misión de proyectar al mundo una imagen de Catar como país estable en materia política, social y económica, así como mostrar aires de modernidad y vanguardia ante la atenta mirada del público internacional. Sin embargo, la realidad es que la anfitriona del próximo campeonato mundial de fútbol utiliza a los obreros migrantes como esclavos para obras faraónicas. Además, las vulneraciones de los derechos humanos son constantes. Según el Informe de Amnistía Internacional 2021/22, las autoridades cataríes restringen la libertad de expresión mediante la aplicación de legislación abusiva para silenciar las voces críticas, las mujeres están discriminadas en la ley y en la práctica, pues siguen estando ligadas a su tutor varón. Si todo esto fuera poco, el Código Penal de Catar sigue tipificando las relaciones homosexuales entre hombres como un delito punible con hasta siete años de prisión.

En definitiva, todos aquellos que piensen que las prácticas de *sportswashing* son cosas del pasado están muy equivocados, aunque es cierto que la forma de lavar la imagen y la reputación de determinados regímenes políticos ha evolucionado con el paso del tiempo. Pese a experimentar ciertos cambios, hay patrones e ideas que se repiten en los casos que hemos analizado desde la celebración de la Copa Mundial de la FIFA de 1934 en la Italia de Benito Mussolini. También habrá quien piense que los países europeos no están involucrados en este tipo de prácticas, pero también es una afirmación que muchos han interiorizado por repetirla en muchas ocasiones. De hecho, la celebración de la Supercopa de España en Arabia Saudita es una muestra que nos interesa en este trabajo tanto por su vigencia como por lo que concierne a nuestro país.

Según Amnistía Internacional, Arabia Saudita lleva más de 6 años bombardeando Yemen, un conflicto que ha causado la muerte de más de 377000 personas. Asimismo, este país encabeza los rankings de países que más ejecuciones lleva a cabo, muchas de ellas por decapitación pública. Las detenciones y encarcelamientos de activistas y defensores de derechos humanos son constantes. Si todo esto fuera poco, los derechos de las mujeres

son pisoteados en Arabia Saudita, pues no pueden casarse, trabajar o estudiar sin el permiso de un hombre, por poner un ejemplo.

Pese a todo, Luis Rubiales, presidente de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), impulsó una modificación en la Supercopa de España teniendo en mente dos objetivos muy claros. En primer lugar, que el torneo fuera más atractivo y sobre todo, que el evento deportivo generase más ingresos económicos para la RFEF. Para lograrlo cambió la sede llevándoselo a Arabia Saudita. También modificó el formato del campeonato que previamente tenía una final entre el campeón de La Liga y el de la Copa del Rey, pasando a tener 2 semifinales y una final, incluyendo a los dos primeros de las competiciones citadas. Asimismo, hubo modificaciones en la fecha, ya que antes se celebraba en el verano europeo y ahora, se realiza en enero. Así fue como en el primer mes del 2020, se llevó a cabo la primera edición de esta “nueva” Supercopa en Arabia Saudita. El Real Madrid se proclamó campeón de ese torneo. En 2021, debido al COVID-19, el torneo tuvo que volver a España, pero solamente por las circunstancias excepciones (Vázquez, 2022). Según 2Playbook, la Supercopa de España se celebrará en Arabia Saudita hasta 2029 como mínimo. Si se cumple este contrato hasta esa fecha le reportaría a las arcas de la Real Federación Española de Fútbol entre 240 millones y 320 millones de euros.

Como pueden observar las prácticas de *sportswashing* afectan a muchos países, de una forma directa o indirecta y en mayor o menor medida, pero lo cierto es que en este caso concreto podemos afirmar que España a través de la Real Federación Española de Fútbol ha colaborado en la legitimación de un régimen autoritario como es el caso caso de Arabia Saudita.

## **5.2 La adquisición de clubes europeos por regímenes autoritarios**

En este apartado del trabajo vamos a analizar una de las prácticas de *sportswashing* que goza de mayor popularidad en los últimos años. Nos estamos refiriendo a la adquisición de clubes europeos por parte de fondos de inversión vinculados con regímenes autoritarios. Principalmente, centraremos nuestra atención en Emiratos Árabes Unidos, Catar y Arabia Saudita, países de Oriente Próximo que han desarrollado estrategias similares en lo que se refiere al lavado de imagen y de reputación a través del fútbol. Pese a las similitudes, cada uno de estos casos guarda particularidades que requerirán un análisis completo por nuestra parte.

En primer lugar, procedemos a examinar el caso de Emiratos Árabes Unidos. En el mes de septiembre de 2008, el Manchester City cambió de propietarios. Pasó de ser propiedad de Thaksin Shinawatra, antiguo primer ministro de Tailandia, a pertenecer al Abu Dhabi United Group for Development and Investment (ADUG), un grupo de inversión privada que lo compró por 250 millones de euros. Un lustro después, es decir en el año 2013, el Abu Dhabi United Group for Development and Investment fundó junto a otros inversores americanos y chinos el City Football Group. Pese a la incorporación de inversores ajenos a Emiratos Árabes Unidos, ADUG mantuvo el control del 78% de la nueva entidad que les unía a esos nuevos inversores. Este fondo privado de inversión emiratí pertenece de forma íntegra al jeque Mansour bin Zayed Al Nahyan, miembro de la familia real de Abu Dhabi y ministro de Asuntos Presidenciales de Emiratos Árabes Unidos (Camuñas, 2022).



En lo referente al plano estrictamente deportivo, días después del cambio de propiedad del Manchester City, este club histórico de Inglaterra anunció el primero de sus estelares fichajes. Hablamos de la incorporación de Robinho procedente del Real Madrid, un traspaso que en el momento fue la segunda compra más cara de la historia del fútbol inglés, ya que las cifras rondaron los 42 millones de euros. Hubo que esperar 3 temporadas para ver el primer título del club desde la llegada del fondo de inversión emiratí, estamos hablando de la consecución de la FA Cup en 2011. Este trofeo sería el primero en las vitrinas del club tras 35 años de sequía. Un año después, en 2012, un gol agónico de Sergio Agüero en la última jugada en la última jornada de la Premier League les coronó como campeones de esa edición de la liga tras 44 años (Heras, 2022).

Desde 2013, año en el que se produjo la fundación del City Football Group, esta sociedad ha ido consolidándose en el panorama del fútbol internacional y adquiriendo la mayor parte de las acciones de diferentes clubes instalados en la élite. En el siguiente gráfico podemos ver los equipos que pertenecen a este conglomerado empresarial, detallando tanto el año de adquisición como su país:

<b>City Football Group</b>	
Clubes adquiridos y país de origen	Año de adquisición
<b>Manchester City (Inglaterra)</b>	<b>2013</b>
<b>New York City (EE.UU)</b>	<b>2013</b>
<b>Melbourne City (Australia)</b>	<b>2014</b>
<b>Yokohama F. Marinos (Japón)</b>	<b>2014</b>
<b>Montevideo City (Uruguay)</b>	<b>2017</b>
<b>Girona F.C (España)</b>	<b>2017</b>
<b>Mumbai City (India)</b>	<b>2019</b>
<b>Sichuan Jiuniu (China)</b>	<b>2019</b>
<b>Troyes (Francia)</b>	<b>2020</b>
<b>Lommel SK (Bélgica)</b>	<b>2020</b>



Fuente: Elaboración propia

Actualmente, cada club perteneciente a la red futbolística del City Football Group presenta una estructura administrativa en la que hay una cabeza visible en materia puramente financiera, así como un director de fútbol que se encarga de las responsabilidades relativas a lo estrictamente deportivo. Según The Independent, ambas figuras cuentan con cierta autonomía, pero deben responder a los directivos del City Football Group. Sobre esto, se establece una red de apoyo financiera y futbolística cuyo propósito es mejorar el rendimiento de cada uno de los equipos que conforman este conglomerado deportivo (Bogotá, 2018).

Sin lugar a dudas, el principal baluarte del City Football Group es el Manchester City. Desde la llegada de los inversores emiratíes se ha buscado de forma concienzuda conseguir que este club inglés se convirtiera en el mejor club del fútbol europeo. Para ello, durante estos 14 años se ha optado por una política deportiva basada en la compra de grandes estrellas

del deporte. Según el periódico deportivo As (2021), la suma total invertida en el club supera los 1500 millones de euros. Podemos poner algunos ejemplos de los fichajes más destacados de los últimos años. Nos referimos a Jack Grealish (117,5 millones de euros), Kevin de Bruyne (76 millones de euros), Rubén Dias (68 millones de euros) o Riyad Mahrez (67.8 millones de euros). De hecho, en mayo de 2022 han oficializado la llegada de Erlin Haaland, uno de los delanteros más destacados de los últimos años. La llegada del jugador noruego supone el pago de su cláusula de 60 millones de euros al Borussia Dortmund, así como sufragar el salario de 20 millones netos por temporada y la comisión a la agencia de representación del futbolista, según señala el periodista Rubén Uría. Asimismo, por si todo esto pareciera poco, el Manchester City cuenta desde 2016 con los servicios del entrenador catalán Pep Guardiola, considerado por muchos el mejor entrenador del mundo (Camuñas, 2022).

Aunque el Manchester City todavía no ha conseguido levantar el trofeo de la UEFA Champions League, la entidad ha sumado un total de 16 títulos nacionales en uno de los países más competitivos que existen a nivel futbolístico. Los éxitos deportivos llevan normalmente aparejada una mayor repercusión mediática, algo que los inversores de Emiratos Árabes Unidos han sabido aprovechar muy bien desde su llegada a Manchester. De hecho, Pep Guardiola se ha posicionado en muchas ocasiones en materia ideológica y política, pero su discurso enmudece cuando los medios de comunicación le preguntan sobre su opinión sobre la violación de derechos humanos en Emiratos Árabes Unidos, patria del jeque Mansur bin Zayed Al Nahyan, propietario del Manchester City (Carrión, 2018).

Emiratos Árabes Unidos tiene especial interés en mantener y fomentar las relaciones comerciales con Reino Unido, pues en 2021 se comprometió a invertir una cantidad cercana a los 10000 millones de libras en la industria británica para los próximos 5 años. Asimismo, el Manchester City también es socio patrocinador de la Expo 2020, cuya sede es Dubai, una exposición universal que tuvo que ser pospuesta a 2021-22 debido a la situación sanitaria mundial provocada por el COVID-19. Este tipo de eventos congregan a millones de personas, siendo un escaparate mundial para los estados que las organizan (Camuñas, 2022).

La consolidación del proyecto deportivo del Manchester City gracias a la inversión de Emiratos Árabes Unidos ha contribuido a que la opinión pública de este país ubicado en el golfo Pérsico haya mejorado, pues tendemos a relacionar el éxito deportivo y empresarial con la llegada de los mandatarios emiratíes. De hecho, la consultora internacional Brand Finance, encargada de cuantificar el valor de la marca país de los diferentes Estados, ha publicado en sus informes que el valor de la imagen internacional de Emiratos Árabes Unidos ha escalado desde el número 27 en 2015 a la posición 17 en 2021.

Emiratos Árabes Unidos, pese a mostrarse en el escaparate mundial como un país que está a la vanguardia en muchos campos, se ha involucrado de forma activa en uno de los conflictos armados más sangrientos de nuestra época. Nos referimos a la guerra civil de Yemen. Según Amnistía Internacional (2020), desde el pasado 25 de marzo de 2015, una coalición de Estados encabezada por Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos intervino a petición del presidente Hadi para instalar de nuevo en el poder al gobierno internacionalmente reconocido. Arabia Saudita, más interesada en proteger su frontera sur, combatiría en el norte, y Emiratos Árabes Unidos y sus aliados yemeníes lo harían tanto en

el sur como en la costa del Mar Rojo (De Olazábal, 2018). Esta intervención marcó el comienzo de un conflicto armado declarado que incluyó una campaña de bombardeos aéreos contra las fuerzas huzíes. Aunque Emiratos Árabes Unidos llegó a afirmar que había retirado sus tropas de Yemen en octubre de 2019, viene adiestrando, financiando y armando activamente a diferentes grupos armados desde mediados de 2015, señala Amnistía Internacional.

En definitiva, Emiratos Árabes Unidos proyecta una imagen ante la población mundial, que gracias a sus prácticas de *sportswashing*, han provocado la mejora de su reputación en la opinión pública. Sin embargo, este país es uno de los principales actores de la guerra en Yemen, un conflicto armado de gran magnitud que por desgracia no recibe la atención que merece. Los medios de comunicación mundiales no dan suficiente cobertura a una de las peores crisis humanitarias del mundo desde la Segunda Guerra Mundial.

Una vez que hemos analizado el caso emiratí procedemos a prestar atención a Catar. Sin lugar a dudas, si pensamos en los famosos clubes-estado del panorama actual se nos viene rápidamente a la cabeza el nombre del Paris Saint-Germain F.C, más conocido por su abreviatura PSG entre los seguidores del fútbol.

El día 31 de mayo de 2011, una corporación deportiva catarí llamada Qatar Sports Investments (QSI) se hizo con el 70% del club parisino, completando la compra del 30% restante el año siguiente. Esta empresa está financiada directamente por Qatar Investment Authority (QIA), fondo soberano del estado de Catar fundado en 2005 por el entonces emir Hamad bin Khalifa Al Thani. Actualmente, Nasser bin Ghanim Al-Khelaifi, ex-tenista y empresario catarí se encuentra al frente de Qatar Sports Investments. Desde que la entidad se hizo con el control del PSG, ha ocupado el cargo de presidente del club, entre otras muchas responsabilidades de gobierno deportivo. La relación entre el club y el estado de Catar es muy estrecha gracias a la gran relación de amistad que mantienen Al-Khelaifi y el actual emir del país, Tamim Bin Hamad Al Thani, hijo del fundador de QSI y QIA, pues ambos fueron compañeros del equipo de tenis catarí en la Copa Davis de 1994 (Camuñas, 2022).

Desde la compra del equipo francés por parte de Qatar Sports Investments, la inversión en el club asciende a una cifra cercana a los 1300 millones de euros. Este enorme gasto ha buscado y logrado desde el origen conseguir que el club parisino se convirtiera en una potencia del fútbol europeo, tanto en la materia deportiva como en cuestiones mediáticas. Al igual que Emiratos Árabes Unidos ha hecho en el Manchester City, Catar ha apostado por la contratación de grandes estrellas mundiales como estrategia para incidir tanto en el rendimiento deportivo como en la opinión pública. Podemos poner como ejemplo los fichajes de Neymar Jr. (220 millones de euros) o Kilyan Mbappé (145 millones de euros). Asimismo, la incorporación de Lionel Messi en 2020 puede considerarse una de los hitos más destacados en el historial de traspasos de la institución. Y no quiero olvidarme de otras estrellas como Edinson Cavani, Ángel di María, David Beckham o Zlatan Ibrahimovic (Torelló, 2020).

Si sumamos todo lo descrito con anterioridad al asunto de los derechos deportivos podemos cerciorarnos de la magnitud del control catarí en el fútbol internacional. Nasser Al Khelaifi, actual presidente tanto del París Saint-Germain F.C como del Qatar Sports Investments,

resulta ser el máximo ejecutivo de la empresa catari Beln Sports. Esta empresa dedicada a la retransmisión de eventos deportivos tiene los derechos de la UEFA Champions League y de la liga profesional inglesa (EPL), cuyos acuerdos suman una cifra cercana a los 700 millones de euros, e incluye cláusulas de exclusividad para la región del Norte de África y Oriente Medio (Camuñas, 2022). Por si todo esto fuera poco, le añadimos que la Copa Mundial de la FIFA 2022 se celebrará en Catar por lo que se me ocurren pocos países que superen a Catar en el control del mundo del fútbol.

Catar lleva más de una década en el club parisino, pues el 31 de mayo de 2011 se confirmaba la llegada de Qatar Sports Investments (QSI) al PSG. Desde ese momento, el París Saint-Germain F.C ha experimentado un crecimiento increíble en todos los aspectos. De hecho, el presupuesto del club ha pasado de 100 a 600 millones en estos 10 años. Asimismo, el equipo de la capital francesa no llegaba a los 500000 seguidores en redes sociales y en la actualidad tiene más de 100000 millones de abonados en todas las plataformas (Onrubia, 2021). Y en el plano deportivo han logrado levantar 28 títulos a nivel nacional, de los cuales 8 son trofeos que le acreditan como campeón de la liga francesa.

Como señalan Murray y Pigman (2013), las autoridades de Catar conocen a la perfección que el fútbol tiene un gran potencial como escaparate mundial hacia las grandes audiencias. El lavado de imagen mediante el fútbol le dota de una herramienta más como es la diplomacia deportiva que sirve directamente para transformar y adoptar su diplomacia exterior a la realidad actual.

Analizados los casos de Emiratos Árabes Unidos y Catar con el City Football Group y el PSG respectivamente, nuestra última parada a la hora de hablar de la compra de clubes europeos por regímenes autoritarios nos obliga detenernos en la adquisición del Newcastle United F.C por parte de Arabia Saudita. A principios de octubre de 2021, Mike Ashley terminó su etapa de 14 años como propietario del club inglés. Tras estar cerca de 2 años en negociaciones, el Newcastle pasó a manos de la familia real de Arabia Saudí por una cantidad que ronda los 350 millones de euros. Finalmente, la Premier League dio luz verde a la operación, a pesar de las presiones recibidas por parte de entidades como Amnistía Internacional (Gabilondo, 2021).

Las negociaciones duraron cerca de 20 meses hasta que el fondo soberano de Arabia Saudí (PIF, en sus siglas en inglés) consiguió ejecutar la operación que favorecía los intereses de todas las partes. La Premier League aceptó y confió en la palabra del PIF que aseguraban que ni el príncipe ni su gobierno se implicarían en la gestión del club, así se preservaría la independencia del fondo soberano en su labor al frente del Newcastle United F.C. Los meses previos a la compra del club por parte de Arabia Saudí han sido constantes las acusaciones contra el Gobierno de Riad por piratería de los derechos televisivos de la Premier League en la región del Golfo, así como las denuncias de organismos internacionales por las violaciones de los derechos humanos que protagoniza diariamente el régimen saudí. Esto puso en duda la operación. Si todo esto fuera poco, según una investigación de The Guardian, el gobierno de Boris Johnson trabajó durante meses para incentivar a la Premier League a aprobar la polémica adquisición del Newcastle United por parte de Arabia Saudita (Conn, 2022). Mientras todo esto sucedía, trascendió un caso a nivel mundial que apuntaba directamente al príncipe heredero saudí. Los servicios de inteligencia de Estados Unidos, y prácticamente toda la comunidad internacional, dan por

demostrado que Mohamed bin Salmán ordenó el asesinato del periodista Jaman Khashoggi en 2018, en el consulado saudí de Estambul. Aunque lógicamente el gobierno saudí ha negado siempre estas acusaciones (De Miguel, 2021).

La noticia de la adquisición del Newcastle United por parte del fondo soberano de Arabia Saudí fue acogida con tal entusiasmo por los seguidores del club inglés que los hinchas se echaron a la calle como si se tratara de la celebración de un título (Malla, 2021). Quizás todos estos “fuegos artificiales” respondan, en mayor o menor medida, a la nefasta gestión y trato con la comunidad del anterior mandatario de este equipo del noreste de Inglaterra. Lo cierto es que la compra del Newcastle solamente es la punta del iceberg. Según un informe de The Guardian, Arabia Saudí ha invertido ya más de 1000 millones de dólares en labores de *sportswashing*, tanto dentro de sus fronteras como fuera de las mismas. En enero del año 2019 se celebró la Supercopa de Italia en la ciudad de Yeda, algo que se repetiría el siguiente año sustituyendo la ciudad por Riad, capital de Arabia Saudí. En 2020, comenzaron a organizar la Supercopa de España inaugurando su nuevo formato a modo de 'Final Four'. Todo esto en lo que se refiere a fútbol, pero es que también han acogido en los últimos años grandes combates de boxeo, el Dakar o el Gran Premio de Arabia Saudita de Fórmula 1, entre otros eventos deportivos internacionales (Weiss, 2022). Si a todo esto le sumas la compra del Newcastle nos podemos hacer una idea de la cantidad de esfuerzos que las autoridades saudíes están haciendo con el objetivo de mejorar su reputación a nivel internacional.

Con todos los datos recopilados en este apartado podemos afirmar que el mundo del fútbol está inmerso en una nueva era en la que regímenes autoritarios compran clubes, como parte de sus prácticas de *sportswashing*, con el fin de mejorar tanto su imagen de estado dentro de sus fronteras como las relaciones diplomáticas con el exterior.

### **5.3 Patrocinio de empresas vinculadas a regímenes autoritarios en grandes clubes de fútbol (Gazprom, Fly Emirates y Qatar Airways)**

La identidad de los territorios no es hoy un asunto menor. Actualmente, se trata de algo cercano a la supervivencia, no tanto por una cuestión mercantilista, como por una manifiesta y necesaria exaltación de la identidad en tiempos de globalización (De San Eugenio y Ginesta, 2012). Actualmente, vivimos en una sociedad que goza de las ventajas e inconvenientes de la globalización. Y sin lugar a dudas, el fútbol es uno de los escenarios que más afectados están por este fenómeno que tiene, entre otras consecuencias, la posibilidad de interconectar a personas de todo el mundo. Bajo esta premisa, algunas empresas vinculadas a regímenes políticos autoritarios han mantenido en los últimos años contratos de patrocinio con algunos de los clubes más potentes del panorama futbolístico europeo. Este hecho ha ayudado a relacionar los éxitos deportivos y empresariales de los equipos a la imagen de dichos estados. En este trabajo queremos dedicarle especial interés a los casos de Gazprom, Fly Emirates y Qatar Airways que guardan un estrecho vínculo con Rusia, Emiratos Árabes Unidos y Catar respectivamente.

En primer lugar, nos centraremos en el caso de Gazprom, empresa gasística fundada en 1989 que pese a tener un carácter privado está controlada por el Estado ruso y es la mayor compañía del país. Rusia es el mayor productor de gas natural a nivel mundial, con una

gran diferencia respecto a los perseguidores. Esto supone un factor fundamental en la relevancia estratégica, política y económica de la nación presidida por Vladímir Putin. Precisamente por este motivo, los precios del gas natural en Europa se han disparado como consecuencia de la decisión de invadir Ucrania, ya que la subida de precios ha sido la respuesta rusa a las sanciones económicas, políticas e incluso deportivas impuestas por Occidente (Galán, 2022).

Desde 2012, Gazprom figuraba como uno de los patrocinadores oficiales de la UEFA Champions League. Pero lógicamente la invasión rusa al territorio ucraniano en este año 2022 ha tenido consecuencias negativas para esta compañía gasística. La UEFA ha decidido finalizar su acuerdo de patrocinio con Gazprom, que hasta entonces era *sponsor* de las competiciones diseñadas por el máximo organismo europeo futbolístico, entre ellas la Champions. Asimismo, Aleksander Ceferin decidió suspender de sus competiciones a los equipos rusos hasta nuevo aviso, una postura tomada en consenso junto a la FIFA, que hará lo propio con las selecciones rusas.

Según publica consultora KPMG Football, Gazprom invierte 90 millones al año en deporte, más concretamente en el fútbol, de los cuales 40 millones estaban destinados a la UEFA Champions League. Además, esta compañía rusa ha aparecido en las camisetas del Schalke 04 alemán desde el año 2007, es decir durante 15 años. Pero el club de Gelsenkirchen ante los acontecimientos ocurridos en Ucrania dio por finalizada la relación contractual que les unía (Larrouy, 2022).

La empresa petrolífera y gasística rusa además de ser patrocinador del Zenit de San Petersburgo es propietaria de la entidad. Uno de los equipos más importantes de Rusia que se ha hecho un hueco los últimos años en las competiciones continentales, aunque por el momento los conjuntos rusos no podrán disputar competiciones europeas. De esta forma su logotipo solamente se verá en los partidos pertenecientes a las competiciones nacionales. Sin embargo, la incidencia del dinero ruso en el fútbol europeo es amplia. Una de las muestras más claras es la curiosa relación entre Gazprom y la UEFA, máximo órgano del fútbol europeo. Este vínculo lo ejemplifica la figura de Alexander Dyukov, director ejecutivo de Gazprom Neft, que también es miembro del comité ejecutivo de la UEFA (Larrouy, 2022).

Estas fuertes medidas que afectan directamente a esta empresa petrolera y gasística estatal rusa ponen de manifiesto la importancia de los contratos de patrocinio que mantenían tanto la UEFA como algunos clubes europeos con Gazprom, una empresa que a pesar de proyectar una imagen de entidad privada realmente está dominada por los intereses del Estado ruso. El gobierno de Vladímir Putin, al igual que otros regímenes políticos autoritarios, emplean los patrocinios en el mundo del fútbol para incrementar el número y la calidad de sus relaciones diplomáticas con el exterior.

Una vez que hemos indagado en los patrocinios de Gazprom, nos detendremos en el caso de Fly Emirates, una aerolínea con sede en Dubái, Emiratos Árabes Unidos. Esta compañía se fundó en 1985 y es una empresa subsidiaria de The Emirates Group, que pertenece en su totalidad al gobierno de Dubái siendo la más grande en el Medio Oriente y opera cerca de 3400 vuelos por semana, según la plataforma digital EcuRed.

Desde su fundación, esta aerolínea internacional ha procurado posicionarse en lo más alto desde un enfoque global de la comunicación, lo que le ha convertido en uno de los patrocinadores más exitosos en el ámbito deportivo. Cuenta con patrocinios en tenis, rugby, automovilismo y carreras de caballos, entre otros. Pero, Fly Emirates dedica sus mayores inversiones al patrocinio del fútbol. De hecho, tiene un patrocinio con la FIFA que le une a competiciones prestigiosas como la Copa Mundial de Clubes, la Copa del Mundo y la Copa Mundial Femenina. Durante los últimos años, la aerolínea ha buscado la notoriedad de marca en distintas ligas europeas, como pueden ser la Serie A (Italia), patrocinando al AC Milán, en la Ligue 1 (Francia) patrocinando al PSG, en la Premier League (Inglaterra) patrocinando al Arsenal, en la Primeira Liga (Portugal) patrocinando al Benfica, en Bundesliga (Alemania) patrocinando al Hamburgo o en La Liga (España) patrocinando al Real Madrid, entre otros ejemplos. Asimismo, Fly Emirates patrocina desde el año 2015 la FA Cup (Football Association Challenge Cup) es el torneo de fútbol más antiguo del mundo que se disputa cada año a eliminatoria directa y cuya primera edición fue en la temporada 1871-1872 (Casas, 2019).

Las marcas encuentran en los equipos de fútbol el canal adecuado para comunicar sus valores emitiendo un discurso más emocional y menos racional que llega mejor a los consumidores (Casas, 2019). Con el patrocinio de ciertos equipos y competiciones, empresas como Fly Emirates, de carácter estatal y perteneciente a un régimen autoritario, encuentran la forma de legitimar el poder que tiene tanto la empresa en cuestión como el país que anda detrás de su gestión. Pues rápidamente el gran público asocia los triunfos deportivos, el éxito empresarial y la percepción hacia un país. Sin embargo, Fly Emirates es una herramienta diplomática que tiene Emiratos Árabes Unidos con el exterior y que lógicamente emplea a su antojo. Según Amnistía Internacional, este régimen protagoniza de forma rutinaria violaciones graves de los derechos humanos, así como la supresión de la libertad de expresión dentro de sus fronteras.

Las aerolíneas asiáticas, Fly Emirates y Qatar Airways son potencias mundiales en el mercado. Hay varios puntos que las unen como su procedencia pues tanto Fly Emirates como Qatar Airways pertenecen a organizaciones de sus estados, así como y la gran riqueza de sus dueños y sus modelos corporativos (Vargas, 2022). En última instancia, nos centraremos en los contratos de patrocinio de Qatar Airways en el fútbol destacando un caso en particular.

El logotipo de Qatar Airways aparece en las camisetas de la Roma y Boca Juniors, entre otros equipos. Asimismo, la compañía catari es patrocinador del Bayern Múnich y del Paris Saint-Germain. Por si todo esto fuera poco es patrocinador de la CONMEBOL, máximo órgano del fútbol sudamericano, y de sus competiciones de carácter continental. A nivel internacional, es socio oficial y en la aerolínea oficial de la FIFA desde mayo de 2017.

Debido al carácter internacional de la compañía Qatar Airways guarda muchas relaciones contractuales de patrocinio en el mundo del fútbol, pero queremos detenernos en un ejemplo que afecta a uno de los clubes más reconocidos a nivel mundial. Estamos hablando del FC Barcelona. El 1 de julio de 2013 entró en vigor el acuerdo entre Qatar Airways y el club de la ciudad condal, que situaba a la aerolínea catari como principal patrocinador del club. El pacto llegó bajo el mandato del presidente culé Sandro Rosell e incluía el patrocinio

de las equipaciones oficiales, su imagen en el Camp Nou y la presencia de un espacio propio en el museo del club (Irigoyen, 2013).

El proceso de patrocinio con el FC Barcelona fue impulsado por las autoridades catariés a través de la aerolínea Qatar Airways. Todo esto pertenece a un proceso de marca en el que se pretende asociar el propio país al deporte. Esta estrategia recibe la denominación de *sports place branding*, como forma de negocio en la que se usa una organización deportiva para proyectarse y posicionarse a nivel nacional e internacional. Esta nueva forma de comercialización se ve apoyada por los propios ciudadanos, quienes generalmente consumimos los países a través de las imágenes, siendo de las principales referencias de los lugares. Este es el principal motivo por el que Catar decidió invertir en la propia imagen del país, para que la imagen a priori sea satisfactoria. Una muestra que ejemplifica a la perfección todo lo explicado con anterioridad podemos encontrarla en el spot publicitario “Un equipo que une al mundo” que publicó Qatar Airways el 27 de agosto de 2013 y en el que la empresa catari asociaba su marca a la del FC Barcelona (Peñalba, 2014).

#### **5.4 Radiografía actual del grado de conocimiento de las prácticas de *sportswashing* en el mundo del fútbol**

En las páginas que preceden a estas líneas hemos analizado grandes eventos futbolísticos de índole internacional celebrados en países autoritarios y la adquisición de importantes clubes europeos por este tipo de regímenes políticos, así como los contratos de patrocinio que unen el mundo del fútbol a empresas internacionales con claros vínculos a esta clase de estados. Sin embargo, creemos que todo trabajo debe entenderse en el momento en el que se realiza y por ello, vemos necesario reflexionar sobre una cuestión. ¿La población actual es consciente de la relevancia que tienen las prácticas de *sportswashing* en el deporte en general y especialmente en el mundo del fútbol?

Con el objetivo de responder a esta misma pregunta dedicaremos nuestros esfuerzos en 2 direcciones. En primer lugar, nos serviremos de una encuesta para ver tanto el grado de conocimiento sobre el *sportswashing* de los encuestados como la opinión de los mismos sobre cuestiones concretas. Esta misma encuesta se corresponde con los gráficos circulares que encontramos en el Anexo 1 del trabajo.

Tal como reflejamos en el apartado referente a la metodología del trabajo estimamos que lo ideal sería contar con aproximadamente 200 respuestas a la encuesta, finalmente recibimos 217, cifra que vemos suficientemente representativa como para poner en valor los resultados que encontremos.

En primer lugar, preguntamos a los encuestados acerca de su sexo con el objetivo de conocer el porcentaje de hombres y mujeres que nos respondían. Las respuestas reflejaron que el 65% de las respuestas pertenecían a varones y lógicamente el 35% restante a mujeres. Asimismo, queríamos saber las franjas de edades predominantes dentro de las personas que nos enviaron sus respuestas. La franja de edad que comprende entre 18 y 24 años se corresponde con el 39,6% de las encuestas y aquellos encuestados que tienen edades entre 25 y 45 con el 33,2% representan los rangos de edad más frecuentes entre los encuestados.



Sin lugar a dudas, una de las preguntas que nos causaba mayor interés era la que se refería a si los encuestados conocían el término *sportswashing* son buscarlo en Google. Las respuestas a esta cuestión arrojan mucha luz y certifican el ínfimo grado de conocimiento que tiene la sociedad sobre este fenómeno, pues el 80,6 % de los encuestados afirman no saber de la existencia de este concepto frente al 19,4% que afirma conocerlo.

La siguiente pregunta que podemos encontrar en las encuestas del Anexo 1 busca saber qué porcentaje de los encuestados son aficionados al fútbol. En los datos referentes a esta cuestión debemos decir que el 68,7% considera el fútbol como una de sus aficiones. Asimismo, preguntamos en la encuesta si eran seguidores de algún equipo. El 75,6% de las respuestas se corresponden con encuestados que siguen a un determinado club de fútbol, mientras que el 24,4% reconocen no simpatizar con ningún equipo.

¿Verías bien que algún fondo de inversión vinculado a un régimen autoritario se convirtiera en propietario del club al que apoyas? El 92,2 % de los encuestados no verían con buenos ojos que ocurriera la afirmación planteada en esta pregunta. Podemos afirmar que este porcentaje representa de forma muy clara una postura muy común dentro de los fanáticos del fútbol.

Por último, en la séptima pregunta de la encuesta queríamos saber realmente si los encuestados ven bien que países autoritarios como Catar o Arabia Saudita alberguen eventos deportivos internacionales como la próxima Copa Mundial de la FIFA 2022. Las respuestas a esta cuestión fueron sorprendentes. Una amplia mayoría, correspondiente al 77,4% de los encuestados, prefiere que no se celebren estos torneos en este tipo de estados. Le siguen los encuestados a los que directamente les da igual dónde sean estas competiciones de fútbol (15,2%) y hay una minoría que representa el 7,4% de las respuestas que no ponen objeciones a que países como Catar acojan este tipo de megaeventos deportivos.

Asimismo, hemos querido reflejar la opinión de algunas personas que, por su perfil y trayectoria profesional, pudieran complementar la información recabada en la encuesta. Por este motivo, hemos contactado con 3 periodistas deportivos que actualmente trabajan en diferentes medios de comunicación. Estamos hablando de Carlos Hidalgo (periodista que encabeza el área de deportes de Onda Cero Andalucía), Manuel González (periodista deportivo que trabaja en Canal Sur Televisión) e Iñaki María Avial (periodista freelance especializado en fútbol internacional). Les hemos planteado las mismas preguntas a las que nos han respondido con total sinceridad desde su perspectiva profesional.

A continuación, vamos a destacar aquellas respuestas que más nos han llamado la atención, ya sea porque se repite en los diferentes entrevistados o porque no coinciden entre sí. Las entrevistas íntegras se encuentran en el Anexo 2 de este trabajo.

La primera pregunta que le planteamos a nuestros entrevistados hace referencia a cuál debería ser el tratamiento de la información por parte de los medios de comunicación ante las prácticas de *sportswashing* en el fútbol. Todos coinciden en responder que los medios tienen el objetivo de informar, pero también deben denunciar las injusticias que le rodean. Es fundamental tener presente la responsabilidad social del periodismo. Sin lugar a dudas, destacamos la reflexión que Iñaki María Avial expresó al comentar que la importancia de

publicaciones sobre *sportswashing* está creciendo, pero este periodista deportivo cree que el periodismo sigue lejos de lo que podría demostrar sobre todo porque el periodismo de investigación vinculado al fútbol no sale rentable ni en términos económicos ni a nivel de esfuerzo.

¿Sirve el fútbol para blanquear dictaduras o por el contrario puede convertirse en una oportunidad perfecta para denunciarlas? Esta es la segunda pregunta propuesta a nuestros entrevistados. Todos ellos coinciden en afirmar que el fútbol se usa con el fin de blanquear ciertos regímenes políticos, ya que el fútbol no es una realidad que se aisle del resto de ámbitos y áreas. Iñaki María Avial señala que actualmente gran parte de la culpa está en las manos de organismos como la FIFA o la UEFA. Manuel González menciona de nuevo la importancia de la responsabilidad social de los medios de comunicación. Y nos llama poderosamente la respuesta de Carlos Hidalgo que afirma que ambas opciones, tanto el uso del fútbol para blanquear dictaduras como la posibilidad de que estos eventos sirvan para denunciarlas, son perfectamente válidas y no tienen que ser excluyentes. Quizás sin la celebración de esos eventos en países autoritarios no se pondría el foco de atención mediática en esas zonas.

Asimismo, llama poderosamente la atención que todos respondan en el mismo sentido a la tercera pregunta. Es decir, coinciden en afirmar que el fútbol siempre ha sido una herramienta geopolítica e incluso hay muchas muestras actuales que así lo corroboran. El periodista Carlos Hidalgo señala que afortunadamente no en todos los casos, pero sí hay muchas prácticas de *sportswashing* que se encuadran en el tablero político internacional. La cuarta cuestión versa sobre qué papel juegan los organismos internacionales ante las prácticas de *sportswashing* que existen en el mundo del fútbol. Aunque Iñaki María Avial señala que no tiene todos los conocimientos sobre legislación pertinentes para responder con argumentos firmes a esta pregunta, los otros entrevistados afirman que estos organismos internacionales deberían estar vigilantes para tener la posibilidad de frenar las prácticas que jueguen en contra de los derechos humanos.

¿Los futbolistas deberían negarse a asistir a aquellos eventos deportivos que se celebren en países autoritarios? Las opiniones de estos 3 profesionales de la información deportiva van en la misma dirección de señalar que sería lo ideal o utópico que los futbolistas se negaran a asistir a estos torneos internacionales, pero que la realidad es mucho más compleja. Esto se debe a que los mandatarios de los organismos pertinentes son aquellos que deciden si se juega o no en estos países, es decir ellos no tienen poder de decisión. La no asistencia supondría un parón importante en sus carreras con repercusiones deportivas y económicas. Además, Iñaki María Avial opina que en el mundo del fútbol trasciende mucho este tipo de contradicciones relacionadas con el *sportswashing*, pero hay otras muchas vigentes. Este periodista ejemplifica esa hipocresía en la vestimenta de los futbolistas, pues llevan ropa que en la inmensa mayoría de las ocasiones ha sido fabricada bajo condiciones laborales precarias.

Por último, hemos preguntado a estos periodistas deportivos si creen que las prácticas de *sportswashing* se extenderán en el tiempo o por el contrario tienen una fecha de caducidad en el horizonte. Carlos Hidalgo señala que la única opción en la que es posible que se acaben estas prácticas pasa porque los clubes antepongan su conciencia frente a los beneficios económicos. Por su parte, Manuel González piensa que hemos entrado en una

dinámica que tiene difícil retorno hacia otro paradigma. Mientras que Iñaki María Avial no cree que estas prácticas como tal acaben, pero todo dependerá de cómo afecten los cambios que se avecinan en el fútbol, especialmente en el balompié europeo. Además, este experto en fútbol internacional señala que se está intentando vender que llevarse la Supercopa de España a Arabia Saudí o un partido de La Liga a Miami es algo malo, cosa en la que está algo de acuerdo. Pero, opina que el fútbol tiene la necesidad de internacionalizar un poco más la afición que le rodea.

## 6. Conclusiones

A modo de reflexión final procedemos a establecer y manifestar ciertas conclusiones que derivan de la realización de este mismo trabajo. En este apartado mencionaremos de forma resumida algunas de las deducciones que hemos extraído, así como ciertas aportaciones propias sobre el objeto de estudio. Por supuesto, tampoco olvidaremos señalar cómo seguiríamos investigando este tema si continuáramos analizándolo en el futuro.

Durante la realización de este trabajo hemos tenido la oportunidad de repasar de forma cronológica algunos de los grandes hitos que forman parte de la evolución de las prácticas de *sportswashing* en el fútbol. Todo ello tomando como punto de partida la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 1934 en la Italia fascista de Benito Mussolini. Gracias a este análisis podemos afirmar que hay ciertos patrones que se repiten en el momento que un país autoritario decide aplicar estrategias basadas en el lavado de imagen a través del fútbol. Por ejemplo, los regímenes autoritarios que han albergado a lo largo de la historia grandes eventos futbolísticos en su territorio suelen compartir algunos motivos que les llevan a ser las sedes de estos torneos. Estamos hablando de la existencia de claras intenciones propagandísticas y nacionalistas orientadas tanto a la población nacional como internacional, también debemos señalar que se busca descaradamente una mejora significativa en la reputación del país a los ojos de la opinión pública. Asimismo, estos países autoritarios al ejercer su condición de anfitrión en este tipo de competiciones internacionales de gran prestigio buscan mostrarse como una potencia mundial reflejando su estabilidad política, económica y social. Y claro está que una de las principales motivaciones que unen a los países de esta índole a la hora de albergar este tipo de eventos es el propósito de encubrir u ocultar las violaciones de los derechos humanos que existen dentro de sus fronteras.

Por supuesto, también encontramos ciertos patrones que comparten los países autoritarios tanto en el momento en el que deciden participar en la adquisición de un club de fútbol como a la hora de que alguna empresa vinculada a ese régimen político se convierta en patrocinador oficial de un equipo. Principalmente, países como Emiratos Árabes, Catar o Arabia Saudí conciben las dos estrategias mencionadas en la anterior oración como una parte fundamental de un proceso de marca, en este caso entendamos al país como tal, en el que se pretende asociar el propio país al club en cuestión, a los logros de ese mismo equipo y al deporte, en este caso el fútbol. De esta forma, ya sea a través de patrocinios o de la compra de algún club, estos regímenes autoritarios consiguen legitimar su poder en el exterior puesto que estas prácticas de *sportswashing* juegan un papel fundamental en ciertas relaciones de carácter diplomático que van más allá de lo estrictamente deportivo.

Sin lugar a dudas creemos que este trabajo puede resultar revelador y novedoso, puesto que el objeto de estudio no goza de demasiada atención en el ámbito académico. Nuestra labor se ha centrado principalmente en el análisis de ciertos casos mediáticos de *sportswashing* que encontramos en el mundo del fútbol. Asimismo, no queríamos olvidarnos del contexto en el que se ha desarrollado nuestra investigación, por lo que veíamos necesario exponer tanto el grado de conocimiento sobre el objeto de estudio de un segmento de la población como la opinión acerca del tema que tenían esas mismas personas. Los resultados de las encuestas nos sirvieron para cerciorarnos de que un gran porcentaje de los encuestados, concretamente el 80.6%, no conocían el término *sportswashing* y también confirmamos que la mayoría de nuestras encuestas reflejaban una posición contraria tanto a la adquisición de clubes por parte de los países autoritarios (92,2%) como a la celebración de torneos internacionales en estos territorios (77,4%). Para complementar y completar la información anterior fue de gran ayuda contar con las entrevistas a 3 periodistas deportivos que nos aportaron una visión profesional sobre el tema en cuestión. Una de las principales aportaciones de estas entrevistas, bajo nuestra percepción, está firmada por Iñaki María Avial, experto en fútbol internacional. Este periodista nos aseguró que el periodismo de investigación vinculado al fútbol no es rentable a nivel económico ni a nivel de esfuerzos. Partiendo de esta premisa podemos imaginarnos que este hecho representa una traba o un obstáculo para que aparezcan más publicaciones sobre las prácticas de *sportswashing* tanto en futuras investigaciones académicas como en los medios de comunicación.

Por último, pero no por ello menos importante, queremos mencionar cómo continuaríamos investigando las prácticas de *sportswashing* en el fútbol si nos dedicáramos a analizar este mismo objeto de estudio en el futuro. Creemos firmemente en la forma en la que hemos indagado durante la elaboración del trabajo, ya que nuestra labor se ha basado principalmente en recopilar información en su amplia mayoría procedente de diferentes medios de comunicación, puesto que el término *sportswashing* es relativamente, de hecho se populariza su uso en el año 2018 gracias a Amnistía Internacional. Pese a este impedimento, es cierto que no es una tarea ardua encontrar publicaciones relacionadas con el tema en plataformas digitales como Google Académico. Sobre todo si incluyes palabras como propaganda en los motores de búsqueda. Tal como señalan los periodistas deportivos a los que hemos entrevistado, parece que este tipo de prácticas parecen no tener una fecha de caducidad clara. Por lo que parece que las noticias protagonizadas por el *sportswashing* en el fútbol seguirán apareciendo en los principales medios de comunicación. Gracias a la irrupción en este campo de países autoritarios como Emiratos Árabes Unidos, Catar o Arabia Saudí pensamos que todos los hechos que ocurran tendrán el interés de una gran parte de la sociedad cuya atención está, en mayor o menor medida, influenciada por la agenda mediática. Por supuesto, si siguiéramos investigando acerca de este tipo de prácticas de lavado de imagen a través del fútbol tendríamos que estar muy atentos a la posible aparición de nuevas formas que pudieran emplear este tipo de regímenes políticos autoritarios para legitimar su poder y reputación ante los ojos de la opinión pública internacional.

## 7. Referencias bibliográficas

- Alloza, Á., Carreras, E., & Carreras, A. (2013). Reputación corporativa. Editorial Almuzara.
- Attanasio, A. (2019). 100 años del nacimiento del fascismo: «Hoy el peligro es que la democracia puede convertirse en una forma de represión con el consentimiento popular». *BBC*. 23 de marzo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47576763> [Consultado en abril de 2022].
- Bogotá, J.D. (2018). City Football Group: El modelo de negocios que se toma el mundo del fútbol. *The Economy Journal*. 2 de octubre. <https://www.theeconomyjournal.com/texto-diario/mostrar/1640529/city-football-group-modelo-negocios-toma-mundo-futbol> [Consultado en marzo de 2022]
- Camuñas García, Á. (2022). Geopolítica del fútbol: historia, razones e impactos de la penetración árabe en el deporte occidental. Trabajo Fin de Grado. Universidad Pontificia Comillas.
- Casas Diente, J. (2019). El patrocinio deportivo como herramienta de enlace entre entidades deportivas y marcas comerciales. Análisis de caso: patrocinio deportivo de Fly Emirates en los principales equipos del fútbol europeo. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Valladolid.
- Chadwick, S. (2021). Are nations playing the game of 'sport washing?'. *The Hill*. 15 de diciembre. <https://thehill.com/opinion/international/585890-are-nations-playing-the-game-of-sport-washing> [Consultado en abril de 2022]
- Conn, D. (2022). Revealed: government did encourage Premier League to approve Newcastle takeover. *The Guardian*. 24 de mayo. [https://www.theguardian.com/football/2022/may/24/government-did-encourage-premier-league-to-approve-saudi-newcastle-takeover?CMP=share\\_btn\\_tw](https://www.theguardian.com/football/2022/may/24/government-did-encourage-premier-league-to-approve-saudi-newcastle-takeover?CMP=share_btn_tw) [Consultado en mayo de 2022]
- De Miguel, R. (2021). El Newcastle se entrega a Arabia Saudí y se apunta a la lista de clubes-estado. *El País*. 8 de octubre. <https://elpais.com/deportes/2021-10-08/el-newcastle-se-entrega-a-arabia-saudi-y-se-apunta-a-la-lista-de-clubes-estado.html#:~:text=La%20principal%20liga%20inglesa%20ha,y%20negro%20de%20su%20camiseta> [Consultado en abril de 2022]
- De Olazábal, I. D. (2018). La hipocresía de Pep Guardiola sobre los abusos en Emiratos Árabes. *El Mundo*. 28 de febrero. <https://www.elmundo.es/loc/celebrities/2018/02/28/5a958aec46163fd11f8b4682.html> [Consultado en abril de 2022]
- De Olazábal, I. D. (2018). Los Emiratos Árabes Unidos, a la vanguardia de la reconfiguración de Oriente Próximo. *bie3: Boletín IEEE*, (10), 525-545.

Ellis, J. (2020). Sportswashing and Atrocity: The 1978 FIFA World Cup. *Yet Again*. 19 de octubre. <https://yetagainuk.com/sportswashing-and-atrocity-the-1978-fifa-world-cup/> [Consultado en marzo de 2022]

Feitlowitz, M. (2011). *A lexicon of terror: Argentina and the legacies of torture, revised and updated with a new epilogue*. Oxford University Press.

Gabilondo, A. (2021). El Newcastle cierra su venta a la familia real de Arabia Saudí. *As*. 7 de octubre. [https://as.com/futbol/2021/10/07/internacional/1633624646\\_330494.html](https://as.com/futbol/2021/10/07/internacional/1633624646_330494.html) [Consultado en abril de 2022]

Galán, C. (2022). Los 10 países con mayores reservas de gas natural del mundo en 2022. *Business Insider*. 2 de marzo. <https://www.businessinsider.es/paises-mayores-reservas-gas-natural-1019983> [Consultado en mayo de 2022]

Galeano, E. (2018). *Football in sun and shadow*. Penguin UK.

Goldblatt, D. (2006). *The ball is round: A history of global soccer*.

Heras, X. (2022). Así es el City Football Group: qué equipos pertenecen al conglomerado del City. *As*. 5 de abril. [https://as.com/futbol/2022/04/05/champions/1649127602\\_899937.html](https://as.com/futbol/2022/04/05/champions/1649127602_899937.html) [Consultado en mayo de 2022]

Irigoyen, J.I. (2013). El Barça se une a Qatar por 100 millones. *El País*. 27 de agosto. [https://elpais.com/deportes/2013/08/27/actualidad/1377602810\\_528806.html](https://elpais.com/deportes/2013/08/27/actualidad/1377602810_528806.html) [Consultado en abril de 2022]

Joric, C. (2021). Berlín 1936, los Juegos Olímpicos que Hitler no quería. *La Vanguardia*. 4 de agosto. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20210801/7627008/berlin-1936-juegos-olimpicos-hitler-queria.html> [Consultado en mayo de 2022]

Larrouy, D. (2022). La guerra también llega al fútbol: el Schalke quita de su camiseta a Gazprom y mete presión a la UEFA. *ElDiario.es*. 24 de febrero. [https://www.eldiario.es/economia/guerra-llega-futbol-schalke-quita-camiseta-gazprom-grandes-sponsor-uefa\\_1\\_8779639.html](https://www.eldiario.es/economia/guerra-llega-futbol-schalke-quita-camiseta-gazprom-grandes-sponsor-uefa_1_8779639.html) [Consultado en mayo de 2022]

Lewis, P. H. (2002). *Guerrillas and generals: the " Dirty War" in Argentina*. Greenwood Publishing Group.

López Herraiz, A. (2021). *Mundial de Qatar 2022, corrupción en la FIFA*. Trabajo Fin de Grado. Universidad Complutense de Madrid.

Malagón, P. (2018). "Las cifras del Mundial: Rusia ya es el más caro de la historia con 30.000 millones de dólares". *Libre Mercado*, 16 de junio. <https://www.libremercado.com/2018-06-16/las-cifras-del-mundial-rusia-ya-es-el-mas-carro-de-la-historia-con-30000-millones-de-dolares-1276620576/> [Consultado en mayo de 2022].

Malla, A. (2021). La preocupante tendencia que amenaza al fútbol. *El Nacional*. 11 de octubre. [https://www.elnacional.cat/es/deportes/newcastle-futbol-arabia-saudi-premier\\_656138\\_102.html](https://www.elnacional.cat/es/deportes/newcastle-futbol-arabia-saudi-premier_656138_102.html) [Consultado en abril de 2022]

Marín, K. (2022). Por qué España blanquea a Arabia Saudí con la Supercopa y el "amigo Pedro" no dice nada. *El Confidencial*. 16 de enero. [https://www.elconfidencial.com/deportes/2022-01-16/supercopa-espana-arabia-saudi-rubiales-gobierno-pedro-sanchez\\_3358869/](https://www.elconfidencial.com/deportes/2022-01-16/supercopa-espana-arabia-saudi-rubiales-gobierno-pedro-sanchez_3358869/) [Consultado en marzo de 2022]

Manas, A. (2013). Fútbol y Dictaduras. Resistencia vs Propaganda [Football and Dictatorships. Resistance vs Propaganda].

Marchak, M. P., & Marchak, W. (1999). God's assassins: state terrorism in Argentina in the 1970s. McGill-Queen's Press-MQUP.

McDonnell, PJ, (2008). Argentina's bittersweet win. *Los Angeles Times*. 28 de junio . <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2008-jun-28-fg-mundial28-story.html> [Consultado en mayo de 2022].

Murray, S., & Pigman, G. A. (2014). Mapping the relationship between international sport and diplomacy. *Sport in Society*, 17(9), 1098-1118.

Onrubia, A. (2021). Diez años de la llegada de Catar al PSG. *As*. 31 de mayo. [https://as.com/futbol/2021/05/31/internacional/1622467919\\_939878.html](https://as.com/futbol/2021/05/31/internacional/1622467919_939878.html) [Consultado en mayo de 2022]

Peñalba Gutiérrez, N. (2014). El patrocinio como herramienta de simbiosis entre marcas y entidades deportivas. Un caso de estudio: FC Barcelona-Qatar Airways. Trabajo Fin de Grado. Universidad de Valladolid.

San Eugenio Vela, J. D., & Ginesta Portet, X. (2013). La construcción de la marca 'Qatar' a partir del deporte: 'sports place branding' y prensa deportiva catalana.

Sheinin, D. M. (2012). *Consent of the Damned: Ordinary Argentinians in the Dirty War*. University Press of Florida.

Stevenson, J., (2010). The story of the 1978 World Cup. *BBC*. 18 de mayo. [https://www.bbc.co.uk/blogs/jonathanstevenson/2010/05/the\\_story\\_of\\_the\\_1978\\_world\\_cup.html](https://www.bbc.co.uk/blogs/jonathanstevenson/2010/05/the_story_of_the_1978_world_cup.html) [Consultado en mayo de 2022]

Torelló, R. (2020). El sueño del PSG, a un paso tras más de 1.300 millones invertidos. *Mundo Deportivo*. 23 de agosto. <https://www.mundodeportivo.com/futbol/champions-league/20200823/482972026229/psg-bayern-final-champions-inversion-psg-qatar.html> [Consultado en abril de 2022]

Vargas, J.P. (2022). Dueños de Qatar Airways y Fly Emirates, los propietarios de aerolíneas más ricos. *La República*. 1 de mayo. <https://www.larepublica.co/empresas/duenos-de-qatar-airways-y-fly-emirates-los-propietarios-de-aerolineas-mas-ricos-3354334> [Consultado en mayo de 2022]

Vázquez, A. (2022). Por qué la Supercopa de España se juega en Arabia Saudí y no en España. *Goal*. 12 de enero. <https://www.goal.com/es/noticias/por-que-la-supercopa-de-espana-se-juega-en-arabia-saudi-y-no/bltbdf6a59a4316d01f> [Consultado en marzo de 2022]

Weiss, A. (2022). Arabia Saudí y el deporte: una relación a lo grande sustentada en la riqueza y el 'sportswashing'. *Eurosport*. 11 de enero. [https://www.eurosport.es/futbol/supercopa-de-espana/2021-2022/arabia-saudita-y-el-deporte-una-relacion-sustentada-en-la-riqueza-de-sus-inversores\\_sto8702169/story.shtml](https://www.eurosport.es/futbol/supercopa-de-espana/2021-2022/arabia-saudita-y-el-deporte-una-relacion-sustentada-en-la-riqueza-de-sus-inversores_sto8702169/story.shtml) [Consultado en abril de 2022]

Winner, D. (2008). But Was This The Beautiful Game's Ugliest Moment? *Financial Times*. 21 de junio. <https://web.archive.org/web/20100611233444/http://www.ft.com/cms/s/0/e6347c16-3f2a-11d4-8fd9-0000779fd2ac.html> [Consultado en mayo de 2022]

Worden, M., (2018). Russia's bloody World Cup.. *Político*. 13 de julio . <https://www.politico.eu/blogs/the-linesman/2018/07/world-cup-2018-russia-bloody/> [Consultado en mayo de 2022].

Zamorano, E. (2021). La «cara b» de Berlín 1936: los Juegos Olímpicos que cambiaron la historia. *El Confidencial*. 26 de julio. [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2021-07-27/juegos-olimpicos-berlin-1936-hitler-nazismo-historia\\_3196763/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2021-07-27/juegos-olimpicos-berlin-1936-hitler-nazismo-historia_3196763/) [Consultado en marzo de 2022] .

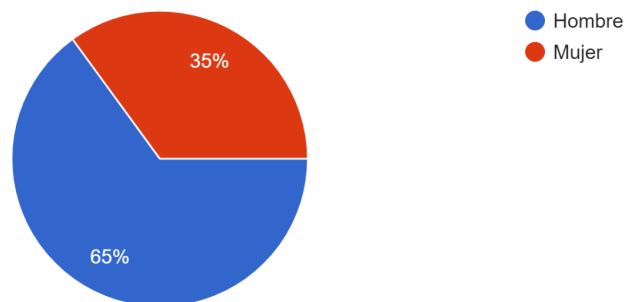
Zidan, K. (2022). Could 2022 be sportswashing's biggest year?. *The Guardian*. 5 de enero. <https://www.theguardian.com/sport/2022/jan/05/sportswashing-winter-olympics-world-cup> [Consultado en abril de 2022]



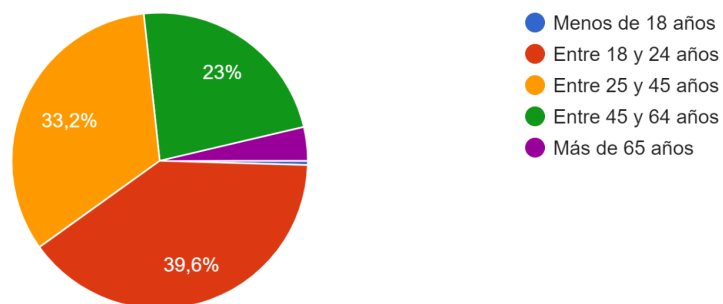
## 8. Anexos

**Anexo 1.** Gráficos circulares relativos a los resultados de las encuestas realizadas sobre el grado de conocimiento que tiene la población acerca del *sportswashing*.

¿Cuál es tu sexo?  
217 respuestas

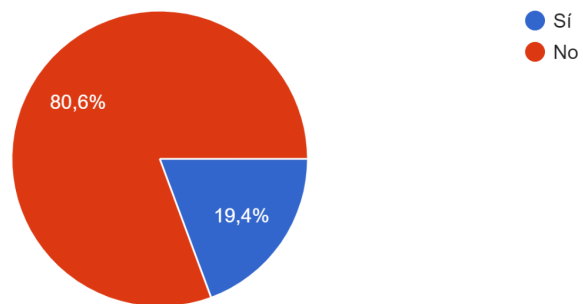


¿Qué edad tienes?  
217 respuestas



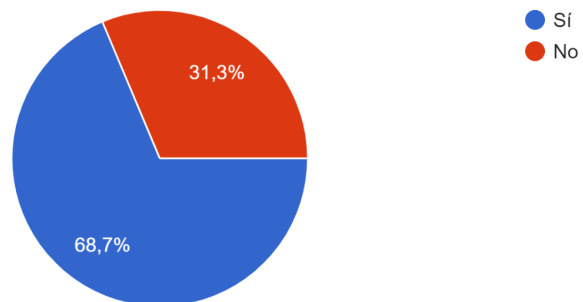
¿Sabes lo que es el sportswashing sin buscarlo en Google?

217 respuestas



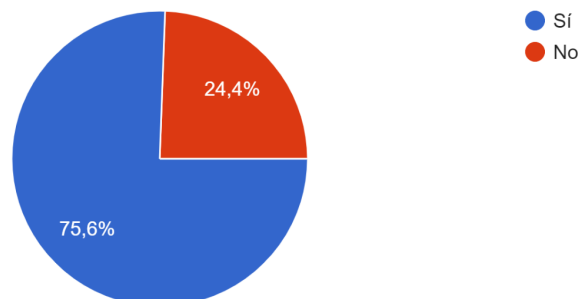
¿Te consideras aficionado al fútbol?

217 respuestas

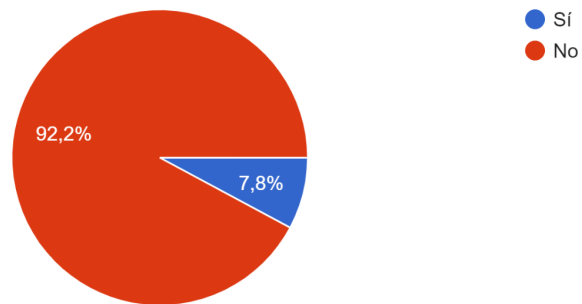


¿Eres seguidor de algún equipo de fútbol?

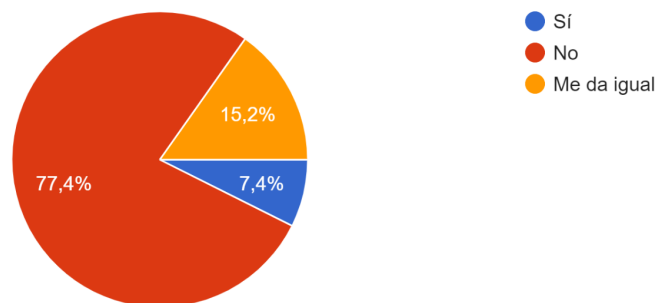
217 respuestas



¿Verías bien que algún fondo de inversión vinculado a un régimen autoritario se convirtiera en propietario del club al que apoyas? (Como ha ocurrido con PSG, Manchester City, Newcastle, ...)  
217 respuestas



¿Ves bien que países como Catar o Arabia Saudita (países autoritarios) alberguen eventos deportivos? (Ejemplos: Mundial Catar 2022 o la Supercopa de España en Arabia Saudita)?  
217 respuestas



**Anexo 2.** Entrevistas sobre las prácticas de sportswashing en el fútbol a 3 periodistas deportivos: Carlos Hidalgo (Onda Cero), Manuel González (Canal Sur Televisión) e Iñaki María Avial (periodista freelance experto en fútbol internacional).

En primer lugar, hemos entrevistado a Carlos Hidalgo, periodista que encabeza el área de deportes de Onda Cero Andalucía. A continuación, pueden leer sus respuestas a las cuestiones planteadas:

P: ¿Cuál debería ser el tratamiento de la información por parte de los principales medios de comunicación ante las prácticas de *sportswashing* en el fútbol?

R: Los medios de comunicación tienen el deber de informar, pero también de denunciar lo que consideren injusto. Por la obligación de informar entendemos que deben cubrir los eventos deportivos que se celebren en cualquier país, incluidos aquellos que puedan ejecutar maniobras de *sportswashing*, pero nunca deben dar la espalda a la realidad de los habitantes de esos países. Y en muchos casos esa realidad es muy cruda. Una investigación del diario The Guardian afirma que en los últimos años han fallecido más de 6 500 obreros en las obras de construcción de los estadios en los que se jugará el mundial de Catar 2022. Los medios tienen la obligación de denunciar semejante barbaridad. Y sin embargo, informarán sobre dicho Mundial, algo lógico, desde mi punto de vista, como gran evento internacional que es y que tendrá un seguimiento masivo en todo el mundo.

P: ¿Sirve el fútbol para blanquear dictaduras o por el contrario puede convertirse en una oportunidad perfecta para denunciarlas?

R: Aunque pueda parecer ventajista, me inclino por pensar que ambas opciones son válidas. Países como Arabia Saudí o Catar celebran grandes eventos deportivos, como el mundial 2022 o la unificación de títulos pesados de boxeo, precisamente para mejorar su imagen. Pero creo que esas celebraciones pueden ser una gran oportunidad para denunciar las enormes limitaciones que sufren en esos países en cuanto a derechos laborales y derechos humanos en general. Quizás sin esos eventos no se pondría en foco en esas zonas, por tanto entiendo es una oportunidad que no se debe dejar escapar para levantar la voz.

P: ¿Se ha convertido el deporte en general y el fútbol en particular en una herramienta geopolítica?

R: Afortunadamente no en todos los casos, pero sí que hay clubes que utilizan el deporte para limpiar su imagen y jugar en el tablero político internacional. El PSG es un ejemplo de club, o mejor dicho sociedad anónima, propiedad de un estado. Y no un estado cualquiera. Un estado muy rico, el catari, que quería desmarcarse de las acusaciones de otros gobiernos de promover movimientos golpistas y proteger al terrorismo.

P: ¿Qué papel juegan los organismos internacionales ante las prácticas de *sportswashing* que existen en el mundo del fútbol?

R: Deben hacer cumplir la ley escrupulosamente, sin que estos clubes tengan beneficio alguno por encima de nadie. Y en cuanto a los estados que les soportan, exactamente lo mismo: estar vigilantes para, en la medida de lo posible, frenar las prácticas que juegan en contra de los derechos humanos.

P: ¿Piensas que los futbolistas deberían negarse a asistir a aquellos eventos deportivos que se celebren en países autoritarios (por ejemplo, Mundial de Catar 2022)?

R: Sería lo ideal, pero es muy difícil. Y digo que sería lo ideal porque sin deportistas no hay competiciones. Y estos países sin las citadas competiciones no podrían lavar su imagen. Y quedarían más al descubierto las injusticias que cometen. Pero el futbolista no tiene el mando de la situación. Los clubes y, sobre todo, los organismos deportivos Internacionales, sí.

P: La Real Federación Española de Fútbol (RFEF) ha confirmado que la Supercopa de España se seguirá celebrando en Arabia Saudí hasta el año 2029. ¿Crees que este tipo de prácticas de *sportswashing* se acabarán en algún momento o será algo que se extienda en el tiempo?

R: Solo se acabará cuando los clubes antepongan la conciencia al dinero. Los clubes y los organismos internacionales. Y, por supuesto, los gobiernos. En Noruega han levantado la voz contra el mundial de Catar. Incluso un club, el Tromsø II, ha realizado una comunicación oficial contra el Campeonato del Mundo 2022, entre otras cosas, por la "esclavitud moderna a la que están siendo sometidos numerosos trabajadores para la construcción de la infraestructura requerida". "El dinero siempre será una parte importante del deporte -dice el comunicado-, pero esto no significa que al mismo tiempo aceptemos la corrupción, condiciones de trabajo que atentan contra la vida y miremos para otro lado cuando ocurran atrocidades". Cuando en lugar de este humilde club, la denuncia llegue de otro con más repercusión y/o de Federaciones Nacionales, se empezará a ganar esta batalla.

A continuación, procedemos a conocer las respuestas de nuestro segundo entrevistado. Estamos hablando de Manuel González, periodista deportivo que actualmente trabaja en Canal Sur Televisión, que en las próximas líneas ha expresado su perspectiva respecto a las prácticas de *sportswashing*:

P: ¿Cuál debería ser el tratamiento de la información por parte de los principales medios de comunicación ante las prácticas de *sportswashing* en el fútbol?

R: En este sentido, habría que distinguir dos aspectos. Por un lado, la información en sí del hecho deportivo, en el que no debe haber diferencia si hay prácticas de *sportswashing* o no. Por otro lado, está en la responsabilidad social de cada medio el denunciar o al menos no olvidar dichas prácticas.

P: ¿Sirve el fútbol para blanquear dictaduras o por el contrario puede convertirse en una oportunidad perfecta para denunciarlas?

R: Claramente, se está utilizando para ello. El fútbol no es una realidad aparte del resto del mundo, aunque muchas veces lo intente. Y las prácticas que se dan en el día a día no van a ser diferentes al mundo del fútbol. Vuelvo a remitir a lo anterior de la responsabilidad social de cada medio, aunque también entren en juego otros factores como los económicos. No siempre se va a depender de la posible valentía de unos periodistas que, en el fondo, dependen de sus medios.

P: ¿Se ha convertido el deporte en general y el fútbol en particular en una herramienta geopolítica?

R: Siempre lo ha sido y el cambio de siglo no supone algo diferente. Podemos irnos a la antigüedad y al mundo clásico para recordar que eso ya era así.

P: ¿Qué papel juegan los organismos internacionales ante las prácticas de *sportswashing* que existen en el mundo del fútbol?

R: Deberían de estar vigilantes con las prácticas, pero en muchos casos se han convertido en colaboradores necesarios. Poderoso caballero es don Dinero, como dice el dicho clásico.

P: ¿Piensas que los futbolistas deberían negarse a asistir a aquellos eventos deportivos que se celebren en países autoritarios (por ejemplo, Mundial de Catar 2022)?

R: Podrían hacerlo, pero sería un parón muy importante para sus carreras, no solo para sus equipos o selecciones, sino sobre todo para sus patrocinadores.

P: La Real Federación Española de Fútbol (RFEF) ha confirmado que la Supercopa de España se seguirá celebrando en Arabia Saudí hasta el año 2029. ¿Crees que este tipo de prácticas de *sportswashing* se acabarán en algún momento o será algo que se extienda en el tiempo?

R: Principalmente dependerá del contrato que se vaya a firmar en el futuro. Creo que hemos entrado en un camino que tiene un difícil retorno.

Y por último, hemos entrevistado a Lñaki María Avial, periodista freelance especializado en fútbol internacional, que ha manifestado su particular forma de entender tanto la situación actual del balompié como las repercusiones económicas de las prácticas de *sportswashing*:

P: ¿Cuál debería ser el tratamiento de la información por parte de los principales medios de comunicación ante las prácticas de *sportswashing* en el fútbol?

R: Por una parte me alegra que se esté empezando a investigar un poquito más, a prestar atención sobre todo porque se ha sido muy permisivo con clubes-estado, que son los que ahora están llevando la bandera del *sportswashing*. Por un lado se está comenzando a dar más importancia, o esa al menos es mi sensación, pero por otro lado, creo que todavía el

periodismo sigue lejos de lo que podría demostrar, pero principalmente porque no sale rentable el periodismo de investigación vinculado al fútbol. Tú en un medio de comunicación hablas de 1000 temas, incluso de lo técnico, lo táctico, cuestiones económicas sobre los futbolistas, crónicas de partidos, historias de superación o historias contextuales, ... y todo eso acaba siendo más rentable tanto a nivel económico como a nivel de esfuerzo. Puedo entender a los medios de comunicación, pero se puede seguir mejorando desde un punto de vista ético si la profesión tira un poquito de principios.

P: ¿Sirve el fútbol para blanquear dictaduras o por el contrario puede convertirse en una oportunidad perfecta para denunciarlas?

R: Yo creo que ahora mismo tiene bastante que ver UEFA, FIFA, ... por lo de la Copa Mundial de Catar y por lo laxo o permisivo que están siendo con el fair play financiero. Sin ir más lejos al Manchester City le sancionaron con una multa económica, lo cual es un poquito paradójico y por ejemplo, el PSG tiene actualmente salarios desorbitados. Mientras en España sobre todo el Barcelona tuvo que vender a Messi por ese tema y acaba llegando a Francia sin ningún problema. Todo esto está desembocando en que este tipo de equipo caigan mal, digamos que le está haciendo un flaco favor a los que quieren lavar su imagen porque realmente están consiguiendo lo contrario o, al menos, los que son más visibles a nivel europeo.

P: ¿Se ha convertido el deporte en general y el fútbol en particular en una herramienta geopolítica?

R: Sí, pero desde hace mucho. Esto creo que ya trasciende a clubes-estado, a lo del Mundial de Catar, ... No sé quién dijo la frase: "Desde que te levantas y tomas la primera decisión de si hacerte un café o un zumo de naranja ya es política". Pues esto, al final el fútbol es geopolítica. Por ejemplo, África solamente ha tenido una final de un mundial y es relativamente reciente, 2010, mientras que hay países que han albergado 2. Al final, a nivel geopolítico, quizás ahora se esté indagando un poco más, pero corrupción ha habido en el fútbol desde casi el día 1 que supimos lo que era el fútbol. Lo que pasa que o no se destapaba o no tenía tanta capacidad para ser mediático en los propios medios. Por responderte de forma breve, creo que se ha incrementado recientemente el uso del deporte como herramienta política, pero a nivel histórico creo que hay demasiadas cuestiones que han alterado a lo futbolístico.

P: ¿Qué papel juegan los organismos internacionales ante las prácticas de *sportswashing* que existen en el mundo del fútbol?

R: Honestamente esta pregunta no te la puedo responder, porque creo que debería contestarte algún experto en derecho o política internacional, ya que no conozco la legislación vigente.

P: ¿Piensas que los futbolistas deberían negarse a asistir a aquellos eventos deportivos que se celebren en países autoritarios (por ejemplo, Mundial de Catar 2022)?

R: Te diría que sí deberían negarse. pero eso implicaría que, si das lecciones de algunas cosas como hacen muchos por suerte, también deberían hacerlo sobre otros temas como,

por ejemplo, no llevar ropa deportiva fabricada en condiciones igual de precarias, de intolerables que en la construcción de los estadios del Mundial de Catar. Lo de Catar ha trascendido más en medios de comunicación, pero estamos hartos de ver ropa deportiva que está hecha en países asiáticos con precarias condiciones de los trabajadores y en la mayoría de los casos averiguamos los motivos por los que estas marcas ganan tanto dinero a costa de casi la explotación. ¿Deberían negarse a asistir a estos eventos? Me gustaría que sí, pero también me encantaría que predicaran desde el ejemplo y no solo de puertas para fuera, y así lavar su propia imagen.

P: La Real Federación Española de Fútbol (RFEF) ha confirmado que la Supercopa de España se seguirá celebrando en Arabia Saudí hasta el año 2029. ¿Crees que este tipo de prácticas de *sportswashing* se acabarán en algún momento o será algo que se extienda en el tiempo?

R: Me gustaría pensar que sí, creo que hay algunos países que empezarán a pensárselo 2 veces, pero el fútbol está como está. Entramos en época de bastantes cambios, sobre todo en Europa van a cambiar bastantes cosas principalmente en el reparto del dinero y creo que si la necesidad te lleva a hacer este tipo de cosas todo puede ocurrir. Por ejemplo, lo de CVC que el FC Barcelona lo veía con malos ojos y parece que este verano lo puede ver de forma diferente, aunque todavía hay que ver qué decisión toman. Al fin y al cabo, hay diferentes equipos que por una cosa u otra están en una situación complicada y eso puede suponer que haya menos presión hacia la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) y la propia RFEF busca lo mejor para el fútbol español, como su propio nombre indica. Por lo tanto, creo que irán remando un poco en el mismo sentido y esto te lleva a que tienen una grandísima oportunidad de reaccionar en el momento en el que las cuentas empiezan a no cuadrar. ¿Se acabarán estas prácticas en algún momento? Como tal creo que no, pero todo esto derivará de lo que te he comentado. Luego, por otra parte, se está vendiendo el discurso de llevarse la Supercopa de España a Arabia Saudí o un partido de La Liga a Miami está mal, cosa que comparto en cierta parte, pero por otro lado te digo que si hay que internacionalizar un poco más la afición. ¿Se tiene que jugar la Supercopa, que es un título nacional, fuera de España? Te diría que no, pero algún partido liguero que se jugase fuera aprovechando que ya hay afición de muchos equipos españoles en otros países o precisamente para que sirva de escaparate para que pueda haber esa afición potencial no lo vería mal. Ahora bien, una cosa es hacer esto que estoy explicando precisamente en Miami y otra cosa hacerlo en Arabia Saudí por los motivos que todos sabemos. Si el dinero es lo único que importa en esta materia habla bastante mal de la RFEF.