



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
GRADO EN PERIODISMO**

**MUNDIAL DE QATAR 2022,
CORRUPCIÓN EN LA FIFA**

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor: Alberto López Herraiz

Tutor: Antonio Esteva Valiño

Departamento de Periodismo y Nuevos Medios

Madrid, 1 de junio de 2021

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo lleva la firma de mi nombre, pero es de obligado cumplimiento acordarme de personas imprescindibles que de una manera u otra han colaborado en él

De mis padres, por darme todo lo que soy y lo que tengo con su esfuerzo diario

De mis hermanos (mis 'gordos'), por ser mis dos principales motivos para sonreír

De los López, por darme este apellido sinónimo de lucha constante

De los Herraiz, por regalarme esas primas y convertir los viernes en mis nuevas fiestas

De mis abuelos, por cuidarme siempre y procurar que nunca me quede con hambre

De Lore y Jc, por hacerme la vida más bonita y evitar que todo se me haga bola

De El Señorío, por ser mi refugio y estar siempre ahí con un vaso en la mano

De mi mentor Pedro, por hacerme salir del cascarón

De mi tutor Antonio, por su atención y profesionalidad

Y de los que se fueron y no volverán y los que estuvieron y están

Gracias

*Orgulloso de mis cicatrices, de todas las veces que tropecé,
porque me hizo ser yo, lo que hice.
Aprendí y avancé, ahora que me analicen...*

Natos

RESUMEN

Qatar será la sede de la próxima Copa del Mundo de Fútbol en 2022. Este país y este evento se van a convertir en el torneo más pequeño de la historia en albergar un Mundial. Esta decisión de la FIFA ha estado rodeada desde un principio de cohechos y de corrupción.

El presente trabajo trata de exponer cómo el país qatarí, gracias a utilizar el deporte como política exterior, ha legitimado su posicionamiento internacional antes no tan claro, participando de lleno en el gran negocio moderno mundial que es el fútbol.

Además, este trabajo de periodismo deportivo y de investigación pretende dar a conocer y desvelar los nombres de los personajes implicados en la trama conocida como el ‘Qatargate’.

PALABRAS CLAVE

Qatar, Fútbol, Copa Mundial 2022, FIFA, Qatargate, Corrupción, Sobornos, Deporte, Europa, España.

ABSTRACT

Qatar will host the next Soccer World Cup in 2022. This country and this event will become the smallest tournament in history to host a World Cup. This decision by FIFA has from the beginning been surrounded by bribery and corruption.

The present work tries to expose how the Qatari country, thanks to using sport as a foreign policy, has legitimized its international positioning before not so clear, participating fully in the great modern world business that is soccer.

In addition, this work of sports and investigative journalism aims to publicize and reveal the names of the characters involved in the plot known as the ‘Qatargate’.

KEYWORDS

Qatar, Football, 2022 World Cup, FIFA, Qatargate, Corruption, Bribes, Sport, Europe, Spain.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. PRESENTACIÓN Y MOTIVACIONES.....	7
1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y JUSTIFICACIÓN	8
1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	9
1.4. HIPÓTESIS E INTERROGANTES	10
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. LA FIFA Y EL MUNDIAL.....	10
2.2. FIFA: SOBORNOS, CORRUPCIÓN Y POCO FÚTBOL	14
2.3. MONEYBALL: NEGOCIO DEL FÚTBOL MODERNO	20
2.4. LA DIPLOMACIA DEPORTIVA EN EL GOLFO PÉRSICO	26
3. DESARROLLO	31
3.1. EL DEPORTE COMO POLÍTICA EXTERIOR DE QATAR.....	31
3.2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA ‘QATAR’ A PARTIR DEL DEPORTE..	35
3.3. PROCESO DE ELECCIÓN DE QATAR COMO SEDE DEL MUNDIAL: CRONOGRAMA DE LOS HITOS PRINCIPALES.....	40
3.4. QATAR 2022 Y LA VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS	45
3.5. TRAMA DE CORRUPCIÓN EN EUROPA Y RESTO DEL MUNDO	52
4. CONCLUSIONES	64
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
6. ANEXOS	70
6.1. TABLA DE ILUSTRACIONES	70

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PRESENTACIÓN Y MOTIVACIONES

Si hay un acontecimiento que paralice el mundo y acapare la mirada de todo el planeta, ese es el Mundial de fútbol. Todo niño sueña con poder algún día disputar un partido luciendo la camiseta de su país, mientras millones de personas se desgañitan festejando sus goles. A su vez, todo amante de este deporte desea ansioso que transcurran pronto los cuatro años para volver a disfrutar (y sufrir) con su selección nacional, acompañado de sus familiares y amigos. El fútbol, a partes iguales, nos apasiona y mueve el mundo.

El fútbol se ha posicionado como la principal actividad deportiva social de muchos países. Su nacimiento popular en el siglo XIX se caracterizaba por unos rasgos socioculturales distintos a lo que conocemos en el mundo del deporte. En sus comienzos, el balompié representaba un aspecto ocioso de la sociedad en que los obreros de una industria jugaban contra los trabajadores de otra. Así, la identificación futbolística no reunía una identidad partidista, como ahora, sino más bien una afinidad social, urbana (Esteban, 2017). En la actualidad, la transcendencia del fútbol se propaga a cualquier rincón del planeta. Los clubs de este deporte se han convertido en marcas comerciales. Se presume de tener los equipos más competitivos en las ligas nacionales, a los mejores jugadores y se goza de los privilegios mediáticos, sociales y económicos que supone todo ello.

De acuerdo a la estrategia digital de transformación del fútbol, los ingresos de los clubs vienen determinados por los beneficios económicos obtenidos en los días del partido, los derechos televisivos nacionales e internacionales y, por supuesto, el proceso de mercantilización de los equipos. Y es justo en este último aspecto es donde se ha dado entrada a los grandes inversores, provenientes de diversos países y con el objetivo de alcanzar grandes provechos económicas en una industria que ocupa el 0,7% del PIB mundial. Dicho de otro modo, el volumen de negocio que genera el fútbol a nivel global lo ubicaría como la economía número 24 del mundo.

Todo este proceso de mercantilización y de manejo de cifras de dinero con un número de ceros indefinido ha propiciado la entrada de petrodólares, jeques, multimillonarios...en el negocio exorbitante del fútbol. Esta comercialización ha llegado hasta tal punto de llegar a usar el balón como herramienta diplomática para conseguir la mejora de las relaciones internacionales entre los distintos países.

Los grandes eventos deportivos, piénsese en las Olimpiadas, se han utilizado con fines promocionales para los estados desde el siglo XIX. En este sentido, la Copa del Mundo de la FIFA de 2022, que se celebrará en Qatar, deviene un pretexto excelente para que el gobierno de la nación pueda legitimar su posicionamiento internacional, así como para que pueda participar activamente en el negocio mundial del fútbol.

Qatar ha interpretado el deporte (fútbol) como instrumento eficaz de poder, el mismo que mueve enormes sumas de dinero, controla decisiones comerciales y manipula la percepción social respecto a la gestión del gobierno o de los entes internacionales de origen qatarí. De esta forma, el posicionamiento de Qatar no está relacionado con su poderío militar o incluso con el concierto de la Organización de Naciones Unidas, sino que presenta resultados constatables en la opinión pública por estar asociado al patrocinio y dominio de clubes multimillonarios reconocidos a nivel mundial (específicamente Europa) que cuentan con un alto índice de aceptación por parte de una gigantesca cantidad de aficionados.

Para lograr tan ansiado objetivo han tenido que lavar su imagen ante el mundo a través de la construcción de una nueva imagen de marca protagonizada por el fútbol. Qatar tenía un deseo: albergar el Mundial 2022. Su filosofía maquiavélica usada para ello era: ‘el fin justifica los medios’. Y así lo ha sido.

1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y JUSTIFICACIÓN

El objeto de estudio de este documento versa sobre determinar por qué el Mundial de fútbol 2022 se celebrará en Qatar. Se trata de investigar y explicar el proceso de elección del lugar y los sucesos que han llevado a la Copa del Mundo a esta sede. Es decir, se trata de averiguar cómo es posible que el mayor acontecimiento futbolístico del planeta se desarrolle en un país no democrático, sino dictatorial, donde no se celebran elecciones nunca, donde la mujer no tiene derechos y donde el totalitarismo afecta a otros aspectos en contra de los derechos humanos.

Respecto al ámbito deportivo, Qatar no ha participado nunca en una Copa del Mundo y, esta vez lo hará por ser el anfitrión. Además, el país ni siquiera contaba con estadios ni otras infraestructuras que requiere un evento de semejante envergadura. Pero lo que sí tiene Qatar es dinero. Es el país con mayor renta per cápita en paridad de poder adquisitivo del mundo.

Este trabajo pone en manifiesto la relación existente y el vínculo que guardan entre sí el deporte y la política exterior; refiriéndolo específicamente al uso del deporte como herramienta para lograr el posicionamiento a nivel internacional de un Estado, siendo el caso de estudio Qatar.

De manera explicativa se tomará en consideración sus esfuerzos realizados por lograr ser la sede de la Copa Mundial de Fútbol de 2022, así como su influencia económica en otras confederaciones de fútbol y el ascenso conseguido para sus firmas televisivas. Por lo tanto, este trabajo se propone identificar la determinación de la política exterior de Qatar en su afán de ser considerado una potencia en el devenir político actual, utilizando para ello como mecanismo el deporte.

Estamos hablando de un acontecimiento que aún no se ha producido. Tendrá lugar el año próximo, pero desde 2010, concretamente el 2 de diciembre, se conoce oficialmente que el Mundial 2022 se va a celebrar en Qatar. Durante estos años hemos visto, escuchado o leído el nombre de Qatar y, en general, Emiratos Árabes Unidos siempre asociado al dinero, a los fichajes millonarios, a la compra de grandes clubs europeos (como el PSG o Manchester City) pero no se ha ahondado en la cuestión misteriosa de qué sucedió en la FIFA para que eligieran a este país como sede.

1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

A lo largo de este escrito nos hemos planteado una serie de objetivos, tantos generales como específicos. La consecución de estos objetivos es primordial para la demostración de lo expuesto en este estudio.

- Objetivos generales:
 1. Explicar el proceso de corrupción que se llevó a cabo para que Qatar fuese sede del Mundial 2022.
 2. Entender cómo el deporte y, concretamente del fútbol, se usa como política exterior de Qatar.
 3. Exponer los nombres y apellidos de los implicados en la trama organizada para que Qatar ganase la votación.

- Objetivos específicos:
 1. Entender cómo el fútbol actual se ha convertido en un negocio.
 2. Conocer la corrupción histórica de la FIFA.
 3. Explicar la diplomacia deportiva del Golfo Pérsico.
 4. Mostrar los personajes implicados en España y Europa en la trama de Qatar.
 5. Exponer la violación de los derechos humanos que se está perpetrando en el país qatarí.
 6. Conformar un estudio de la cuestión que dé pie a futuras investigaciones y a trabajos de campo de lo que aquí se va a estudiar.

1.4. HIPÓTESIS E INTERROGANTES

Para la formalización y consecución de estos objetivos es necesario plantearse varias preguntas, que irán siendo respondidas en el desarrollo de este estudio:

¿Qué sucedió en la FIFA para que la candidatura de Qatar 2022 ganase?

¿En qué momento se ha convertido el fútbol en un negocio repleto de inversores multimillonarios?

¿Quiénes son los implicados en la trama de elección de Qatar como sede del mundial 2022?

¿En qué medida influye el deporte en la limpieza de imagen de Qatar?

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

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA FIFA Y EL MUNDIAL

La FIFA, como órgano supremo de gobierno mundial del fútbol, constituye una institución privada establecida acorde con el derecho suizo, cuya sede principal se sitúa en Zúrich (Suiza). Hoy en día integran la FIFA 209 asociaciones futbolísticas, miembros de todas partes del mundo, las cuales asumen una doble responsabilidad: organización y supervisión del fútbol en sus respectivos países.

Las asociaciones nacionales del fútbol, además de estar agrupadas en la FIFA, también conforman alianzas de alcance geográfico y jurisdicción limitados. Dichas confederaciones son seis, cada una representando a una región específica del globo: la

Confederación Asiática de Fútbol (AFC); la Confederación Africana de Fútbol (CAF); la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Asociaciones de Fútbol (CONCACAF); la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL); la Confederación de Fútbol de Oceanía (OFC); y la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA). Las confederaciones en sí mismas no son miembros de la FIFA. Cabe resaltar que una de las facultades más relevantes de las confederaciones es la de seleccionar a los miembros del Comité Ejecutivo de la FIFA.

La FIFA se compone de los siguientes órganos: el Congreso (legislativo), el Comité Ejecutivo (ejecutivo) y la Secretaría General (administrativo). El Comité Ejecutivo desempeña la función de supervisar la actividad diaria de la FIFA y de representarla ante terceros. Las decisiones referentes del Congreso de esta entidad son obligatorias para el Comité Ejecutivo. Dentro de este marco legal, la FIFA puede acordar las competencias del Comité Ejecutivo ante circunstancias específicas.

Según los Estatutos de la FIFA, el Comité Ejecutivo se caracteriza por ejercer las siguientes funciones, entre otras:

- ✓ Designa y destituye al Secretario General
- ✓ Nombra a los presidentes, vicepresidentes y miembros de las comisiones permanentes de la FIFA
- ✓ Aprueba el Reglamento de Organización de la FIFA

El Comité Ejecutivo de la FIFA posee el poder general de actuación y de decisión en los asuntos que no conciernan al ámbito de responsabilidad del Congreso de la FIFA u otro órgano de la FIFA. Las decisiones del Comité Ejecutivo se toman, a priori, mediante mayoría simple de votos de los miembros presentes. El voto del presidente de la FIFA, autoridad que dirige el Comité Ejecutivo y cuyo voto es ordinario, desempeña un valor decisorio en caso de empate en los votos. El Comité Ejecutivo está integrado actualmente por 25 miembros. Por otro lado, el Presidente y el representante femenino son seleccionados por el Congreso de la FIFA para desempeñar un mandato de cuatro años. El resto de cargos del Comité Ejecutivo, incluidos los ocho vicepresidentes, son elegidos por las confederaciones. Los cargos en el Comité Ejecutivo se reparten entre las diferentes confederaciones, en función de la siguiente fórmula de adjudicación: CONMEBOL: 3 (1 vicepresidente y 2 miembros); AFC: 4 (1 vicepresidente y 3 miembros); UEFA: 8 (3

vicepresidentes y 5 miembros); CAF: 4 (1 vicepresidente y 3 miembros); CONCACAF: 3 (1 vicepresidente y 2 miembros) y OFC: 1 (1 vicepresidente).

Según sus estatutos, es misión de la FIFA organizar competiciones internacionales propias, cuyo máximo exponente es la Copa Mundial. Este nombre (también denominado 'El Mundial') hace alusión al campeonato cuatrienal de equipos nacionales masculinos, categoría senior de las asociaciones miembros de la FIFA.

La Copa Mundial se compone de una etapa de clasificación y una fase final. Para el público la atención se centra en la fase final, que se realiza en un país anfitrión (o dos, en el caso de existir naciones coorganizadoras) durante un periodo de cuatro semanas (Eckert, 2014). El nombre del país anfitrión de la fase final del Mundial se plasma en la designación dada al torneo, por ejemplo: Copa Mundial de la FIFA 2014 Brasil.

El primer Mundial se realizó en Uruguay en 1930. Desde entonces, se ha organizado ininterrumpidamente en forma cíclica cada cuatro años, con las excepciones de 1942 y 1946 debido a la Segunda Guerra Mundial.

Para cada Campeonato Mundial la FIFA decide previamente la cantidad de emplazamientos asignada a cada confederación, generalmente teniendo en cuenta la fuerza relativa de los equipos de las confederaciones. El país anfitrión que ofrece la sede se clasifica en forma automática para la fase final. Esta se divide a su vez en otras dos: la fase de grupos y una fase eliminatoria. En la primera, los equipos compiten dentro de ocho grupos de cuatro equipos cada uno. Los dos que consigan más puntos de cada grupo avanzan a la fase eliminatoria, que es una ronda de eliminación en la que los equipos compiten uno contra uno, a partir de la ronda de 16 (o segunda ronda), avanzando hasta el partido final.

El Mundial de Fútbol es el evento principal del deporte más popular del mundo. En 1930, más de medio millón de personas fueron las privilegiadas de asistir al primer torneo Copa Mundial de la FIFA y en 1950 la asistencia superó por primera vez el millón de personas. El Mundial se televisó por primera vez en 1954: ahora es el acontecimiento deportivo más visto en el mundo. Por ejemplo, la audiencia acumulada de todos los partidos de la 'Copa Mundial de la FIFA 2006 Alemania' se estima que fue de 26.29 billones de personas, mientras que solamente el partido final fue visto por 715 millones de espectadores (Eckert, 2014).

Los ingresos que genera el Mundial constituyen, con notable diferencia, la mayor parte de las ganancias totales obtenidas por la FIFA. Los beneficios relacionados con el Mundial representan del 80% al 90% de los ingresos totales de la FIFA. Por mostrar un dato, la FIFA recaudó en el período 2007-2010 la cantidad de 4.200 millones de dólares, mientras que la parte obtenida por la Copa Mundial de la FIFA constituye el 87% de este total. Los números hablan por sí solos, es decir, la FIFA no podría cubrir sus gastos sin contar con las ganancias que produce la Copa del Mundo.

Ilustración 1: La evolución de los premios económicos del Mundial



Fuente: Libre Mercado. Disponible en: <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/>

Ser seleccionado como país anfitrión va de la mano con la obtención de considerable relevancia en el escenario del deporte mundial, con el significativo beneficio económico que supone. Un país anfitrión espera que tendrá un aumento de miles de billones de dólares en sus ingresos. Sin embargo, los países anfitriones también deben hacer frente a algunas exigencias. Por ejemplo, deben garantizar que su infraestructura general y específica para el deporte sea capaz de atender los retos del número de espectadores, atletas y personal.

Durante cuatro décadas hasta 1998, la FIFA mantuvo la política de alternar las sedes de la Copa Mundial de la FIFA entre las Américas y Europa. Sin embargo, el Mundial de 2002 marcó un primer cambio en esta política, con países anfitriones (Corea del Sur y Japón) situados en Asia.

Por el contrario, las decisiones sobre las sedes de la Copa Mundial de la FIFA 2010 y 2014 se tomaron siguiendo un esquema de rotación entre las confederaciones de la FIFA, de forma que exclusivamente países de la confederación elegida (África en 2010, América del Sur en 2014) pudieran presentar su candidatura para convertirse en sede del torneo.

Este método de rotación se dejó a un lado en 2007. A partir de entonces, cualquier país representado por una asociación miembro de la FIFA tendría la posibilidad de presentar su candidatura como sede del Mundial. La única limitación sería que los torneos no pueden celebrarse en el mismo continente, ni ser organizados por asociaciones miembros pertenecientes a una misma confederación en dos ediciones seguidas. Estos principios se implementaron en el desarrollo de candidaturas para la organización de los Mundiales 2018 y 2022, pero con una reforma significativa: la Copa Mundial de la FIFA 2018 se jugaría en un país de Europa: Rusia.

Cabe apuntar que desde 1964 hasta 2010 las decisiones sobre qué país sería sede de una Copa Mundial fueron tomadas por el Comité Ejecutivo de la FIFA. Antes de eso, esta responsabilidad recaía sobre el Congreso de la FIFA. Al considerar el cambio propuesto se consignó en el acta de dicha reunión que se deberá estudiar la posibilidad, si fuese viable y conveniente, de asignar la Copa Mundial a continentes que hasta la fecha no la han organizado.

2.2. FIFA: SOBORNOS, CORRUPCIÓN Y POCO FÚTBOL

En la mitología japonesa existen unas criaturas llamadas Noppera-bō. Según la tradición nipona, estos seres son capaces de encarnar cualquier rostro, desde las más bellas mujeres a los más deformados y sombríos personajes (Albiac, 2015). El fútbol, en la actualidad, perfectamente podría ser definido como uno más de estos Noppera-bō. A veces, el fútbol es el más bonito de todos deportes; en otras ocasiones, se convierte en una industria especulativa sin escrúpulos, exclusivamente enfocada a la obtención del beneficio económico. Sin embargo, aún son muchos los que creen que el fútbol se reduce al simple

arte de dar patadas a un balón. Son otros los que piensan que gran parte de la corrupción y la avaricia que han envuelto al fútbol en las últimas décadas tiene aún solución.

Para emprender este proceso es indispensable conocer quién y cómo robó la pelota, así como descubrir los tejemanejes de las grandes compañías y, sobre todo, intentar contar una historia veraz y rigurosa de la FIFA, que hoy en día es el auténtico amo de este deporte.

Un 21 de mayo de 1904 se fundaba en un minúsculo cuarto de la calle Saint-Honoré de París la asociación mundial de la FIFA. El concepto inicial de la joven organización era configurar un organismo con capacidad reguladora sobre el fútbol internacional, recopilar unas normas claras y custodiar por su cumplimiento. El deseo inicial era fomentar partidos de índole internacional y para ello era preciso que todos los combinados se subyugaran a las mismas reglas. A este primer objetivo se adhirieron las federaciones nacionales de Dinamarca, España, Bélgica, Francia, Suecia, Holanda y Suiza.

Tras la fundación, y a pesar de la intención universalista del organismo, se dejaba ver que el fútbol era cosa de europeos. No sería hasta 1909 cuando, gracias al ingreso de Sudáfrica, se interrumpía el monopolio del viejo continente en la FIFA (Albiac, 2015).

En estos primeros años de su vida, la entidad futbolística no lo tuvo nada fácil. Las tensiones y conflictos entre las naciones europeas, por razones como por ejemplo la Primera Guerra Mundial, no favorecieron en absoluto al buen funcionamiento de la FIFA. El conflicto recaía en que muchas naciones rechazaban organizar partidos con los que consideraban rivales políticos directos en el panorama internacional. Solo la organización de campeonatos de fútbol durante los Juegos Olímpicos, sobre todo el crear una Copa Mundial de fútbol, dieron aire a la FIFA.

El primero de estos campeonatos mundiales se trasladó a Uruguay. Este país disponía de dos evidentes alicientes para albergar el torneo: por un lado, los uruguayos pretendían aprovechar el Mundial para conmemorar el centenario de su independencia y, por otro, la selección nacional venía de conseguir la victoria en las olimpiadas de 1928 en Ámsterdam. La Copa del Mundo se dibujaba como una gran ocasión de repetir la gesta en casa. La selección uruguaya consiguió la victoria tras derrotar por 4 goles a 2 a Argentina en la final. La FIFA lograba cerrar con éxito su primer torneo.

El fútbol era un deporte en alza y no solo la FIFA sacaba provecho de ello. Si Uruguay usó la Copa del Mundo para celebrar el centenario de su independencia, Benito Mussolini podía utilizar el campeonato para mayor gloria de la Italia fascista. El Duce ejerció la

presión conveniente y la FIFA acabó accediendo a organizar su segundo Mundial en Italia. El 27 de mayo de 1934 echaba a rodar el balón. Sin embargo, rápidamente quedó claro quién levantaría la copa. La Italia fascista no estaba dispuesta a perder su Mundial. Juego duro y unos arbitrajes más que discutibles fueron la tónica durante todo el torneo. En la final, la azzurra venció a Checoslovaquia por 2-1. La FIFA, que presumía de ser distante a la influencia política, veía cómo sus dos Mundiales trascendían más allá del terreno de juego. Primero fue Uruguay y su conmemoración de la independencia y después, en una cuestión más escandalosa, se vio usada como medio de propaganda del estado italiano. Quedaba claro que fútbol y política eran un matrimonio con futuro.

El siguiente Mundial se celebró en 1938, aunque la actividad de la FIFA pronto se detuvo por el estallido de la Segunda Guerra Mundial. Las naciones habían reemplazado el campo de juego por el de batalla y las consecuencias fueron catastróficas (Albiac, 2015). No hubo Mundial hasta 1950, aunque la FIFA realmente tenía puesta la mirada en la Copa del Mundo del año 1954, fecha en la que cumplía cincuenta años y se festejaba que habían pasado de 7 a 84 federaciones nacionales. El torneo se llevaría a cabo en Suiza. La razón era evidente: la FIFA quería celebrar su aniversario en casa. Fue también el primer Mundial televisado.

El fútbol ganaba popularidad y la FIFA se acrecentaba con él. Sin embargo, a pesar de las ampliaciones, la entidad seguía siendo territorio de europeos. El viejo continente evitaba soltar las riendas del deporte rey. Prueba evidente de ello es que todos los presidentes de la FIFA habían sido belgas, franceses o ingleses. El último de esta larga tradición era el británico Stanley Rous. Hijo de un tendero y árbitro de prestigio retirado, este presidente simbolizaba perfectamente la estampa que la FIFA quería tener de sí misma: un correcto caballero inglés que disfrutaba del acatamiento de las reglas y el juego ordenado.

En el cargo desde 1961, Sir Stanley no tenía ninguna prisa en expandir el fútbol por todo el planeta. Por ejemplo, reconocer a la China comunista no le parecía una tarea urgente, prohibiendo perentoriamente que el Arsenal se desplazase a jugar a aquel país. Y si la ley en Sudáfrica establecía que negros y blancos eran diferentes, ¿quién era la FIFA para negarlo? El fútbol debía estar alejado de toda polémica y si al final se veía en la necesidad de expresar una opinión, esta siempre sería afín con la política del gobierno británico.

No obstante, durante las décadas de los sesenta y setenta el mundo se transformaba a un ritmo vertiginoso y la idea de una FIFA parecida a un selecto club europeo encontraba

cada vez más resistencias. Desde la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL) ya se empezaban a exigir ciertos cambios, y sería en Brasil donde surgiría un candidato prevenido a desposeer del cargo a Sir Stanley: Havelange. Al respecto, Albiac puntualiza que:

Joao Havelange tenía una idea muy distinta de cómo debía organizarse el deporte rey. A diferencia de Rous, este tenía claro que el fútbol era un fenómeno global, es más, era un negocio global. Para Havelange el dominio europeo de la Copa del Mundo se plasmaba en que había nueve plazas reservadas a estos equipos, algo que más que injusto era poco rentable. ¿Por qué no extender el número de participantes? Al fin y al cabo, esto generaría nuevas oportunidades para la FIFA en lugares hasta ahora ajenos al mundo futbolístico. (Albiac, 2015).

Sin embargo, los gobernantes europeos no querían saber nada de estos cambios. Incluso en 1973, durante una junta de la UEFA celebrado en Edimburgo, representantes de la FIFA, aún bajo la autoridad de Rous, habían llegado a declarar que si se incrementaba el número de finalistas y eliminados europeos se crearía una nueva Copa del Mundo europea a la que serían invitados unos escasos países latinoamericanos. Es evidente que estas conductas no habían sentado bien en las federaciones africanas y asiáticas. Llegado el Congreso de la FIFA de 1974 la victoria de Havelange parecía viable.

En 1974, además de disputarse el Mundial de Alemania donde la famosa ‘Naranja Mecánica’ dio una lección de fútbol, también la FIFA sufrió una gran revolución. En el Congreso de Frankfurt, Joao Havelange derrotaba por 68 a 52 votos a Sir Stanley Rous, convirtiéndose el brasileño en el nuevo propietario del fútbol mundial. La elección estuvo muy igualada, aunque Havelange tenía más que ofrecer: se recorrió el mundo de punta a punta, conocía las quejas de los países africanos o asiáticos y prometió cambios.

Además, Havelange contaba con el apoyo absoluto de Horst Dassler, el dueño de la multinacional Adidas, el cual, al igual que el brasileño, era firme defensor de la idea de que el fútbol podía ser un negocio muy lucrativo. Solo sería necesario conseguir que las grandes estrellas internacionales exhibieran sus productos para que Adidas obtuviera beneficios astronómicos. La ecuación, por tanto, no era nada compleja: Dassler pondría el dinero indispensable para convertir a Havelange presidente y este a cambio prestaría una atención especial a las exigencias de Adidas.

No fueron pocos los sobornos que se vieron los días previos a la votación. Ya sea para afianzar a los aliados o para persuadir a los indecisos, ahí estaba el dinero de Adidas. En

perspectiva, quizá el mayor error de Stanley Rous no fue su escasa sensibilidad hacia las voces no europeas, sino su falta de sensibilidad hacia la comercialización del fútbol.

Tras el congreso, todo cambió en la institución futbolística. Dassler no solo procuraba favorecer a Adidas, sino que inmediatamente se dio cuenta de que la tajada del pastel podía ser aún más grande y también se interesó en vender los derechos comerciales que acababa de adquirir de la FIFA. El gran golpe se dio cuando consiguió el apoyo de Coca-Cola en su proyecto. La multinacional ayudaría a Havelange, y a cambio el logo de esta gozaría de un lugar bien visible durante la Copa del Mundo. Al fin y al cabo, qué mejor cebo publicitario podía darse que un evento seguido en todo el mundo. La maniobra de Coca-Cola no pasó inadvertida y pronto muchas otras multinacionales desearon entrar en el juego. En escasos años el dinero penetraba a raudales en la FIFA.

Buena prueba de la innovadora tendencia en la institución futbolística fue el Mundial de 1978. La dictadura militar argentina, ambiciosa de prestigio y publicidad, presionó para organizar el campeonato. La FIFA, al igual que con la Italia de Mussolini, dejó hacer (Albiac, 2015). No obstante, esta vez había que agregar un par de risibles detalles a la historia: el balón del campeonato se denominaría “Adidas Tango”, Coca-Cola lanzaría envases exclusivos para la ocasión y la selección anfitriona luciría las tres rayas paralelas de Adidas en el pecho. Resulta evidente que el campeonato era un triunfo para el nuevo modelo de Joao Havelange. En la final, Argentina se impuso por 3 goles a 1 a Holanda. Tenebrosos militares y alegres hombres de negocios vitorearon los goles de Mario Kempes por igual.

Durante la década de los ochenta la FIFA continuó su proceso de crecimiento, y con ello el poder de Havelange. En el organismo cada vez participaban más federaciones, algunas de territorios minúsculos en los que poco interesaba el fútbol. Estas nuevas afiliaciones no eran algo casual, sino que respondían a una lógica de funcionamiento muy concreta. Cada federación representaba un voto dentro de la FIFA, de tal forma que, por ejemplo, Andorra poseyera el mismo peso que España. Comprar la voluntad de una gran federación podía ser a veces una laboriosa tarea, no obstante, influir en otras de pequeño tamaño resultaba muy sencillo y barato. No es de extrañar que Havelange saliera así elegido por aprobación en los congresos de España, México e Italia en 1982, 1986 y 1990 respectivamente. Los países europeos, antiguos dueños del fútbol, solo podían ver cómo iban perdiendo poder en la entidad. Una muestra de esta dinámica es cómo en el Mundial de España en 1982 ya había 24 participantes y para el de Francia en 1998 serían 32.

En la FIFA durante las vísperas de ese Mundial del 98 se originaron ciertos cambios. Un anciano Joao Havelange caminaba a un retiro dorado. El fútbol debía seguir siendo el más rentable de los negocios. El elegido para tomar el relevo era el suizo Joseph S. Blatter, el cual ya había sido definido hace años por el difunto presidente de Adidas Horst Dassler como “uno de los nuestros”. Y es que Blatter no era nuevo en el asunto. En la FIFA desde 1975 y secretario general de la misma desde 1981, conocía al dedillo cómo funcionaba el negocio. Solo quedaba un pequeño problema: había que ir a las elecciones y eso suponía gastos.

El rival de Blatter era el sueco Lennart Johansson, presidente de la UEFA. Johansson incluso se aventuró a testificar que si ganaba exigiría una auditoría contable independiente de la FIFA. Estas declaraciones obviamente no fueron del agrado de Havelange, ¿quién era el sueco para poner en duda los balances oficiales de la FIFA?

La campaña la formaban por tanto dos claros candidatos. Ambos aspirantes volaban por el mundo tratando de ganar apoyos, y claro está que estos frenéticos viajes tenían sus costes. Johansson había recibido 534.000 dólares de la UEFA. Por otro lado, el presupuesto de Sepp Blatter era más difícil de conocer. Primeramente, había afirmado a un periodista que contaba con 135.000 dólares, aunque posteriormente había elevado la cifra a 300.000. Finalmente confesó que contaba con “algunos patrocinadores menores”. Entre estos pequeños colaboradores sobresalía el muy rico emir Qatarí Mohamed Bin Hammam. Con estos apoyos a nadie sorprendieron las declaraciones de Farah Addo, vicepresidente del fútbol africano, a escasos días de la elección: “me ofrecieron 100.000 dólares por votar a favor de Blatter”.

La historia se volvía a repetir y el 8 de junio de 1998, cuando Blatter era elegido presidente por 111 votos frente a 80, algunos veteranos cabecillas recordaban la derrota de Sir Stanley Rous. El conservadurismo se había impuesto a la reforma y los más cercanos a Sepp Blatter esperaban ahora recolectar sus recompensas. Con un Mundial programado en Qatar para 2022 resulta evidente cuál ha sido el precio de algunos viejos colaboradores del presidente.

Como era de esperar, nada ha cambiado y durante los siguientes años la FIFA ha continuado envuelta en escándalos. No obstante, cabe destacar que Sepp Blatter ha sido acusado en numerosas ocasiones por malversación de fondos; también la cadena británica BBC ha destapado sobornos en la FIFA por la compra de los derechos de retransmisión

deportivos o que la revista France Football narró con todo lujo de detalles la manera en la que Qatar había comprado el Mundial de 2022.

En nuestros días, la FIFA brinda la peor cara del fútbol: un puñado de burócratas a los que emociona más una cuenta de resultados positiva que un buen partido. ¿Qué hacer entonces? Es una incógnita difícil, aunque está claro que la solución no saldrá de la propia organización. Mientras tanto, quizá los verdaderos amantes de este deporte deban pelear solos por el fútbol. Exigir, por ejemplo, que Qatar no se convierta en una nueva Italia o Argentina. Es posible pretender que el fútbol juegue en favor de la democracia, porque como dijo una vez el exentrenador del Athletic de Bilbao Marcelo Bielsa: “Si algo hace atractivo a este deporte es que no siempre ganan los poderosos”.

2.3. MONEYBALL: NEGOCIO DEL FÚTBOL MODERNO

El fútbol se ha posicionado como la principal actividad deportiva social de muchos países. Su nacimiento popular en el siglo XIX presentaba unos rasgos socioculturales distintos a lo que conocemos en la actualidad (Esteban, 2017). En sus comienzos, el balompié representaba un aspecto ocioso de la sociedad en que los obreros de una industria jugaban contra los trabajadores de otra. Así, la identificación futbolística no reunía una identidad partidista, como ahora, sino más bien una afinidad social, urbana, hasta 1878, cuando el Darwen FC fichó dos jugadores escoceses, acontecimiento que provocó la unión en 1884 de varios clubs de la British Football para defender la profesionalización del fútbol.

Hoy en día el fútbol penetra en cualquier rincón del planeta. Los clubs de fútbol se han convertido en marcas comerciales e incluso en distintivos especiales de los países. Se presume de tener los equipos cinco estrellas en las ligas nacionales, a los jugadores élite y se goza de los privilegios mediáticos, sociales y económicos que supone todo ello.

De acuerdo a la estrategia digital de transformación del fútbol, los ingresos de los clubs vienen determinados por los beneficios económicos obtenidos en los días del partido, los derechos televisivos nacionales e internacionales y, evidentemente, la mercantilización de los equipos. Y es precisamente en este último aspecto donde se ha dado entrada a los grandes inversores, procedentes de diferentes países y con el propósito de alcanzar grandes botines en una industria que ocupa el 0,7% del PIB mundial. Dicho de otro modo, la riqueza que genera el fútbol a nivel mundial lo situaría como la economía número 24 del mundo.

Si bien el fútbol se está usando como herramienta de imagen pública y de lucha de poder internacional, la realidad es que ha supuesto una vía útil para la prosperidad de las relaciones exteriores entre países. Muestra de ello fue el partido amistoso del 2015 que jugaron el New York Cosmos y la selección nacional de Cuba con el deseo de restablecer las relaciones diplomáticas entre sus dos países. También el partido amistoso en 2014 entre la India y Pakistán dibujó el fútbol como puente de restauración de los vínculos territoriales de los países. No obstante, este deporte también ha teatralizado conflictos sociales, políticos y económicos entre equipos y selecciones, con lo que ha desembocado en lo que Kapuściński ha denominado “guerra de fútbol”. Así, Esteban asegura que:

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

El protagonismo de Estados Unidos en el campo deportivo ha estado siempre vigente en el panorama internacional. Además del país con más medallas olímpicas, brilla por ser una influencia deportiva puntera en juegos como el hockey sobre hielo, el béisbol, el fútbol americano y, por supuesto, el baloncesto. Sin embargo, el país se ubica a una notable distancia de las grandes potencias del balompié o soccer.

Desde hace unos años, la Liga Mayor de Soccer (MLS por sus siglas en inglés) comienza a despuntar mediáticamente como una competición profesional más atractiva. Este nuevo boom estadounidense emergió gracias al fichaje del inglés David Beckham por Los Angeles Galaxy, aunque jugadores como Pelé y Beckenbauer ya habían pisado suelo estadounidense en la década de los 70. A raíz de la viralidad de este fichaje, la MLS comienza a acoger una serie de jugadores profesionales de primer nivel, lo cual supone no solo una mayor profesionalización y competitividad, sino también una mayor apertura mediática y cultural en la sociedad norteamericana.

A diferencia de otros países, la maniobra futbolística de Estados Unidos se ha basado en la atracción de grandes jugadores que, mayoritariamente por su edad, se decantan por competir en una liga menos exigente y con un contrato aún superlativo para sus carreras profesionales. No obstante, cabe puntualizar que todo esto se concentra sobre el núcleo mediático del deporte en general: el fútbol masculino. A pesar de que la selección

nacional femenina de fútbol destaca por ser una de las grandes potencias del panorama internacional y un referente para Estados Unidos, las diferencias económicas entre los dos sexos comportan una desigualdad preocupante.

El caso chino resulta un tanto peculiar por su grandioso crecimiento futbolístico en los últimos años. La única vez que la República Popular China ha participado en algún torneo futbolístico internacional fue el mundial de Corea y Japón de 2002, cuando ambos países anfitriones tenían ya asegurados sus respectivos pasaportes a la competición. Con el objetivo de posicionarse como la primera potencia mundial del fútbol en 2050, magnánimos empresarios chinos empezaron a invertir en el mundo del balompié, respaldados por la simpatía y afición del presidente chino, Xi Jinping, hacia este deporte. Existen diferencias estratégicas entre la llamada Superliga de China y la MLS estadounidense. La primera apuesta por la compra e inversión en jugadores jóvenes, es decir, persuadir a los futbolistas no solo por grandes cantidades de dinero, sino también por la expectativa de conformar una liga competitiva e internacionalmente poderosa. Mientras, la MLS se concentra en acoger jugadores más veteranos cuyas trayectorias futbolísticas están tambaleándose por el paso de los años, pero que suponen un componente más mediático para aglutinar mayor afinidad social con el fútbol. En definitiva, el proyecto chino es nacionalmente más ambicioso. Ejemplo de ello es la obligación de jugar al fútbol en los colegios chinos desde 2015. De hecho, esta pretensión atravesó fronteras territoriales cuando en 2017 se confirmó que la selección china sub-20 jugaría en la cuarta división de Alemania.

Este afán económico competitivo ha obligado a imponer decretos restrictivos al gobierno chino desde que el fichaje de Carlos el Apache Tévez por el Shanghai Shenshua por 40 millones de euros por temporada desquebrajara el mercado del fútbol chino. (Esteban, 2017). Desde entonces, la República Popular China ha aplicado una serie de limitaciones con el objetivo de acortar el gasto económico de los equipos y fomentar el crecimiento del propio fútbol nacional chino.

El caso de Rusia ha compartido características similares al auge de los inversores chinos. El primer gran magnate fue Román Abramóvich, quien compró el club londinense Chelsea FC en 2003 a causa de sus problemas financieros. Desde entonces, el equipo logró no solo resolver sus deudas sino también crecer económica y profesionalmente mediante prestigiosos fichajes y títulos nacionales e internacionales.

Además, Abramóvich tuvo que enfrentarse a la jurisdicción de la UEFA cuando fue investigado entre 2004 y 2005 debido a que su empresa petrolífera, Sibneft, patrocinara al club CSKA Moscú, ya que la UEFA prohíbe que una misma persona posea, a través de acciones, dos clubs de su torneo.

Ilustración 2: Ránking de gasto en fichajes desde 2000 de los equipos europeos



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

No obstante, la influencia rusa en el fútbol se centraliza más destacadamente por medio de la empresa gasística Gazprom. En 2008 el club Zenit San Petersburgo logró ganar la entonces Copa de la UEFA gracias al financiamiento prestado por la empresa de gas desde 1999. Un año antes se había convertido en el patrocinador principal del equipo alemán FC Schalke 04 e incluso consiguió asociarse con el Chelsea de Abramóvich, con lo que agrandaron la publicidad y, por tanto, la financiación del club londinense. De hecho, Gazprom se ha colocado como uno de los grandes patrocinadores de la Champions League.

En todo este negocio de multimillonarios comprando y financiando clubs de fútbol no podían faltar los grandes jeques de los países árabes del golfo pérsico. Conocidas los obstáculos que han tenidos los equipos (de Qatar y Emiratos Árabes, principalmente) para

atraer grandes jugadores a sus ligas, sus objetivos se han focalizado en la compra y patrocinio de otros clubs europeos.

En cuanto a la compra se refiere, un fenómeno llamativo ha sido la expansión de la empresa Abu Dhabi United Group sobre diversos equipos. En 2008 adquirió el Manchester City, que reorganizó por completo, y obtuvo como resultado un equipo competitivo y ganador. A este club se le juntaron otros comprados por la misma empresa, como el New York City de la MLS, el australiano Melbourne City FC o el nipón Yokohama F. Marinos, todos patrocinados por la aerolínea emiratí Etihad Airways.

Sin embargo, más allá de la compra de clubs de fútbol, lo verdaderamente exponente en las inversiones de estos países es el tema publicitario. Uno de los primeros casos fue cuando el FC Barcelona firmó el mayor contrato de patrocinio con Qatar Sports Investment y lució, en un principio, Qatar Foundation (posteriormente, Qatar Airways) en sus camisetas. Posiblemente, el hecho de que el expresidente del Barcelona, Sandro Rosell, hubiera colaborado –ilegalmente- con Qatar a autopromocionarse para albergar el Mundial de 2022 incentivó la firma de dicho contrato.

La estrategia emiratí se ha esmerado en mantener lazos comerciales con diferentes equipos relevantes. El más influyente es el Real Madrid, que rubricó un contrato de patrocinio en 2011 con Fly Emirates (Esteban, 2017). Dicho acuerdo, que continúa en 2021, ha ido renovándose a pesar de las dificultades de entendimiento entre las partes. Un ejemplo de ello es cuando Marka, una empresa de distribución emiratí, adquirió la concesión de vender las camisetas del Madrid por muchos de los países del golfo pérsico, para lo cual se pactó eliminar la pequeña cruz cristiana que tiene el escudo del equipo blanco, ya que en aquellos territorios no estaba bien vista.

En definitiva, las inversiones empresariales están transformando las dinámicas futbolísticas cuando el patrocinio puede llegar hasta los nombres de los estadios, como el Emirates Stadium del Arsenal. En este sentido, la remodelación del Santiago Bernabéu pretendía un cambio histórico para el nombre de su mítico estadio: la emiratí IPIC, dueña de Cepsa y principal inversor económico de la obra, estuvo cerca de decidir el nombre del nuevo estadio: Cepsa Bernabéu o IPIC Bernabéu. Finalmente se mantendrá el nombre original (por ahora). El que sí ha sufrido un revés cultural ha sido Atlético con su nuevo estadio: Wanda Metropolitano.

La codiciosa mercantilización del fútbol se manifiesta claramente en las asignaciones a los países hospedadores de los mundiales de fútbol. Ya se insinuó que, en el año 2002,

durante el mundial de Corea y Japón, la FIFA arregló partidos para beneficiar la progresión de Corea en el campeonato, lo que perjudicó, entre otras, a la selección española. También está en tela de juicio el Mundial de 2006 de Alemania por la sospechosa compra de votos del país bávaro para la celebración del torneo. Del mismo modo, se confirmó que Sudáfrica pagó diez millones de euros para albergar el torneo mundial de 2010.

La corrupción del mundial de Brasil del 2014 fue vox populi desde un principio, sobre todo en la gestión de fondos públicos de cara a la construcción de infraestructuras para ser fiadores acogedores del mundial (Esteban, 2017). Mientras, los Mundiales otorgados a Rusia para 2018 y Qatar en 2022, antes de celebrarse en el segundo caso, ya están bajo sospecha debido, de nuevo, a la compra de votos a miembros de la FIFA para acoger los torneos.

Más allá de las conspiraciones en el seno de la FIFA, la mercantilización del fútbol moderno es una realidad asentada en nuestros días. El “Madrid de los galácticos” de 2005 se ha quedado obsoleto con la entrada de un nuevo modelo futbolístico en la compraventa de jugadores.

Las diferencias económicas entre las cinco grandes ligas europeas se han acrecentado por la considerable evolución en la forma de consumir y producir fútbol. Los derechos televisivos son tan costosos e involucran tanto dinero que aquel recuerdo del fútbol en abierto se ha extinguido por completo. La publicidad comercial en las equipaciones e infraestructuras de los equipos resulta ser un negocio rentable, pero produce una cierta desvalorización respecto a lo que el fútbol suponía para la unificación y afianzamiento de los lazos culturales de la sociedad.

Ilustración 3: Valor de las ligas más importantes de Europa



Fuente: El Orden Mundial. Disponible en: <https://elordenmundial.com/mapas/ligas-futbol-europeas-mas-valiosas/>

En cierta manera, el fútbol se está construyendo como un potente instrumento de poder blando en la que multinacionales y gobiernos invierten para embellecer su imagen pública internacional (Esteban, 2017). Los múltiples casos de evasión fiscal protagonizados por grandes jugadores profesionales exponen la transcendencia del fútbol como soporte económico y mediático, y se llega incluso a escenarios en los que determinados personajes empresariales y públicos apoyan las prácticas de tales jugadores. Hemos llegado a un punto en que el fútbol se utiliza para ocultar los entresijos económicos de grandes personalidades mientras nos dejan disfrutar el escaso fútbol que nos permiten nuestros bolsillos.

2.4. LA DIPLOMACIA DEPORTIVA EN EL GOLFO PÉRSICO

Baréin, Qatar y Emiratos Árabes Unidos (EAU): si se pregunta a cualquier ciudadano occidental qué es lo primero que se le viene a la mente al nombrarle estos países, no resultaría extraño que la respuesta estuviese relacionada con rascacielos, petrodólares, lujos o jeques. Si ajustásemos un poco más en el tipo de encuestado, un apasionado del fútbol posiblemente asociaría Qatar y Emiratos a mandatarios y patrocinadores de clubs millonarios.

Probablemente no nos topemos con muchas personas que se atrevan a situar a estos Estados en un mapa o contestar con certeza cuál es la capital del tercer país más pequeño de Asia, Baréin —Manama—, o cuántos emiratos forman EAU —siete— (Moral, 2018). Sin embargo, puede que muchos más conozcan dónde se celebrará el próximo Mundial de fútbol. Sin darnos cuenta, estamos dentro del juego.

En las relaciones internacionales, como en el deporte, no basta con ser el mejor en alguna faceta; también se ha de tener una buena táctica y destreza para poder destacar entre tanta competición. Esta máxima es especialmente distinguida en el caso de aquellos países que no tienen suficientes capacidades (económicas y militares, principalmente) para pugnar de tú a tú con los gigantes. Es aquí donde salen a relucir habilidades menos convencionales para lograr reputación e influencia en sociedades extranjeras. Como también ocurre con la gastronomía o la danza, el deporte a menudo es manejado por los países como un elemento de diplomacia cultural con el que pretenden extender su poder blando o soft power, esto es, su capacidad para persuadir e incidir en el comportamiento de otros actores internacionales sin emplear la fuerza o la coacción.

De hecho, gracias a su popularidad y magnitud de atracción mediática, el deporte resulta excepcionalmente efectivo como instrumento diplomático y promocional, y los pequeños países del golfo pérsico se han caracterizado por ser pupilos adelantados en este ámbito (Moral, 2018). Extraordinariamente ricos (Qatar es el país con mayor renta per cápita en paridad de poder adquisitivo del mundo; EAU, el octavo, y Baréin, el decimoquinto), basan el núcleo de su economía en la exportación de unos hidrocarburos que no son eternos. Encajados entre las dos potencias regionales, Arabia Saudí e Irán, lejos de resignarse a la irrelevancia internacional y sabedores de las limitaciones a largo plazo de su modelo rentista, estos países se han ocupado durante las últimas dos décadas en exhibirse al mundo como un destino atractivo para la inversión y mano de obra extranjera, el comercio internacional y el turismo.

Si para muchos entrenadores la mejor defensa es un buen ataque, para los gobiernos y empresas de estas naciones el fomento de la proyección internacional, la revalorización de la marca país y el posicionamiento como nichos financieros atrayentes han sido la estrategia eficaz para diversificar sus fuentes de ingresos y proteger su supervivencia económica a largo plazo. Y en esta red el deporte ha desempeñado un papel muy relevante a la hora de pretender propagar una imagen positiva del país al seducir el foco mediático

mundial, posicionarse como marca en las principales competiciones y exhibir el talento nacional.

La celebración de eventos deportivos puede ser un escaparate para exponer las virtudes de la cultura, el patrimonio, la sociedad o la economía anfitriona, y en el Golfo llevan décadas apostando por conquistar los principales acontecimientos internacionales (Moral, 2018). En el caso del fútbol, un precedente triunfante en la región fue la organización en Arabia Saudí de la novedosa Copa Rey Fahd en 1992, 1995 y 1997, que enfrentaba a los campeones de las principales confederaciones internacionales de fútbol, una competición que a partir de la última edición fue acogido por la FIFA bajo su denominación actual: la Copa Confederaciones. Qatar, futura sede del Mundial de 2022 tras su polémica designación, ya organizó un Mundial sub-20 en 1995 y la Copa de Asia en 2011. EAU también fue anfitrión de un Mundial sub-20 en 2004 y de la Copa Mundial de Clubes en 2009, 2010, 2017 y 2018. En 2019 se celebró en Qatar.

En el mundo del motor, Baréin y Qatar hospedan desde 2004 una prueba del mundial de Fórmula 1 y otra de Moto GP, respectivamente, mientras que Abu Dabi se unió en 2009 a la Fórmula 1 con el lujoso circuito de Yas Marina. Los grandes premios del Golfo se caracterizan, además, por ser de los más ostentosos. Con la excepción del Gran Premio de Singapur de Fórmula 1, son los únicos que se celebran bajo luz artificial y a ellos suelen asistir celebridades de todo el mundo. Por su parte, el Gran Premio de Abu Dabi es la carrera más importante de la temporada de Fórmula 1: es la última y vale el doble de puntos que el resto. También es una de las más caras de organizar: solo el canon que la Fórmula 1 exige para poder albergar la carrera asciende a 50 millones de euros.

Qatar es sin duda el país que más ha apostado por acoger eventos deportivos; no en vano, Doha fue ciudad candidata para albergar los Juegos Olímpicos de 2016 y 2020. Otras candidaturas se saldaron con mayor éxito, y en los últimos años resaltan la celebración del Mundial de balonmano en 2015 y el campeonato mundial de ciclismo en ruta en 2016. Junto a ello, la península Qatarí albergó el Mundial de gimnasia artística en 2018, el de atletismo en 2019 y el de natación está previsto para 2023. Además, tanto este país como los emiratos de Abu Dabi y Dubái acogen cada año campeonatos de golf pertenecientes al circuito europeo. Dubái destaca también por ser sede de un torneo anual de tenis, mientras que Abu Dabi hospeda desde 2015 una vuelta ciclista.

Precisamente por captar el foco mediático y generar oportunidades de negocio, no es nada infrecuente que clubs de fútbol de estos pequeños Estados se gasten cifras millonarias en

salarios para hacerse con los servicios de estrellas que se hallan en la postrimería de su carrera deportiva. A razón de diez millones de euros anuales, en la liga de Qatar juega actualmente el excapitán del FC Barcelona Xavi Hernández y por ella han desfilado cracks como Gabriel Batistuta, Romario, Raúl González, Pep Guardiola, Fernando Hierro o los hermanos De Boer. Por su parte, en la liga emiratí han jugado campeones del mundo como Fabio Cannavaro o David Trezeguet, y el astro argentino Diego Armando Maradona.

No obstante, la llegada con cuentagotas de estrellas a sus ligas no alcanza para forjar una presencia mundial y apuntalar la marca país. Para este cometido, Qatar y Emiratos se han lanzado en los últimos años a por el patrocinio de los clubs de fútbol y eventos deportivos más populares a nivel mundial. En 2008 el Abu Dhabi United Group, cuyo propietario es integrante de la familia real del emirato, adquirió el Manchester City, que a partir de 2011 comenzó a ser patrocinado por Etihad, aerolínea que pertenece al Gobierno abudabí. Mismo grupo y mismo patrocinador de por medio, en 2013 se creó la réplica al otro lado del charco: el New York City FC. Por su parte, el Gobierno del emirato colindante, Dubái, también se ha proyectado hacia el mundo mediante su compañía, Emirates, cuyo patrocinio tiene presencia en camisetas de varios clubs de las ligas más importantes y populares de Europa y en las vallas publicitarias de los mundiales de rugby, torneos de tenis como el US Open o Roland Garros y más de una docena de torneos de golf, carreras de caballos...

Qatar, antiguo patrocinador del FC Barcelona mediante Qatar Airways —actual patrocinador de la FIFA—, se ha creado un hueco en el fútbol internacional con la adquisición del Paris Saint Germain a través del grupo Qatar Sport Investment, protagonistas en verano de 2017 de los dos fichajes más caros de la historia: Neymar Jr. y Kylian Mbappé. De esta manera, Qatar daba paradigmas de su solvencia económica ante el bloqueo iniciado por Arabia Saudí, Egipto, Baréin y EAU, que finalmente fue el conquistador del mercado estival merced a los 853 millones de euros invertidos en la plantilla del Manchester City.

Si bien patrocinar y constituir eventos puede hacer que la influencia internacional de estos países aumente, en el deporte, a fin de cuentas, lo importante es participar y, a poder ser, brillar con luz propia (Moral, 2018). No obstante, la minúscula población y falta de tradición deportiva de estos países hacía complicado que pudiesen participar en los principales acontecimientos deportivos con ciertas garantías de triunfar. La solución a

este problema se encontró, de nuevo, en la chequera. Desde que en los noventa Qatar nacionalizara a todo el equipo búlgaro de halterofilia para poder competir en Sídney 2000, docenas de estrellas han cambiado de bandera a cambio de un mayor salario, entrenamiento y residencia en los países del Golfo. Las actuales normas del reglamento olímpico son laxas para este tipo de práctica: solo obligan que el deportista nacionalizado resida tres años en su nuevo país para poder competir.

No exenta de polémica, la nacionalización de deportistas puede convertirse en un escollo para sus países de origen. En una suerte de imperialismo deportivo, los países ricos del Golfo compran talento en países sin recursos suficientes para mantener a sus estrellas, lo que a su vez redundará en menores posibilidades de remuneraciones económicas y prestigio en forma de medallas, premios, patrocinios, salario, etc.

La estrategia deportiva qatarí no se basa únicamente en el fichaje de deportistas top, sino en el reclutamiento y la formación de jóvenes talentos. Piedra angular de esta tarea es la vanguardista y multimillonaria academia polideportiva Aspire. Fundada en 2004, su pilar esencial es el desarrollo del fútbol Qatarí en aras de conseguir una participación digna en su Mundial, para lo cual cuenta con antiguos ejecutivos del Real Madrid y entrenadores de La Masía. Alrededor de 500.000 adolescentes son probados en 18 países (la mayoría subsaharianos), de los cuales solo una veintena son escogidos para la academia principal de Doha o para la satélite, situada en Senegal.

Una vez en la academia, los mejores jugadores optan a entrenar varias semanas en equipos europeos de primer nivel, como la Real Sociedad o el Schalke 04. Asimismo, para dar salida a sus promesas, Aspire se hizo con la propiedad del KAS Eupen y la Cultural y Deportiva Leonesa (actualmente en la Segunda División B de España) y recientemente ha desembarcado en la Premier League inglesa de la mano del Leeds United. La rama futbolística de la academia, que cuenta con Messi, Pelé, Raúl o Xavi entre sus embajadores, ya ha dado sus primeros frutos: la selección sub-19 Qatarí conquistó la Copa Asia y se clasificó para el Mundial sub-20. Sin embargo, la reválida definitiva para estos jóvenes solo tendrá lugar en 2022.

Tras años y años de empeño en el deporte, los países del Golfo se están convirtiendo en expertos en la disciplina de la diplomacia deportiva y han visto cómo otros aspirantes (caso de Singapur o Azerbaiyán) los han imitado. Sin embargo, la experiencia no hace que la estrategia sea infalible y, a menudo, lo establecido en la pizarra no se traslada al terreno de juego. A pesar de su esfuerzo y gran inversión, los países del Golfo no han

podido tapar algunas de las vergüenzas que lastran su proyección internacional. De sus eventos y participaciones, inevitablemente, han tenido repercusión la desigualdad a todos los niveles y las violaciones de derechos humanos que se perpetúan sistemáticamente en sus territorios.

Los ejemplos de mala popularidad debida a la visibilidad que genera el deporte son numerosos. En Baréin el Gran Premio de 2011 fue cancelado, en el contexto de la primavera árabe, ante las críticas de la opinión pública occidental y de la propia Fórmula 1. El llamado fútbol moderno, cuyas torres más supremas son el Manchester City y el PSG, cosecha multitud de escépticos y, en lo estrictamente deportivo, no siempre repercute en el éxito deseado. A día de hoy ningún de los dos magnates han conseguido el objetivo máximo para el que fueron creados: levantar la Champions. Ciertamente es que los parisinos jugaron la final el año pasado, pero no pudieron derrotar al todopoderoso Bayern de Múnich. 2021 por fin podía ser el año del Manchester City. No ha sido así. El Chelsea de Tuchel salió victorioso 1-0 frente al equipo de Pep Guardiola.

Más allá del descrédito que ha producido la concesión del Mundial, la inversión millonaria de Qatar no ha servido para encubrir los abusos a unos trabajadores que en muchos casos provienen, paradójicamente, de los mismos países subsaharianos que los deportistas de élite que Qatar nacionaliza.

Está por ver si estos efectos secundarios originados por la estrategia deportiva del Golfo pueden llegar a tener una repercusión positiva en el seno de sus países. El hecho de que queden bajo la lupa mediática también puede servir de pretexto para el impulso de mejoras sociales, como la reciente decisión de permitir a las mujeres asistir a partidos de fútbol en Arabia Saudí. Que estas medidas se produzcan, no sean puro maquillaje y engendren un calado transformador dependerá en buena medida de dónde ponga el foco el espectador internacional, si dentro o fuera del terreno de juego.

3. DESARROLLO

3.1. EL DEPORTE COMO POLÍTICA EXTERIOR DE QATAR

Determinados países como Qatar han comprendido el deporte (fútbol) como herramienta de poder, ya que genera altas sumas de dinero, controla decisiones comerciales y manipula la apreciación social respecto a la gestión del gobierno y/o entes internacionales qatarís. Así, el posicionamiento de Qatar no está vinculado con su poderío militar, sino que

presenta resultados en la opinión pública por estar asociado al patrocinio y dominio de clubes multimillonarios a nivel mundial (específicamente Europa) que se caracterizan por una inmensa cantidad de seguidores.

Para lograr su objetivo, Qatar empleó el deporte como instrumento para el posicionamiento a nivel internacional del país como estado. Este camino lo ha ido consiguiendo a través de sus esfuerzos por ser sede de la Copa Mundial de Fútbol de 2022, su influencia económica en otras confederaciones de fútbol y el auge de sus firmas televisivas en la pugna por los derechos de transmisión.

La Copa Mundial de Fútbol es un megaevento deportivo, el más importante del globo, realizado por la Fédération Internationale de Football Association (FIFA). Este acontecimiento es reconocido a nivel mundial por todas las naciones y ciudadanos, debido a que ampara las relaciones internacionales y es televisado a más de mil millones de espectadores. La influencia de esta organización recae en la cantidad de naciones adscritas, mayor a la Organización de Naciones Unidas (ONU), ya que la FIFA la componen 211 naciones.

Por lo tanto, se plantea identificar la determinación de la política exterior de Qatar en su afán de ser considerado una potencia, sirviéndose para ello del deporte rey. Este entramado se asienta sobre tres pilares: la identidad del país, el aspecto diplomático y la capacidad de cambio o desarrollo.

El deporte engloba un sinnúmero de campos de acción e influencia política, ya sea al interior del Estado y como un mecanismo de política exterior que proyecta una imagen y promociona una cultura, implantando un poderío deportivo con implicaciones políticas, económicas y sociales.

Ron (2018) propone la teoría de que el deporte guarda relación con la política desde tres ángulos:

- El sentido de identidad del país. Los logros deportivos elevan el prestigio a nivel internacional, la afición encuentra en ello la posibilidad de un afecto y alborozo con su sentido de pertenencia que promueve el orgullo por representar a la escuadra gloriosa de su nación.
- El ejercicio diplomático. La celebración de megaeventos y la representación de los ciudadanos a través de sus deportistas, considerándose soldados sin armas, da lugar a un reconocimiento mundial.

- La capacidad de cambio o desarrollo: La ambición estatal por ser anfitrión de los megaeventos deportivos o el patrocinio de sus empresas dibuja un contexto que será publicitado a escala internacional y despuntará la capacidad de gestión, dominio económico, administración pública, etc.

Los megaeventos deportivos se conciben como un instrumento publicitario o promocional de cualquier sistema político sin importar su ideología política; tienen como objetivo proyectar el poder (económico, político y social) de una nación en la esfera mundial y extender un orgullo nacional ligado de la identidad.

La planificación, seguimiento y celebración de los megaeventos deportivos como los Juegos Olímpicos y Copa del Mundo de fútbol han despertado una atracción por los intereses particulares políticos de las naciones y se han pensado como escenarios de importantes manifestaciones políticas. En Italia 1934 (Copa Mundial) o Berlín 1936 (Juegos Olímpicos) tenemos dos intentos de promoción de su régimen y el triunfo de su desarrollo económico, excluyendo la imagen débil por su derrota en la Primera Guerra Mundial.

A pesar de su afán y ahínco por posicionarse como países emergentes y líderes ante los ojos del mundo, en estos eventos (Italia y Berlín) los deportistas de otros países participantes emplearon la visualización mediática con el fin de declarar su inconformidad con los regímenes totalitarios anfitriones. Años después, en la conocida como la Guerra Fría, mediante acontecimientos parecidos se puso en evidencia la tensión entre las potencias (URSS y EEUU), que se inclinaron por el boicot de los eventos que organizaban respectivamente.

La FIFA es un ente que cuenta con 211 países miembro, dimensiones mayores a cualquier otra institución similar en el ámbito deportivo. Por lo tanto, de acuerdo con Ron (2018):

Los países miembros encuentran allí el escenario idóneo para proyectar mayor visualización e importancia en la atmósfera internacional. Qatar es uno de ellos, el cual ha ocupado un sitio considerable al ser sede de la Copa Mundial de Fútbol en 2022 y, por consiguiente, embolsarse altas sumas de dinero por la expansión de sus empresas en el patrocinio y propiedad de determinados equipos internacionales (Ron, 2018).

Qatar ha encontrado en el fútbol y su presencia en la FIFA como estrategia de comunicación y promoción como país emergente; además, considera un escenario óptimo para aumentar sus ingresos económicos (Ron, 2018). Así pues, confecciona una imagen gloriosa que influye en el orgullo de la ciudadanía.

La situación económica que caracteriza a Qatar debido a los yacimientos de petróleo le han posibilitado introducirse en el mundo empresarial entorno al fútbol. En esta esfera los beneficios económicos se generan por los éxitos futbolísticos, los derechos televisivos nacionales e internacionales y, evidentemente, la mercantilización de los equipos y las desorbitadas cifras de dinero que mueven los fichajes.

Las inversiones de Qatar en el fútbol se constituyen como una pata fundamental en su proyección de imagen. La empresa Qatar Airways es patrocinadora de varios de los mejores clubs del fútbol europeo como son el F.C. Barcelona y el Bayern de Múnich; además, ganó terreno en el mercado convirtiéndose en el principal sponsor del Club Atlético Boca Juniors de Argentina.

Ilustración 4: Patrocinios de altura; aerolíneas del Golfo en equipos europeos



Fuente: *El Orden Mundial*. Disponible en: <https://elordenmundial.com/moneyball-el-negocio-del-futbol-moderno/>

La elección de Qatar como sede para el Mundial de 2022 ha sido más que misteriosa por supuestos sobornos y compra de votos. Las sospechas nos remontan a la selección de Sepp Blatter como presidente de la FIFA, el cual habría revelado ante un periodista que contaba con 135.000 dólares, pero más adelante elevaría esa cifra a 300.000 dólares, admitiendo así que obtuvo apoyo de pequeños patrocinadores donde aparecía el nombre

del emir qatarí Mohamed Bin Hammam. Además, Farah Addo vicepresidente del fútbol africano por aquel entonces, manifestaría que le ofrecieron 100.000 dólares por votar a favor de Blatter.

En tal sentido, observamos cómo esta situación trascendió en el dominio del segundo equipo más caro del mundo, el PSG, que se encuentra en manos del Qatarí Nasser al Khelaifi a cargo de Qatar Sports Investment (Ventura, 2017). Nasser al Khelaifi se ha convertido en el embajador más importante de Qatar, fue el promotor del gran traspaso de Neymar al PSG por 222 millones de euros (el más caro de la historia) y de mantener a la joven promesa Mbappé. Además, forma parte del comité organizador del Mundial 2022 y proyecta la imagen de Qatar hacia occidente envuelta como un éxito comercial y en negocios (Ayuso, 2017).

Por otro lado, la divulgación comunicacional de Qatar está fortalecida por la cadena televisiva Al Jazeera. Es la cadena más relevante en la zona, pero no le ha sido sencillo penetrar en otros mercados como el europeo y latinoamericano; por ello se ha aliado con algunas cadenas de dimensiones menores de otros países para desarrollar Bein Sports y elevar su capacidad de difusión.

3.2. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA ‘QATAR’ A PARTIR DEL DEPORTE

Dos hechos relevantes: por un lado, el periódico catalán *El Punt Avui* publicaba el día 25 de noviembre de 2011 una imagen de unos cadáveres en Oriente Medio a causa de la represión en el Yemen. Uno de ellos estaba uniformado por una camiseta del FC Barcelona (*El Punt Avui*, 2011: 12). Por otro lado, echando la vista a la publicidad estática del Camp Nou apreciamos cómo en determinados momentos de la temporada 2011/12 toda la publicidad del primer anfiteatro, además la más cercana al terreno de juego se encuentra monopolizada por tres marcas: Qatar Foundation (QF), Turkish Airlines y Etisalat. Todas ellas con sede en Oriente Medio.

Así hablamos de la estrategia de posicionamiento internacional de la marca Qatar llevada a cabo por su gobierno. Esta se da lugar en dos niveles: en primer lugar, a partir del nexo del país con el deporte (*sports place branding*); en segundo lugar, la contribución de los medios de comunicación (locales e internacionales) al lanzamiento del valor de marca que Qatar ansia construir, con particular énfasis en la prensa deportiva catalana.

La práctica del *nation branding* y el *country branding* se relaciona con una manifestación específica de lo que es y lo que simboliza un país. Así, situamos la estrategia de

proyección de imagen a escala internacional que el gobierno de Qatar está llevando a cabo desde 1995. La diferencia fundamental entre *branding* de naciones y/o países y *branding* de unidades territoriales inferiores (ciudades o regiones) es que mientras en el primer caso predominan los intereses globales, en el segundo se imponen intereses más de tipo sectorial y, por tanto, su gestión se afronta desde un punto de vista más delimitado, menos totalizador de los intereses generales que sí se encuentran presentes en el *nation branding* o en el *country branding*.

A causa de la relación del ejercicio de *place branding* (desarrollo de una marca de país a partir de la cual proyectar una imagen en positivo) con la gestión pública del territorio y, en particular, con la mejora de su imagen, se produce una aproximación del *branding* de territorios hacia la diplomacia pública. Anholt (2007 citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012) sostiene que hay una versión evolucionada de diplomacia pública fundamentada en el interés renovado de los gobernantes por proteger la imagen proyectada de los territorios de los cuales son representantes. En opinión de este autor, ya no debe entenderse la diplomacia pública como un ejercicio de presentación y representación de la política de los gobiernos a otro público, sino que, hoy en día, la gestión diplomática se convierte en un asunto público en el que el interlocutor válido es la sociedad en general en sustitución de los diplomáticos o ministros.

El ejercicio que hace Anholt (2006) para reconocer la nueva vocación de la diplomacia pública y de las relaciones internacionales está estrechamente vinculado con su lucha personal por afianzar la idea que señala que la gestión de la marca para un país no es simplemente una cuestión de marketing y/o promoción. En este sentido, asegura que la gente, a estas alturas, está inmunizada contra la publicidad. Por tanto, y en la misma dirección que lo hace el *nation branding*, la diplomacia pública no debe exclusivamente a limitar sus funciones a comunicar y/o promover la política del gobierno, sino que debe trabajar conjuntamente para realzar su reputación internacional, que está absolutamente condicionada por la imagen que un territorio proyecta al exterior. A ello se debe la importancia de inversión en deporte y/o educación.

Xifra (2010: 131 citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012) apunta la idea de que:

“La comunicación como herramienta para la construcción nacional debe entenderse como el instrumento que construye y mantiene las relaciones, y no sólo como el canal o medio para los esfuerzos de comunicación del gobierno”. A partir de todo lo expuesto, se manifiesta la necesidad que la diplomacia pública se vincule y coordine con los

encargados de gestión de la marca de territorio en el marco de una estrategia nacional a largo plazo.

Van Ham (2008) se refiere al politólogo Joseph Nye y su conocida teoría del poder blando (*soft power*): la atracción y la persuasión generada por los países se obtiene a partir del poder blando que otorga la representación geográfica y nunca a partir del poder duro (*hard power*) procedente del uso de armas. En este sentido, el autor afirma que la diplomacia pública actual se integra por completo en el proceso de construcción de una marca, esto es, la habilitación de un relato estatal. El nuevo papel que desempeñan los estados posmodernos se explica por la necesidad de atraer actividad económica, factor indispensable para ser competitivos en el mercado de lugares actual. Es a partir de esta constatación que resulta posible afirmar que el *place branding* convierte hoy en un aspecto crucial para la competitividad de los estados.

Las complicaciones surgen cuando la vinculación de los estados a una marca se lee en clave peyorativa, puesto que se considera que una nación pierde su dignidad cuando se equipara a un producto comercializable. También surge una lectura de tipo propagandístico, porque se entiende que determinadas iniciativas de *branding* son meros ejercicios de propaganda, lo que ha deteriorado su credibilidad entre el gran público.

“Construyendo un sueño” es el título del primer reportaje de un total de seis, que el periodista Pep Riera (*El 9 Esportiu*) realizó en Qatar con motivo de la conferencia de Sandro Rosell en el congreso *Aspire4Sports*, el 15 de noviembre de 2011 (Riera, 2011a: 10 citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012). El artículo hacía saber la transformación político-económica de Qatar desde que, en junio de 1995, el jeque Hamad bin Califa Al Thani asumiera el control del gobierno derrocando a su propio padre a través de un golpe de estado sin víctimas (Cherribi, 2006: 122 citado en De San Eugenio y Ginesta, 2012). Bajo su mandato, el país abre sus puertas al exterior mediante un proceso de liberalización sociopolítica y, a nivel económico, especialmente a razón del descubrimiento de uno de los yacimientos de gas más importantes del planeta. Gracias a este proceso de enriquecimiento, el país se convierte en una tierra de oportunidades para muchas corporaciones.

La concreción de este sueño se denomina Qatar Foundation y es en 2008 cuando esta organización estampa la estrategia de posicionamiento internacional del país en un proyecto denominado *Visión Nacional 2030*. En este programa se precisan las inversiones

originarias de los hidrocarburos con el fin de financiar la economía del conocimiento. De hecho, Qatar Foundation guarda una estrecha relación con el gobierno qatarí, ya que fue el mismo Emir quién la fundó en 1995 con el objetivo de fundar centros de excelencia para el desarrollo de habilidades personales mediante inversiones en capital humano, innovación tecnológica, así como el fomento de acuerdos con organizaciones de elite internacional. La fundación se asienta sobre tres pilares: educación, ciencia y solidaridad y, finalmente, desarrollo comunitario. La magnitud del proyecto se puede medir en cifras: Qatar Foundation acoge más de 4.000 estudiantes (la mitad en universidades extranjeras franquiciadas y el resto en centros de enseñanza preuniversitaria) y el presupuesto dedicado a investigación es del 2,8% del PIB anual del país. Esta fundación era una institución anónima antes del 13 de diciembre de 2010, día que Qatar Foundation oficializó su acuerdo con el FC Barcelona.

“Es una suerte que a los hijos del Emir les guste tanto el deporte. Aquí, el dinero se invierte en este sector, y no en aviones de combate”. Palabras de Uli Stielike, entrenador del Aal Saliya de Doha para exponer la apuesta que el gobierno de Qatar realiza por el deporte, especialmente el fútbol. El patrocinio de Qatar Foundation al FC Barcelona mostró a nivel internacional el entusiasmo que Qatar tienen por el deporte y, en particular, el fútbol. Sin embargo, ya desde 1995, el gobierno de Qatar asumió que tenía que participar de las sinergias del complejo mediático y deportivo global para realzar su poder estructural.

Tal y como afirma Campbell (2010: 48 citado en de San Eugenio y Ginesta, 2012): “El deporte global sirve como herramienta de *nationbuilding*, para fortalecer la posición del país en el mercado global y en el mundo”.

Las inversiones qataríes en materia de deporte se han llevado a cabo en una doble dirección: la promoción de la excelencia deportiva y la adjudicación de grandes eventos deportivos, los denominados *mediaevents*. Por un lado, cabe destacar la relevancia del centro de alto rendimiento Aspire Academy for Sports Excellence, que tiene su origen en el año 2000. Aspire acoge a 200 futuros deportistas, 160 de los cuales participan del programa de perfeccionamiento del fútbol, que se nutre también de la iniciativa *Aspire Football Dreams*, amparada por la compañía que dirigía Sandro Rosell antes de ser presidente del FC Barcelona, la cual se dedica a buscar talentos en 16 países. Esta iniciativa se enmarca en el afán de Qatar de atraer talento deportivo, o bien mediante sus programas de formación a nivel mundial (escuelas de fútbol), las nacionalizaciones de

deportistas o bien a través de la contratación de expertos y entrenadores, como por ejemplo el mismo Stielike (exjugador del Real Madrid) o Josep Guardiola, exjugador del FC Barcelona (Campbell, 2010: 51 citado en De San Eugenio y Ginesta, 2012).

Por otro lado, el Mundial de la FIFA 2022 representa un hito histórico en la apuesta que el gobierno de Qatar impulsa para cautivar mayúsculos eventos deportivos de gran cobertura mediática que posibiliten al país tener una ventana permanente de promoción internacional. No obstante, este país no solo destina dinero a eventos futbolísticos, sino que antes de la referida Copa del Mundo, Qatar ya ha sido sede de torneos de la ATP de tenis, campeonatos de golf y competiciones de Fórmula 1.

El fenómeno de AlJazeera, con sede en Doha, ha sido uno de los más estudiados en este país del Golfo Pérsico. Aun así, los investigadores no llegan a un consenso sobre el papel que esta cadena desempeña en el mundo árabe. Por un lado, se encuentra su impacto en la promoción (o no) del diálogo entre civilizaciones: “Dando voz a los que no la tienen y aportando luz a las partes del mundo que han sido marginadas por los otros medios globales [BBC, CNN], ha sido reconocida por su audiencia como una cadena que juega una función conciliadora en el actual ambiente conflictivo”. Por el otro, el canal “construye una identidad musulmana global”, es decir, “una *Umma* imaginaria, una comunidad musulmana transnacional” (Cherribi, 2006: 133 citado en De San Eugenio y Ginesta, 2012).

Lo que resulta indiscutible es la vinculación del canal televisivo con el gobierno de Qatar. Por tanto, Al Jazeera es menos crítica con el gobierno de Qatar, pero lo puede ser mucho con otros países del mundo árabe.

La importancia que la cadena otorga a este deporte también se puede conformar a través de otras cifras. Por un lado, la audiencia del Mundial de Sudáfrica en Oriente Medio fue de 90,1 millones, cuya señal televisiva fue distribuida por Al Jazeera o bien por sus licencias en Irán, Egipto, Argelia y Siria. Por el otro, la entrevista en directo que Al Jazeera Sports News realizó al presidente Rosell el pasado 14 de noviembre fue vista por 40 millones de espectadores en Oriente Medio y el norte de África y, además, se emitió por Esport3 de Televisió de Catalunya. Ello permite evidenciar la ascendencia social que el FC Barcelona tiene en esta región del planeta, que complementa la figura de Josep Guardiola, una de las principales imágenes del Mundial.

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

"La Copa del Mundo va a nuevas tierras y soy un feliz presidente cuando hablamos del desarrollo del fútbol", declaró Sepp Blatter, presidente de la FIFA, el 2 de diciembre de 2010 después de que Qatar ganase el voto del Comité Ejecutivo de la FIFA para albergar el Mundial 2022. Sin embargo, fueron pocos los que compartieron la alegría de Blatter. Desde la polémica decisión de Qatar de hospedar el torneo, las opiniones tanto de los aficionados como de la comunidad futbolística en general han estado en contra de la decisión.

El presidente de la federación alemana de fútbol enjuició que la decisión es "un lastre para todo el fútbol". Por su parte, numerosos escritores han calificado esta resolución de "una locura de la FIFA", "una "farsa" y un "desastre." Otros han dicho que el premio "no tiene sentido" y "también podrías celebrar la Copa del Mundo en Marte". El problema no viene solo por una mera impopularidad: las acusaciones de soborno y corrupción han brotado constantemente desde que se conoció la decisión hasta hoy.

La situación se agravó cuando la FIFA reconoció probablemente el torneo tuviera que trasladarse de su horario tradicional de junio a julio a los meses de invierno debido al calor extremo del verano en la región. Esta modificación tendría efectos masivos, tanto logístico y financiero, en ligas de fútbol profesional en todo el mundo. Cambiar la Copa del Mundo de Qatar 2022 al invierno sería económicamente pernicioso para las ligas de fútbol profesional y las múltiples empresas que dependen de ellas.

En cuanto al cronograma y resumen de los hechos principales se puede resumir en las siguientes fechas:

Diciembre de 2008: decisión de seleccionar dos sedes a la vez.

La votación de 2010 fue la primera vez que la FIFA designó dos sedes al mismo tiempo para la organización de un Mundial. El Comité Ejecutivo de la FIFA aceptó formalmente dicho "procedimiento de candidatura simultánea" en su reunión del 19-20 de diciembre de 2008 celebrada en Tokio.

2009 - principios de 2010: inscripción de candidatos.

Se invitó a las asociaciones a presentar a la FIFA una declaración de interés para el 2 de febrero de 2009; las que manifestaron dicho interés se les requirió que presentaran

posteriormente un formulario para inscribir su candidatura para el día 16 de marzo. Los candidatos que cumplieron con todos los criterios pertinentes fueron los siguientes:

- (1) Asociación de Fútbol de Bélgica y Asociación de Fútbol de los Países Bajos (“Bélgica/Holanda 2018”)
- (2) Asociación de Fútbol de Inglaterra (“Inglaterra 2018”);
- (3) Asociación de Fútbol de Rusia (“Rusia 2018”);
- (4) Real Federación Española de Fútbol y Asociación de Fútbol de Portugal (“España/Portugal 2018”);
- (5) Asociación de Fútbol de los EE. UU. (“EE. UU. 2022”);
- (6) Asociación de Fútbol de Australia (“Australia 2022”);
- (7) Asociación de Fútbol de Japón (“Japón 2022”);
- (8) Asociación de Fútbol de Corea (“Corea 2022”); y
- (9) Asociación de Fútbol de Qatar (“Qatar 2022”).

Mayo de 2010: Entrega de los libros de la candidatura.

El 14 de mayo de 2010, una delegación de cada equipo de candidatura entregó sus libros de candidatura a la FIFA. Más tarde, tras la sesión plenaria del Congreso de la FIFA organizada el 10 de junio de 2010, se desarrolló una “exhibición de candidatos”, “destinada a los participantes del Congreso de la FIFA”, que comprendía “un stand de exhibición estandarizado por cada candidato, y un área para actividades sociales”.

Junio-Julio de 2010: La Copa Mundial de la FIFATM en Sudáfrica.

La Copa Mundial de la FIFA 2010 Sudáfrica se realizó del 11 de junio al 11 de julio de 2010. El 1 de abril de 2010, el Secretario General de la FIFA mandó un comunicado a todos los equipos de candidatura, solicitando que se abstuvieran de desarrollar actividades vinculadas con la candidatura en Sudáfrica durante la duración del evento, con el fin de proteger la integridad con relación a la promoción, captación e interés ilimitada para la Copa Mundial de la FIFA 2010.

Julio-octubre de 2010: Visitas de inspección de la oferta e informe.

Tras finalizar la revisión de los libros de la candidatura, la comisión de evaluación realizó visitas in situ en cada uno de los once países que participaron en el proceso de candidaturas, del 18 de julio al 17 de septiembre de 2010. Los miembros de dicha agrupación visitaron los estadios, espacios de entrenamiento, hoteles, y demás áreas relacionadas con los criterios. De acuerdo con el presidente de la comisión de evaluación, nadie en la FIFA ejerció presiones en relación a sus informes. Se indicó a la comisión de

evaluación que no “clasificara” los equipos de candidatura. Sin embargo, teniendo en cuenta el riesgo operativo general, todas las sedes de las propuestas se calificaron como de “bajo riesgo”, excepto Qatar (“alto riesgo”) y Rusia (“mediano riesgo”).

En las subcategorías individuales, las únicas puntuaciones de alto riesgo se adjudicaron a Qatar por las “instalaciones de los equipos” y a Rusia por “transporte: aeropuertos y conexiones internacionales”. Todos los riesgos jurídicos se catalogaron como bajos o medianos, siendo que Bélgica/Holanda, Japón y los EE. UU. recibieron una calificación general de mediano riesgo, y el resto de los países se encasillaron como de bajo riesgo. En la carta de acompañamiento al resumen ejecutivo, el presidente de la comisión de evaluación sentenció que “pensamos que hemos cumplido con nuestro trabajo, dentro de un espíritu de integridad, objetividad y transparencia” (Eckert, 2014).

Octubre de 2010: División de candidatos para 2018 y 2022.

Durante una reunión celebrada los días 28 y 29 de octubre de 2010, el Comité Ejecutivo de la FIFA dio el visto bueno a un programa en el que se adjuntaban “directivas para el procedimiento de votación”, que regentaban el nombramiento de los países organizadores para la Copas Mundiales de la FIFA 2018/2022. Dichas directivas establecían que “si una asociación miembro europea fuera designada como organizador de la Copa Mundial de la FIFA 2018 en la primera parte del proceso de votación, ninguna asociación miembro europea podría participar en el procedimiento de votación para la organización de la Copa Mundial de la FIFA 2022”. Según estas directivas, el conjunto estadounidense fue el único equipo no europeo para la sede de 2018. Si los estadounidenses quedaban descartados, se aseguraría la selección de una sede europea para el Mundial 2018, y la ausencia de candidatos europeos para 2022. Pero contrariamente a lo fijado en dichas directivas, el acta de la reunión de octubre asignó al equipo estadounidense como candidato únicamente para la organización del Mundial 2022. Según declaraciones de altos funcionarios de la FIFA, se produjo un consenso entre todas las confederaciones para mantener un método de rotación, en virtud del cual cada tercer torneo de la Copa Mundial de la FIFA volvería a Europa. A raíz de estas manifestaciones, no hubo objeciones a esto desde los candidatos no europeos.

Octubre-noviembre 2010: Actuaciones ante la Comisión de Ética y suspensiones.

El 17 de noviembre de 2010, la Comisión de Ética de la FIFA (CEF) tomó decisiones sentenciando que los miembros del Comité Ejecutivo de la FIFA Amos Adamu y Reynald Temarii habían violado diferentes disposiciones del CEF, por su actuación en reuniones

recientes con periodistas de identidad oculta del diario Sunday Times. Durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 2010, estos periodistas se hicieron pasar por empleados de una empresa ficticia, “Franklin Jones”, a la que describieron en asambleas con algunos funcionarios del fútbol como una compañía de relaciones públicas con sede en Londres, que se dedicaba a representar a numerosas empresas estadounidenses con el objetivo de hacer lobby a favor de la candidatura de los EE. UU. para organizar la Copa Mundial de la FIFA. Dichos periodistas grabaron clandestinamente conversaciones con Adamu y Temarii, y también con los miembros del Comité Ejecutivo de la CAF Slim Aloulou and Amadou Diakite, el miembro honorario de la CAF Ismail Bhamjee, y el miembro del Comité Ejecutivo de la OFC Ahongalu Fusimalohi.

En entrevistas con los Adamu y Temarii, los periodistas secretos ofrecieron inversiones financieras en planes de desarrollo del fútbol a realizarse en los países y confederaciones de origen de dichos funcionarios, a cambio de votar por la candidatura de los EE. UU. como sede de la Copa Mundial de la FIFA 2022.

El 17 de octubre de 2010, el Sunday Times sacó a la luz dos artículos donde se describía su “operativo señuelo” realizado sobre dichos funcionarios. Días después, la Comisión de Ética de la FIFA emprendió actuaciones contra los funcionarios acusados, suspendiéndolos preventivamente de desarrollar labores relacionadas con el fútbol. Finalmente se sentenció que el Sr. Adamu había violado el art. 3 apdo. 1, 2 y 3 (reglas generales), el art. 9 apdo. 1 (lealtad), y art. 11 apdo. 1 (cohecho) de la edición 2009 del CEF; se le vetó colaborar en cualquier actividad relacionada con el fútbol, a nivel nacional o internacional, durante tres años a partir del 20 de octubre de 2010. Se resolvió que el Sr. Temarii había infringido el art. 3 apdo. 1 y 2 y el art. 9 apdo. 1 de la edición 2009 del CEF, prohibiéndose que interviniese en el fútbol durante un año a partir del 20 de octubre de 2010. Las apelaciones de ambos fueron posteriormente desestimadas.

1-2 de diciembre de 2010: Presentaciones finales y votación.

En la reunión del Comité Ejecutivo de la FIFA del 1 de diciembre de 2010 hicieron acto de presencia 22 miembros en condiciones de votar sobre la candidatura para la sede de la Copa Mundial de la FIFA 2018 y 2022.

Según las actas de las conferencias celebradas, los miembros del Comité Ejecutivo pactaron en que, una vez obrada la votación para elegir la sede del Mundial 2018, no se les informaría el resultado, sino que se derivaría directamente a votar la sede de la Copa Mundial de la FIFA 2022.

La elección se realizó el día 2 de diciembre de 2010 por el procedimiento de votación por rondas. Primero se llevó a cabo la designación de la sede del Mundial 2018 e inmediatamente se continuó por la votación de selección del país que albergará la Copa Mundial de la FIFA 2022. Según las directrices para el procedimiento de votación se llamó a los miembros del Comité Ejecutivo a la casilla de votación, en forma individual, allí cada uno entregó una boleta de voto. Si una vez contados todos los votos, ningún candidato recibía la mayoría absoluta (50% +1) de los votos, el país candidato que lograra menor número de votos quedaba descartado. Este método permaneció hasta obtenerse la mayoría absoluta. Los resultados de las votaciones para la organización de la Copa Mundial de la FIFA 2018 y 2022 fueron los siguientes:

Candidatos para 2018: Inglaterra, Bélgica/Holanda, España/Portugal, Rusia

Ronda 1: Inglaterra 2; Bélgica/Holanda 4; España/Portugal 7; Rusia 9

Ronda 2: Bélgica/Holanda 2; España/Portugal 7; **Rusia 13**

Candidatos para 2022: Australia, Japón, Corea, EE. UU., Qatar

Ronda 1: Australia 1; Japón 3; Corea 4; Qatar 11; EE. UU. 3

Ronda 2: Japón 2; Corea 5; Qatar 10; EE. UU. 5

Ronda 3: Corea 5; Qatar 11; EE. UU. 6

Ronda 4: **Qatar 14**; EE. UU. 8

Tras dos rondas de votación, Rusia recibió una mayoría absoluta de votos para la celebración del Mundial 2018; después de cuatro rondas, Qatar logró una mayoría absoluta de votos para la celebración de la Copa del Mundo 2022. Los dos ganadores -así como los recuentos de votos de cada ronda para la Copa Mundial de la FIFA 2018 y 2022- se anunciaron públicamente ese día.

Tras la controvertida votación de 2010 han brotado más problemas para la FIFA en la planificación del Mundial de Qatar 2022. Uno de los más importantes es la preocupación de que el calor del verano en Qatar haga imposible una habitual Copa del Mundo de junio a julio. Supuestamente, este tema se meditó durante el proceso de votación y se mencionó reiteradamente en el Informe de evaluación de ofertas para Qatar. Sin embargo, fue después de la votación para que Qatar acogiese el torneo cuando se acordó que el calor haría impracticable una competición de verano. El presidente del comité médico de la FIFA, Michel D'Hooghe, ya avisó en septiembre de 2013 que una Copa del Mundo de verano en Qatar sería Peligrosa. Incluso Blatter reconoció que otorgar una Copa del Mundo de verano a Qatar fue "un error", ya que la FIFA era plenamente consciente del

calor extremo y la imposibilidad logística de un torneo de verano, pero aun así eligió Qatar para un torneo de verano.

Este cambio ha provocado una gran polémica. Hay algunos que apoyan la mudanza y más que simplemente parecen aceptar su necesidad. Sin embargo, muchos partidos en la comunidad futbolística, en particular los europeos, están en contra de la medida por una serie de razones prácticas, incluida la más importante, la interrupción de las temporadas de la liga nacional en Europa.

Por otro lado, desplazar la Copa del Mundo de Qatar 2022 a invierno supondrá un efecto significativo en las ligas de fútbol europeas. Generalmente, su temporada se desarrolla desde finales de agosto hasta mediados de mayo, por lo que evidentemente se vería interrumpida por una Copa del Mundo de noviembre a diciembre. Por lo que la alterada temporada 2022–2023 daría inicio en junio y finalizaría al junio siguiente, con una pausa a mitad de temporada para el torneo internacional. Los efectos podrían ser de una cierta gravedad. Los clubs nacionales generalmente están compuestos por los mejores futbolistas profesionales de cada país. La pérdida de sus estrellas debido a las lesiones ocasionadas durante el torneo sería una situación preocupante a tener en cuenta, al igual que el agotamiento de los jugadores que participaron. Por lo tanto, esto tendría un efecto masivo en la liga y, posiblemente, también supondría consecuencias en los ingresos de la misma.

3.4. QATAR 2022 Y LA VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

Los abusos contra los trabajadores migrantes se han convertido en una mancha en la conciencia del fútbol mundial. Este deporte se puede concebir desde muy distintas perspectivas. Para futbolistas y aficionados, un estadio donde va a disputarse la Copa del Mundo se percibe como un lugar de emoción y para soñar con tu equipo. En cambio, para algunos de los trabajadores puede llegar a ser una verdadera pesadilla.

Cuando se otorgó la sede a Qatar, la FIFA sabía (o debería haber sabido) que gran parte de los trabajos de construcción en este país suponen explotación laboral grave y sistemática de los obreros migrantes, los cuales denuncian condiciones laborales precarias, sin cobrar lo establecido a tiempo y viéndose obligados a endeudarse para poder hacer frente las necesidades básicas de su estancia en Qatar. Los compromisos de las autoridades de Qatar para salvaguardar el derecho de los empleados migrantes a estipendios pagados en tiempo y forma han resultado ineficaces, según concluye el

informe "¿Cómo podemos trabajar sin salario?": Abusos salariales que enfrentan los trabajadores migrantes antes de la Copa Mundial de la FIFA 2022 de Qatar", publicado por Human Rights Watch (HRW).

Entre enero de 2019 y mayo de 2020, la organización internacional conversó con 93 trabajadores migrantes que trabajan en Qatar para 60 empresas diferentes. Todos los entrevistados alertaron sobre algún tipo de abuso en el trabajo: impagos o demoras durante meses, salarios inexactos u horas extras no pagadas. El informe revela que Qatar no ha acatado sus compromisos consensuados en 2017 con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de amparar a los obreros migrantes de las injusticias salariales y de abolir el sistema kafala, que vincula las visas de estos asalariados a sus empleadores. En gran parte de los casos en los que Human Rights Watch evidenció abusos salariales, los jornaleros han afirmado haber sufrido hambre y haber sido incapaces de mandar dinero a las familias en sus países natales.

"Hemos oído hablar de trabajadores que mueren de hambre debido a salarios atrasados, trabajadores endeudados que trabajan duro en Qatar solo para recibir salarios mal pagados y trabajadores atrapados en condiciones de trabajo abusivas por temor a represalias", asegura el subdirector para Oriente Medio y África del Norte de Human Rights Watch, Michael Page.

Los empleados en los que se basó el informe desempeñan diversas responsabilidades, desde guardias de seguridad hasta camareros, limpiadores, personal de administración y trabajadores de construcción. Aterrizan en Qatar con la esperanza de conseguir empleos e ingresos estables, pero se enfrentan a abusos salariales que los conducen a endeudarse. Qatar cuenta con dos millones de trabajadores migrantes, que constituyen en torno al 95% de su capacidad de trabajo total y son primordiales para la construcción de la infraestructura y el sector servicios de todo el país. Mayoritariamente vienen de países como India, Nepal, Filipinas, Bangladesh, Kenia y Uganda en busca de mejores oportunidades de ganancias.

Como recompensa del trabajo se les ofrece un salario de aproximadamente 206 dólares al mes. Cuando, que raras veces sucede, es debidamente pagado en su totalidad y tiempo, apenas es suficiente para que varios de sus obreros solventen las deudas de la contratación, denuncia HRW, la cual también condena que algunas compañías qataríes retienen, demoran o rehúsan deliberadamente los salarios de los trabajadores para alcanzar más ganancias.

Las ilegalidades salariales se han agravado aún más desde que dio inicio la crisis originada por la COVID-19. Algunos empresarios usaron la pandemia como subterfugio para retener los salarios o negarse a finiquitar los pendientes a los trabajadores detenidos y repatriados por la fuerza. Algunos operarios aseguraron que ni siquiera pueden permitirse ‘el lujo’ de comprar alimentos.

Elevadas comisiones de contratación. La mayoría de los migrantes buscan trabajo en Qatar para huir de la pobreza y el paro en países como Nepal, Bangladesh e India. Pero, para alcanzar empleo deben pagar altas comisiones.

TRABAJADORES MIGRANTES DE QATAR: CIFRAS

1,7 MILL. trabajadores migrantes en Qatar, lo que supera el 90% de la mano de obra.

3.200 obreros, en su mayoría migrantes, que trabajan a diario en las obras del estadio Jalifa.

+234 hombres que trabajan en el estadio Jalifa y la Aspire Zone y sufren abusos y explotación; algunos son víctimas de trabajo forzado.

500 - 4.300\$ cantidad que pagan los trabajadores migrantes a las agencias de contratación en sus países natales para obtener un trabajo en Qatar.

Terribles condiciones de vida. Normalmente, los trabajadores sobrellevan condiciones de aglomeración y de falta de higiene y seguridad en sus alojamientos. Según Amnistía Internacional (2016) había hombres pernoctando en literas en habitaciones para ocho o más personas. Sin embargo, el derecho qatarí y las Normas para la Protección de los Trabajadores autorizan como máximo cuatro camas por habitación y prohíben el uso compartido de camas.

Mentiras sobre el salario. Los secretarios de contratación crean falsas promesas respecto al salario que embolsarán los trabajadores, y sobre el tipo de empleo ofertado. Los 300 dólares al mes que a un hombre de Nepal le habían prometido que iba a cobrar, finalmente se quedaron en escasos 190 una vez que empezó a trabajar en Qatar.

Retrasos en el pago de salarios. Frecuentemente no se pagan los sueldos durante sucesivos meses. Esto puede acarrear efectos desastrosos, ya que los trabajadores no pueden pagarse la comida ni mandar dinero a sus familias (Amnistía Internacional, 2016).

No poder abandonar el estadio ni el campamento. Algunos empleadores no despachan o renuevan el permiso de residencia a sus trabajadores, a pesar de que están obligados a hacerlo según el derecho qatarí. Con esta documentación de identidad, los empleados

pueden certificar que tienen permiso para vivir y trabajar Qatar. Sin ellos, podrían ser encarcelados o multados.

No poder salir del país ni cambiar de trabajo. Los empleadores habían incautado el pasaporte a todos los trabajadores con los que hablamos. De hecho, si desean irse de Qatar deben obtener un “permiso de salida” admitido por su empresa. Pero los empleadores suelen hacer caso omiso de estas peticiones, o incluso amenazan a los trabajadores, indicándoles que no pueden marcharse hasta la finalización del contrato, lo que podría significar otros dos años.

Ser amenazados. Si los trabajadores se quejan de las condiciones o piden ayuda, normalmente son amedrentados y amenazados por sus jefes.

El lado espantoso de un hermoso juego: cifras

+90 MILL. \$ para una empresa, Six Construct, por la reforma del estadio Jalifa.

+35 MILL. \$ para Eversendai, principal subcontratista, por el estadio Jalifa.

2.000 MILL. \$ ingresos de la FIFA en 2014.

220 \$ salario medio mensual de los hombres entrevistados que trabajaban en el estadio Jalifa.

Trabajo forzoso. Tal y como informa Amnistía internacional:

Una de las empresas que contratan trabajadores para el proyecto del estadio Jalifa somete a trabajo forzado a sus empleados. Quienes se niegan a trabajar debido a las condiciones son amenazados con deducciones de la paga, o con ser entregados a la policía para su expulsión sin recibir el sueldo que les corresponde. (Amnistía Internacional, 2016)

En definitiva, más de 6.500 trabajadores migrantes de India, Pakistán, Nepal, Bangladesh y Sri Lanka han muerto en Qatar desde que ganó el derecho a ser sede de la Copa del Mundo hace diez años.

Los resultados, recopilados a partir de fuentes gubernamentales, suponen que unos promedios de 12 trabajadores migrantes de estas cinco naciones del sur de Asia han muerto cada semana desde la noche de diciembre de 2010 cuando las calles de Doha se abarrotaron de multitudes fascinadas festejando la victoria de Qatar.

Los datos de India, Bangladesh, Nepal y Sri Lanka destaparon que hubo 5.927 muertes de obreros migrantes en el período 2011-2020 (Pattison et al., 2021). Por separado, los datos de la embajada de Pakistán en Qatar anunciaron de otras 824 muertes de operarios

paquistaníes, entre 2010 y 2020. La cifra total de fallecidos es significativamente mayor, ya que estos datos no computan las muertes de varios países que envían un gran número de trabajadores a Qatar, incluidas Filipinas y Kenia. Tampoco se suman las víctimas en los últimos meses de 2020.

En la última década, Qatar se ha involucrado en un programa de construcción sin precedentes para la preparación del mundial de fútbol de 2022. Además de siete nuevos estadios, se han perfeccionado o están en marcha decenas de propuestas trascendentales, incluido un nuevo aeropuerto, carreteras, sistemas de transporte público, hoteles y una nueva ciudad, que albergará la final del Mundial.

Si bien los registros de defunción no se encuentran catalogados por ocupación o lugar de trabajo, es probable que muchos trabajadores que perdieron la vida estuvieran empleados en estos proyectos de infraestructura de la Copa del Mundo, dice Nick McGeehan, director de FairSquare Projects, un grupo de defensa especializado en derechos laborales en el Golfo. “Una proporción muy significativa de los trabajadores migrantes que han muerto desde 2011 solo estaban en el país porque Qatar ganó el derecho a ser sede de la Copa del Mundo”, dijo.

Ha habido 37 muertes entre obreros directamente vinculados a la construcción de estadios de la Copa del Mundo, de los cuales 34 están encasillados como “no relacionados con el trabajo” por el comité organizador del evento (Pattisson et al., 2021). Los expertos han impugnado el uso del término ya que en varios casos se ha empleado para exponer las muertes ocurridas en el trabajo, incluidos varios trabajadores que se derrumbaron y murieron en las obras de construcción del estadio.

Los hallazgos revelan el fracaso de Qatar para proteger a sus dos millones de trabajadores migrantes, o incluso investigar las causas de la aparentemente alta tasa de muerte entre los trabajadores, en su mayoría jóvenes.

Detrás de las estadísticas se perciben 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.

Según recoge Pattisson:

Ghal Singh Rai, originario de Nepal, pagó casi £ 1,000 en tarifas de contratación por su trabajo de limpiador en un campamento para trabajadores que construían el estadio

de la Copa Mundial de Education City. Una semana después de su llegada, se suicidó. Otro empleado, Mohammad Shahid Miah, de Bangladesh, fue electrocutado en su alojamiento de trabajadores después de que el agua entrara en contacto con cables eléctricos expuestos. (Pattisson et al., 2021)

En India, la familia de Madhu Bollapally nunca entendió cómo murió de "causas naturales" el robusto hombre de 43 años mientras trabajaba en Qatar. Su cuerpo fue encontrado tumbado en su dormitorio.

El oscuro número de muertos de Qatar se revela en extensas hojas de cálculo de datos oficiales que computan las causas del fallecimiento: diversas lesiones contundentes debido a una caída desde una altura; asfixia por ahorcamiento; causa indeterminada de muerte por descomposición, etc. Pero entre las causas, la más habitual son las llamadas "muertes naturales", a menudo achacadas a insuficiencia cardíaca o respiratoria aguda.

Según los datos obtenidos por The Guardian, el 69% de las muertes entre trabajadores indios, nepalíes y bangladesíes se catalogan como naturales. The Guardian informó previamente que tales clasificaciones, que habitualmente se realizan sin una autopsia, no suelen brindar una explicación médica legítima del motivo subyacente de estas muertes.

En 2019 reveló que probablemente el intenso calor del verano de Qatar suponga un factor explicativo en la muerte de muchos trabajadores. Los hallazgos de The Guardian fueron amparados por una investigación encomendada por la Organización Internacional del Trabajo de la ONU que destapó que durante al menos cuatro meses del año los operarios padecieron un estrés por calor significativo cuando trabajaban al aire libre.

Qatar sigue "arrastrando los pies sobre este tema crítico y urgente en aparente desprecio por la vida de los trabajadores", dijo Hiba Zayadin, investigador del Golfo de Human Rights Watch. "Hemos pedido a Qatar que modifique su ley sobre autopsias para exigir investigaciones forenses sobre todas las muertes repentinas o inexplicables, y aprobar una legislación que exija que todos los certificados de defunción incluyan una referencia a una causa de muerte médicamente significativa", dijo. El gobierno Qatarí afirma que el número de muertes, que no discute, es proporcional al volumen de la fuerza laboral migrante y que las cifras engloban trabajadores de cuello blanco que han perdido la vida naturalmente después de vivir en Qatar durante muchos años.

Ilustración 5: Cifras de trabajadores fallecidos indios y nepaleses en Qatar que se anunciaron como 'muertes naturales'



Fuente: Elaboración propia con datos de The Guardian. Disponible en:

<https://www.theguardian.com/global-development/2021/feb/23/revealed-migrant-worker-deaths-qatar-fifa-world-cup-2022>

Las muertes relacionadas con el coronavirus, que se han mantenido extremadamente bajas en Qatar, no han afectado significativamente las cifras, con poco más de 250 muertes entre todas las nacionalidades. La investigación de The Guardian también ha destacado la falta de transparencia, rigor y detalle en el registro de muertes en Qatar. Las embajadas en Doha y los gobiernos de los países emisores de mano de obra se muestran reacios a compartir los datos, posiblemente por razones políticas. Cuando se han proporcionado estadísticas, existen inconsistencias entre las cifras de las diferentes agencias gubernamentales y no existe un formato estándar para registrar las causas de muerte. Una embajada del sur de Asia dijo que no podían compartir datos sobre las causas de muerte porque solo estaban registrados a mano en un cuaderno.

"Hay una verdadera falta de claridad y transparencia en torno a estas muertes", dice May Romanos, investigadora de Amnistía Internacional en el área del Golfo. "Es necesario que Qatar refuerce sus normas de salud y seguridad en el trabajo" (Pattisson et al., 2021). El comité organizador de la Copa del Mundo en Qatar, cuando se le preguntó sobre las muertes en los proyectos de estadios, dijo: "Lamentamos profundamente todas estas tragedias e investigamos cada incidente para asegurarnos de que se aprendieran las lecciones. Siempre hemos mantenido la transparencia sobre este tema y disputamos afirmaciones inexactas sobre la cantidad de trabajadores que han muerto en nuestros proyectos".

En un comunicado, un portavoz de la FIFA, el organismo rector mundial del fútbol, dijo que está totalmente comprometido con la protección de los derechos de los trabajadores en los proyectos de la FIFA. "Con las muy estrictas medidas de salud y seguridad en el sitio ... la frecuencia de accidentes en los sitios de construcción de la Copa Mundial de la FIFA ha sido baja en comparación con otros proyectos de construcción importantes en todo el mundo", dijeron, sin proporcionar evidencia.

3.5. TRAMA DE CORRUPCIÓN EN EUROPA Y RESTO DEL MUNDO

"Todos los caminos del Mundial de Qatar 2022 pasaron por España". Con esta tesis revelaba la revista francesa France Football en junio de 2014 la implicación de un grupo de nombres y apellidos españoles ilustres en el escándalo del Qatargate que desembocó con el nombramiento de este país árabe como sede del Mundial de fútbol del año próximo. El 29 de enero de 2013 la célebre revista France Football publicó un impactante dossier de 16 páginas bautizado como "Qatargate" que narraba el esquema de corrupción que

rodeó al caso del proceso previo a la entrega de la organización del Mundial 2022 por parte de Qatar.

En el informe de esta revista francesa, firmado por Eric Champel y Philippe Auclair, colaboraron periodistas de diversos países. El 1 de junio de 2014, el periódico inglés The Sunday Times incrementó detalles con un reportaje de diez páginas titulado "Complot para comprar la Copa del Mundo", en el que se corroboraban las afirmaciones de France Football adhiriendo nombres de testigos, copias de correos electrónicos y transcripciones de audios. Jonathan Calvert y Heidi Blake fueron los periodistas británicos que osaron desafiar al imperio de la FIFA.

Qatar se impone a Estados Unidos en la votación

Inmensas cantidades de dinero estaban en juego y desde España se movieron los hilos necesarios con el fin de que el reparto llegara a todos. Se compraron voluntades para que la votación de los miembros de la FIFA se declinase hacia los intereses qataríes y no a los de Estados Unidos, la otra candidatura que aspiraba a la celebración del evento. Qatar hizo saltar la sorpresa al imponerse en la votación por 14 votos contra 8. Este asombro es debido a que en el país árabe se conocían las condiciones climatológicas que se dan allí en verano (50 grados a la sombra) o la necesidad de modificar el calendario para programarlo en noviembre entorpeciendo los intereses millonarios de las ligas europeas más poderosas.

La revista francesa, que también tiene los derechos sobre el Balón de Oro, expuso documentos y testimonios que destapaban una red futbolística liderada por Ángel Villar, entonces presidente de la Federación Española de Fútbol, en la que además aparecían los nombres de Florentino Pérez, presidente del Real Madrid, y Sandro Rosell, por aquel entonces presidente del FC Barcelona, con el fin de que sus empresas privadas saliesen beneficiadas.

Qatar no votó a favor de la candidatura española para organizar el Mundial 2018

France Football descubrió un acuerdo clandestino que se alcanzó en Madrid en 2009 y que supuso el apoyo de España y un conjunto de países latinoamericanos a la candidatura del emirato petrolero. Villar lideró todos los movimientos encaminados a conceder la designación de Qatar para 2022 y la de España y Portugal para el Mundial de 2018. Ambas sedes se decidían de forma conjunta el 2 de diciembre de 2010. Finalmente, España se quedó en el camino al terminar en tercera posición en las votaciones que

concederían el triunfo a Rusia como país organizador del Mundial 2018. Pero la cuestión recae en que los españoles perdieron sin contar, curiosamente, con el voto de Qatar.

El informe añade que Qatar y España fusionaron sus destinos e intereses mediante una iniciativa de la consultora IMG Consulting que se forjó en dos reuniones. La primera, en Madrid. La segunda de ellas tuvo lugar en Barcelona en febrero de 2010 con la presencia de Ángel María Villar y Tariq al-Naama, vicepresidente de Aspire, la academia qatarí de jóvenes talentos futbolísticos en la que tenía intereses Sandro Rosell. “Los contactos tejidos con las dos grandes instituciones del fútbol español abrieron la puerta a un juego de influencias que permitiría a Villar votar por el emirato y utilizar sus propias redes para obtener el apoyo de países latinoamericanos”, explicaba France Football.

El empresario mallorquín Jaime Fluxà ejerció de mediador

El acercamiento entre los principales actores qataríes y españoles se engendró a través del papel de mediador que desempeñó el empresario mallorquín Jaime Fluxà Morro, accionista entonces de ACS y estrechamente vinculado con Qatar a través de la banca Rothschild, en su función de asesor de la prestigiosa constructora nacional Al-Jaber, y a la vez ligado al FC Barcelona a través del que era vicepresidente Carles Vilarrubí, curiosamente el contacto de Florentino Pérez en el Camp Nou. Detenido y puesto en libertad con cargos en mayo de 2010 por presunto desvío de fondos públicos, Fluxà es para France Football una de las figuras fundamentales de las relaciones empresariales entre España y Qatar. Trabajó como asesor del grupo Al-Jaber y ofreció su ayuda al banco Rothschild, del que era consejero en España, para que aterrizase en Doha.

Fluxà se encargó de organizar misteriosamente un viaje a Madrid de varios pesos pesados de la delegación de Qatar 2022 entre los días 21 y 23 de octubre de 2009. A esa reunión concurrieron Florentino Pérez, y los directivos José Ángel Sánchez, Julio González Tojo, Emilio Butragueño e Iván Bravo, que hoy es director general de estrategia de Aspire y entonces era un alto ejecutivo del club blanco.

Según desvela el documento de France Football, el jefe de la delegación qatarí, Hassan Al Thawadi, logró gracias a la mediación de Fluxà que los dirigentes madridistas intercedieran ante Villar para concertar un encuentro en una de las salas VIP del estadio Santiago Bernabéu durante un Real Madrid-Milán de Champions League. Allí se pactó “un intercambio de votos, pero solo de país a país” en un principio. La reunión fue el 22 de octubre de 2009, y en ella estaba Phaedra Almajid, exmiembro de la candidatura qatarí que se desligó de la misma y posteriormente accedió a colaborar en las investigaciones.

Rosell firmó el patrocinio de Qatar antes de ser presidente del Barça

Por aquellos momentos el Barcelona se aderezaba a vivir una luna de miel con Qatar disfrutando un generoso contrato de patrocinio (171 millones por cinco años) que salvaría sus maltrechas finanzas y también las de Sandro Rosell, que alcanzaría para su empresa Bonus Sport Marketing un acuerdo de 2,7 millones con Aspire del que France Football mostró las pertinentes fotocopias del contrato rubricado el 31 de marzo de 2008, cuando Rosell aún no se aposentaba en la silla de la presidencia del FC Barcelona.

Florentino Pérez apostaba más alto como presidente de ACS junto a su socio Fluxà. Ambos dirigirían desde 2011 la constructora alemana Hochtief, participada en un 11% por el estado qatarí, que desempeñaría un papel relevante en las obras faraónicas que tendrían de realizarse en Qatar con el fin de cubrir todas las necesidades en infraestructuras que generaría la organización del Mundial.

Guardiola, Platini, Sarkozy

Al destapar France Football el escándalo, el Real Madrid se aceleró a negar su presunta vinculación: "Deseamos confirmar que el Real Madrid no ha organizado, ni solo ni con la FEF, ninguna reunión con nadie, sobre ningún tema que tenga que ver con el Mundial de Qatar". Y añadía: "Es absolutamente falso que se haya reunido en octubre del año 2009, ni en ninguna otra fecha, con la delegación citada en la información, ni con cualquier otra, ni con el presidente de la Federación Española de Fútbol, ni con nadie en relación con la candidatura del Mundial de Qatar".

Fluxà, por su parte, precisó que "la reunión que menciona el artículo existió, pero fue por otra cosa (crear un parque temático del Real Madrid en Valdebebas). No entiendo por qué me han situado en esta polémica". Fluxà comentó entonces, para salir del paso, que "alguien pagará por esto" y presentó una demanda por injurias. Ya no se ha vuelto a saber nada del asunto.

Lo cierto es que, junto a los nombres de Ángel María Villar, Florentino Pérez y Sandro Rosell, en el informe aparecen otros apellidos ilustres de la jet set del fútbol internacional (Riscal, 2019). Desde Ricardo Teixeira, presidente por aquel entonces de la Confederación Brasileña de Fútbol, hasta Michel Platini, mandamás de la UEFA, el expresidente francés Nicolás Sarkozy y el actual emir de Qatar (entonces príncipe heredero) Tamim bin Hamad al-Thani, así como Pep Guardiola, en función de embajador. En esa época Al-Thani se decantó por comprar el PSG a petición de Platini para

concederle a Francia ese equipo imperial que anhelaba el fútbol galo con el fin de asestarle la réplica a los clubes élite y más poderosos de España, Italia, Alemania e Inglaterra.

La interesada amistad de Rosell y Teixeira

Según desvela un informe de la UDEF (Unidad de Delincuencia Económica y Fiscal) del Cuerpo Nacional de Policía, Sandro Rosell se habría embolsado 30 millones de euros para amañar el resultado de la votación del Mundial 2022. Rosell adquirió protagonismo en el asunto gracias a su magnífica relación con Ricardo Teixeira desde la época en la que operó como director de marketing de Nike, cuando consiguió para la selección canarina un contrato de 192,7 millones de dólares por el patrocinio de esta marca deportiva estadounidense.

Philippe Auclair, coautor del reportaje de France Football junto a Éric Champel, especifica que tras el alboroto generado a raíz de su información no tiene ninguna noticia de las acciones legales previstas contra la publicación por las personas que se encontraban en el informe. “No pueden, porque tenemos pruebas de todo”, afirmaba. Y respecto a Florentino Pérez destacó que: “Lo que le sentó mal fue aparecer en el texto junto a Villar, y que probáramos que tenía interés en Qatar. Pero nunca dijimos que presionara a favor de Qatar 2022: sólo que acercarse a España era clave, y el Madrid fue una de las llaves que usaron para ello”.

Qatar dejó 200 millones en España

Este mismo coautor del dossier exhibe su desconcierto por el giro dado por los medios de PRISA, (El País y As) a la trama de Qatar, cruzando de una línea crítica, como la mostrada por Alfredo Relaño, director de As, al cambio de UNICEF por Qatar en la camiseta del Barça, a una perspectiva cariñosa con lo relacionado con el Mundial de Qatar. El País incluso le brindó una entrevista "afectiva" al ministro de deportes qatarí. Qatar había ingresado en el accionariado de PRISA. Pero el resto de medios españoles tampoco han manifestado ninguna sensibilidad sobre un tema que en Francia y en Inglaterra la prensa ha afrontado con extrema crudeza. Tal y como informa Riscal:

El 25 de abril de 2015 el Daily Mail descubrió el dinero invertido por Qatar para quedarse con el Mundial de 2022. Según el autor de la exclusiva, Nick Harris, a Qatar le costó más de 200 millones de euros ganarse el favor de España a través del patrocinio de Qatar Airways para el Barcelona, dentro del pacto global de intercambio de votos. (Riscal, 2019)

Obama se enfada y Estados Unidos entra en acción

La elección de Qatar como sede del Mundial 2022 enfureció al entonces presidente de Estados Unidos Barack Obama, a quien el mismo mandamás de la FIFA, Joseph Blatter, le había prometido la victoria de la candidatura norteamericana. Ese partido estaba ganado por goleada con los votos de las 41 federaciones afiliadas a la CONCACAF, Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol, garantizados por su presidente Jack Warner, y los de la CONMEBOL que con diez votos manejaba el argentino Julio Grondona. El resentimiento norteamericano llevó a Don Garber, el comisionado de la Major League Soccer a emprender una investigación a fondo para esclarecer la verdad de una decisión que levantaba muchas sospechas. Y estas se confirmaron. Un grupo de ejecutivos de la FIFA, entre ellos su presidente Joseph Blatter, fueron destituidos. Y otros tantos acabaron en la cárcel. Son los riesgos de enfrentarse frontalmente a Estados Unidos.

El nacimiento de la candidatura de Qatar 2022

Qatar presentó el 2 de febrero de 2009 su candidatura para organizar el Mundial de Fútbol de 2022 con el objetivo y el anhelo de convertirse en el primer país árabe preparado para asumir esta responsabilidad que, además, ayudaría para limpiar la perjudicada imagen política del país dentro de su zona y en el mundo. Según plasma Riscal (2019) fue un capricho del emir Hamad bin Khalifa Al Thani, que nombró a su hijo, el heredero Mohamed bin Hamad bin Khalifa, que entonces solo tenía 21 años, como presidente del Comité de Candidatura.

Pero el sucesor no estaba familiarizado con este tipo de tareas y sus funciones quedaron restringidas al plano simbólico, para dejar en manos de Mohamed bin Hammam la labor ejecutiva y el trabajo sucio de hacer realidad el sueño qatarí en función de los conocimientos y contactos que había recolectado en los últimos años como ex presidente de la Federación Qatarí de Fútbol, presidente en funciones de la Confederación de Fútbol de Asia y empresario de éxito. De tal manera permanecía a salvo el buen nombre y la reputación de la familia real qatarí.

Los dos personajes clave para comprar voluntades

Bin Hamman ficharía para su equipo directivo a su íntimo amigo Amadou Diallo, un guineano residente en París e inseparable amigo de Bin Hammam, que sería el encomendado de administrar el dinero que ayudaría a comprar las voluntades oportunas que certificaran el Mundial a Qatar.

Con el capacho colmado de billetes, para distribuirlos de la manera más valiosa para Qatar, Diallo comenzó invirtiendo en "embajadores". Así, se habló de que Diallo pagó a Zinedine Zidane 15 millones para hablar bien de Qatar actuando como plenipotenciario en los discursos de apertura y cierre del congreso de la FIFA en el que se votaría la sede del Mundial 2022. Pero el equipo de embajadores no lo conformaban solo el actual entrenador del Real Madrid. También fueron sobornados para desempeñar el mismo papel Pep Guardiola, Daniel Batistuta, Christian Karambeu, Ronald De Boer y Roger Milla.

Así se produjo la compra de los votos: Oceanía

Y el resultado no podía ser otro que el triunfo tras una inversión estratégica muy magnánima. El presidente de la Confederación Oceánica de Fútbol, el tahitiano Reynald Temarii, que teóricamente debería haber votado por Australia, se decantó por Qatar. Bin Hamman le obsequió con 350.000 dólares para fortalecer su inestable posición en la presidencia a cuenta de costes de representación jurídica, que corroboraron su permanencia en el cargo. Temarii aseguró posteriormente que esos fondos donados por Qatar se destinaron a abrir una academia de deportes en Tahití.

África también es qatarí

La Confederación Africana de Fútbol (CAF), con cuatro integrantes en el Comité Ejecutivo de FIFA, también votó por Qatar. En diciembre de 2009 Amadou Diallo y otros miembros del comité qatarí se vieron las caras en un hotel de Abu Dhabi con el egipcio Hany Abu Rida. El consenso fue rápido. Qatar esponsorizaría con un millón de dólares el congreso de la CAF que iba a llevarse a cabo en Angola. El pacto asistió a Qatar para penetrar en diez países africanos mediante sus academias Aspire. Pero el momento crucial llegó cuando Bin Hammam congregó al nigeriano Amos Adamu, al marfileño Jacques Anouma y al camerunés Issa Hayatou (presidente de la CAN y miembro del CE de la FIFA) para 'untarles' con 1,5 millones de dólares por cabeza. África también era qatarí.

La conquista de América

CONCACAF (Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol) fue el siguiente objetivo. Su presidente, el trinitaño Austin "Jack" Warner, se mostró inmediatamente colaboracionista, aunque hubo que mediar con Charles "Chuck" Blazer, estadounidense y secretario general de CONCACAF y miembro del CE de la FIFA, que se mostraba afín con la candidatura de Estados Unidos. Blazer acabó salpicado por el escándalo de los derechos televisivos y se convirtió en uno de los grandes informadores

en las comisiones de investigación de los derechos y de Qatar 2022. Blazer reconoció haber aceptado sobornos y formar parte de un complot para cooperar con la candidatura de Sudáfrica para el Mundial 2010. En el documental *La Familia FIFA* la expareja de Blazer, Mary Lynn Blanks, afirma que “la mayoría de los miembros del comité ejecutivo de la FIFA habían tenido relación con el fútbol (Platini...) y Blazer era el único que no había jugado nunca”. Así mismo, esta mujer, conocedora a fondo de los entresijos de la FIFA, también asegura que:

“En el hotel Baur au Lac, en Zúrich, tenían una especie de banco para todos los miembros del comité. En cada viaje que hacíamos a Zúrich siempre se llevaba unos 20.000 dólares, dividido en dos fajos y sacaba un billete de 100 de cada uno para que hubiera 19.900, que es el máximo legal. Él llevaba un fajo y yo el otro. Eso en cada viaje. Todos los miembros del comité hacían lo mismo. (Biblioteca Audiovisual, 2018)

Warner acabó cobrando 1,2 millones de dólares, procedente de la compañía Kemco Group -regulada por Bin Hammam- y posteriormente ingresó otro millón en las cuentas de sus dos hijos y un empleado. CONCACAF, en el bote.

Teixeira y Grondona, claves en Sudamérica

El siguiente paso era absorber para su causa a los grandes países sudamericanos (CONMEBOL), que cuentan con mucho peso en el mundo futbolístico. Mohamed bin Hammam no tenía dudas del camino que se debía recorrer para conseguir la unión de los diez países miembros de esta confederación. Teniendo de su lado a Ricardo Teixeira, presidente de la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF) y a Julio Humberto Grondona, presidente de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), América del Sur también terminaría siendo “territorio qatari.”

El exfutbolista Gabriel Batistuta favoreció el acercamiento. La primera toma de contacto fue el 19 de enero de 2010 en un club de golf de Rio de Janeiro. Allí asistieron el Emir Hamad bin Khalifa Al Thani y Bin Hammam. Fue entonces cuando conocieron a Sandro Rosell, que ya aullaba para hacerse notar entre el resto de asistentes citados para la cumbre: Julio Grondona, Ricardo Teixeira, Joao Havelange y Nicolás Leoz.

La AFA estaba atravesando por una situación de crisis financiera vertiginosa y los emisarios qatarís hallaron la solución para brindarle alivio económico a Grondona ofreciendo 220 millones de dólares a través de BeIn Sport con el fin de adquirir los derechos televisivos del fútbol argentino, pero TyC sports y Fullplay se defendieron como

gato panza arriba abortando la estrategia qatarí de introducir dinero en las arcas de Grondona. Finalmente toparon con la solución celebrando un amistoso en Doha que enfrentara a las selecciones de Brasil y Argentina con cantidades indefinidas de dinero en juego. Fue todo un éxito. Brasil y Argentina remolcarían a los demás miembros de la confederación sudamericana en beneficio de los intereses de Qatar. Aunque no consiguieron atraer a Sebastián Bauzá, mandatario de la Asociación Uruguaya de Fútbol. Y no fue el único ya que tampoco el paraguayo Nicolás Leoz mostró su apoyo. Le dejaron al margen en el reparto de prebendas y votó en primera ronda por Estados Unidos. Pero, según se supo luego, Grondona acabó convenciéndole en los lavabos de la FIFA en Zurich para que cambiara el signo de su voto en la segunda votación. Lo que hablaron ambos mientras hacían sus necesidades será siempre un secreto. Pero los argumentos de Grondona fueron convincentes.

Lo de Ricardo Teixeira lo solucionó Sandro Rosell en junio de 2011 ingresando 3, 4 millones de dólares de su empresa BSM en una cuenta a nombre de su hija de 11 años (Riscal, 2019).

Qatar consigue el apoyo de España

Y quedaba la última conquista: la UEFA, donde las trabas para lograr adhesiones debían ser insalvables. Michel Platini y Ángel Villar movían los hilos en la organización y además eran dos ‘peces gordos’ en el Comité Ejecutivo de la FIFA de Blatter. Por lo tanto, resultaba esencial un entendimiento con ambos.

Ilustración 6: Sandro Rosell, Ángel María Villar y Florentino Pérez

Fuente: Don Diario. Disponible en: <https://dondiario.com/qatar-2022-el-mundial-de-la-corrupcion>

Riscal indica que:

El contacto de Hassan Al Thawadi, el CEO de la delegación qatarí, era Jaume Fluxà, empresario español muy introducido en Qatar y con importantes relaciones con el mundo empresarial en España. La comitiva qatarí se alojó en el Gran Meliá Fenix Hotel y Fluxà lo organizó todo para que la reunión con los españoles fuera un éxito. A la cita secreta que tuvo lugar en el Bernabéu acudieron Hassan Al Thawadi, el Jeque Sultan Al Thani, directivo de alto rango de la candidatura qatarí, Jaume Fluxà, Andreas Bleicher, director de las academias Aspire, y Athanasios Batsilas, abogado de la QFA (Federación Qatarí de Fútbol). (Riscal, 2019).

El comité de bienvenida lo componían Florentino Pérez, José Ángel Sánchez, director general ejecutivo del Real Madrid, Iván Bravo, director de planificación estratégica, Emilio Butragueño, director de relaciones institucionales y el director de infraestructuras Julio González Tojo.

El Real Madrid y el Barça, claves en la operación

En esa reunión se constituyeron pactos de todo tipo favorables al Real Madrid y a ACS. Al día siguiente Iván Bravo dejaba el Real Madrid para convertirse en director general de estrategia de Aspire y, lo más trascendental para los qataríes, 24 horas después Ángel

Villar les aguardaba en el mencionado reservado de la sala VIP del Bernabéu. Ahora quedaba conquistar al otro ilustre español: el FC Barcelona. La cita tuvo lugar en febrero de 2010 y contenía una oferta rondando los 200 millones para sponsorizar la camiseta blaugrana. Pero el presidente Laporta vivía sus últimos meses en el cargo y había que esperar a las elecciones presidenciales en verano. Triunfó Rosell. Qatar entró en el Barça y el propio Rosell se unió a Aspire a través de su empresa BSM. Los qataríes volvieron a casa con el Real Madrid y el Barça en el bolsillo y el frenesí por su causa de Ángel Villar, la llave que abría la UEFA y la FIFA.

Al Thani también certificó un contrato con Villar que comprometía a la Selección de España, campeona del mundo entonces, a disputar un partido amistoso en Doha por tres millones de euros. La Roja jugó en la capital de Qatar frente a Uruguay y ganó 3-1.

¡Vive la France!

Invadida España, los petrodólares de Qatar se enfocaron en la conquista de Francia. Christian Karambeu, el exfutbolista internacional del Real Madrid, jugó el papel de maestro de ceremonias y dirigió hasta El Eliseo a la comitiva qatarí. Fue el 23 de noviembre de 2010. El príncipe Tamim bin Hamad Al Thani, que en poco tiempo sería Emir de Qatar, acudió escoltado de altos funcionarios de su gobierno y una cara nueva, Nasser Ghanim Al Khelaifi, que terminaría erigiéndose como la pieza clave de los intereses de Qatar en Francia liderando el transatlántico PSG creado para dominar Europa. En el otro bando, nada más y nada menos que el presidente de la República Francesa, Nicolas Sarkozy, acompañado por Michel Platini, mandamás de la UEFA entonces, y Sebastien Bazin, propietario del PSG. De ese cónclave afloró la promesa del respaldo europeo a la candidatura de Qatar para el Mundial 2022 y el afán del emir qatarí de desembarcar en París para darle luz verde al megaproyecto del PSG, financiado con capital árabe. El club parisino, en manos de Colony Capital, pasaba por una ardua crisis financiera y deportiva (ese año terminaron en el puesto 13 de La Ligue) y no tenía presencia en Europa.

La compra del PSG, el equipo de los amores de Sarkozy

Ese día Qatar Investment Authority (QIA), el brazo financiero de la familia real qatarí, compró el PSG por 50 millones de euros. Así dio el pistoletazo de salida a un plan financiero y deportivo encauzado a situar al club parisino en la cumbre del pedestal europeo. Este ambicioso reto lo pretendían lograr gracias a los grandes desembolsos en fichajes estrella que los nuevos jefes estaban decididos a realizar.

El proyecto quedó en manos de Nasser Al Khelaifi, un tipo muy vinculado a la familia real qatarí. Él sería el testaferro que gestionaría el manantial de millones que aterrizaría de Qatar para rebosar de jugadores galácticos la modesta plantilla del París Saint-Germain. Comenzaron fichando al argentino Pastore y terminaron atrayendo para la causa qatarí a Mbappé y Neymar.

Aparece BeIN Sport

Además, esa misma tarde nació BeIN Sport, el canal deportivo del gigante de la comunicación Al Jazeera, propiedad (curiosamente) de la familia real qatarí. El PSG estaba en manos de Canal +, un medio fustigador con Sarkozy al que convenía dejar en fuera de juego. BeIN adquirió por 150 millones los derechos de la Ligue francesa, de los próximos cuatro mundiales y de las principales ligas europeas. El encuentro concluyó con el compromiso de QIA de alcanzar un paquete mayoritario del grupo Lagardère, propietario de entidades como Airbus, Paris Match, Quo, Editorial Salvat o Time Warner Group.

El conflicto de Al-Khelaifi como mandamás del PSG es justificar ante la UEFA y la FIFA que su club se mueve con dinero propio que se origina en la actividad ordinaria, hecho difícil de creer, pero que es pertinente demostrar para esquivar sanciones por la infracción de la normativa del fair play financiero al que deben someterse todos los equipos europeos.

"Han comprado el Mundial 2022"

Y tras el PSG y el grupo Lagardere llegó la compra de la petroquímica Total, de Miramax Films y la Torre Shard londinense, entre otras. Apenas 48 horas después la FIFA celebraba el congreso en el que debía anunciarse la sede del Mundial 2022. Jerome Valcke, secretario ejecutivo de la FIFA confesó entonces en un correo electrónico que: "han comprado el Mundial 2022". El 23 de abril de 2015 salió el libro "The Ugly Game: The corruption of FIFA & the Qatari Plot to buy the World Cup", ("El Juego Feo: La corrupción de FIFA y el complot qatarí para comprar la Copa del Mundo"). Fue el golpe de gracia para que se hundieran los cimientos de la FIFA como efecto de los movimientos de Qatar para comprar el Mundial 2022.

El libro trataba de sobornos y del esquema institucionalizado de corrupción durante años que obligó a dimitir a Blatter y sus hombres de confianza, muchos de ellos con destino final en la cárcel. El todopoderoso Mohamed bin Hammam, figura relevante en la candidatura ya que era el encargado de realizar el trabajo sucio, fue cesado para proteger

la reputación de Qatar y su familia real. También saltó Diallo, el tipo que ponía billetes en el bolsillo de los objetivos adecuados. “No eran oficialmente miembros de su delegación”, fue la excusa dada por Qatar.

4. CONCLUSIONES

A la vista de todo lo expuesto y desarrollado en este Trabajo Fin de Grado, con el propósito de arrojar luz a una cuestión un tanto oscura y de la que los poderosos del fútbol no quieren que se hable, se manifiesta una evidente mercantilización del fútbol. Con el paso de los años, los despachos de jeques multimillonarios han ido ganando protagonismo en detrimento de la pelota, la verdadera esencia de este deporte.

La consecución de los objetivos generales marcados al principio de este documento ha sido exitosa tal y como se esperaba. Así pues, se ha expuesto el proceso de corrupción, sobornos y nepotismo, que ha constituido el caldo de cultivo en el seno de la FIFA desde hace años hasta diciembre de 2010, fecha en la que Qatar fue elegido oficialmente sede del Mundial 2022.

Paralelamente era fundamental plasmar el uso del deporte, concretamente del fútbol, como política exterior del país qatarí para construirse una marca en el panorama internacional y, así, lavar su imagen de cara a celebrar en su casa un acontecimiento de semejante envergadura como es el Mundial.

El deporte y la política guardan una relación bien íntima al momento de establecer las relaciones con otros países y por la naturaleza actual de la mercantilización del fútbol. El gobierno qatarí recurre al deporte como un instrumento dentro del concierto de naciones y el interés geopolítico; con motivo de promocionar su gestión e incluso fortalecer su poderío económico o la intención de convertirse en un país influyente para los temas de relaciones internacionales.

De igual manera, se han puesto sobre la mesa los nombres de los principales implicados en la trama de corrupción de la FIFA. En España destacan los presidentes de los dos clubs más grandes del fútbol nacional de por aquel entonces: Sandro Rosell, en el Barcelona, y Florentino Pérez, en el Real Madrid (donde aún continua). Además, una piedra angular era Ángel María Villar, que entonces desempeñaba el cargo de presidente de la Real Federación Española de Fútbol.

De modo idéntico están resueltos los objetivos específicos señalados. Así pues, entender que el fútbol moderno se ha convertido en un negocio mundial se ha conseguido en tanto en cuanto se ha mostrado las cifras claustrofóbicas de millones que se mueven hoy en día en este deporte. Los premios del Mundial de la FIFA que cada año son mayores, los fichajes veraniegos que cada ventana de traspasos se produce uno más caro y supera al del año anterior.

Por otro lado, la corrupción en la FIFA no se ha producido por primera vez durante la trama de Qatar. Esto viene de más atrás. Así se ha tratado de ejemplificar otros hechos que perjudican la imagen del máximo órgano responsable del fútbol mundial. En la misma forma se ha perseverado de manera satisfactoria en la llamada diplomacia deportiva del golfo pérsico.

Paralelamente, la lista de implicados en la trama de Qatar aborda desde España hasta el resto de Europa pasando por América Latina. Se señala con nombres y apellidos a los principales partícipes que en cada país han colaborado para llevar el Mundial a Oriente Medio.

En relación con lo expuesto, también se ha puesto de manifiesto, mediante cifras de fallecidos y causas de esas muertes, la violación de los derechos humanos que se ha llevado y se está llevando a cabo en Qatar con los trabajadores que están construyendo estadios desde cero.

Finalmente, la conformación de este estudio busca dar pie a futuras investigaciones que profundicen en la temática y den mayor repertorio de prospectivas a los investigadores venideros.

La estructura de este trabajo se ha desarrollado de manera cronológica para su correcto entendimiento histórico. En primer lugar, era necesario fijar las bases de la FIFA y la Copa del Mundo; seguidamente de la historia negra de dicha organización rodeada de corrupción por todos sus poros y sin pensar en lo verdaderamente importante: el balón de fútbol. Así pues, desembocamos en el fenómeno que se ha denominado como ‘moneyball’ para referirse al negocio del fútbol moderno.

El sentido de identidad de Qatar está presente en su fomento del deporte mediante la nacionalización y participación en las competencias, pero mayor repercusión en la ciudadanía tiene el prestigio que están obteniendo como país al organizar y preparar la

Copa Mundial de Fútbol 2022, así como también la exportación de su imagen y nombre a través de sus empresas patrocinadoras.

El ejercicio diplomático es impulsado por sus mayores embajadores en el deporte debido a sus negocios con los clubes de Europa y la promoción de sus megaeventos. La capacidad de cambio o desarrollo es visible en la infraestructura que están elaborando para albergar la competición mundial, también en su poderío económico presente en otras zonas debido a sus inversiones.

En definitiva, el reconocimiento de Qatar en la arena internacional permite constatar una evidente evolución: de su total desconocimiento en el marco de los países integrantes del Golfo Pérsico a inicios de los noventa, a devenir un referente en la apuesta por el poder blando como estrategia de autoafirmación y reconocimiento internacional. Ello se produce mediante la supeditación de la imagen y, por tanto, de la proyección internacional de Qatar a los valores asociados al deporte, especialmente en lo referido al fútbol.

Así desembocamos en lo que hoy en día llamamos fútbol moderno. Este lo podemos definir como aquel que prioriza el negocio sobre el deporte. A lo largo de la historia del fútbol siempre ha habido un componente económico, pero seguía primando lo deportivo. Esto fue cambiando paulatinamente, de ser una parte importante, ya que, la profesionalización del fútbol obligaba a tener en cuenta la faceta económica, ésta ha ido ganando peso hasta ser la piedra angular, lo más importante, relegando la faceta deportiva a un segundo plano. Entonces llega el momento de la televisión, un pastel a repartir según los requisitos de cada Liga. En el caso de la española muy desigualmente.

Antaño la taquilla era la principal fuente de financiación. Ahora ya no es el socio o abonado de un club su principal valedor y cliente. Un estadio tiene localidades limitadas, pero la tecnología permite que un número infinito de seguidores de todo el mundo vea un partido. Esto generó un lío monumental con los horarios. La coincidencia de partidos resta seguimiento de unos u otros.

Al amparo de los avances tecnológicos también creció el montante que las televisiones pagaban a la Liga y ésta a los clubes por sus derechos televisivos, convirtiéndose en la principal fuente de financiación de los clubes.

El reparto desigual de este dinero incrementó la desigualdad entre clubes, haciendo más poderosos a los grandes, que podían invertir mucho más en fichajes, y más pobres a los clubes modestos.

Con el aumento de las cuantías la diferencia de nivel se incrementa cada año más y más. En el caso de España, ha supuesto que los dos grandes clubes de la Liga tengan plaza casi

vitalicia en el Olimpo de los clubes mundiales, aspiren a las competiciones europeas todos los años y se alternen casi exclusivamente entre ellos el campeonato de Liga.

En otras ligas europeas un reparto más igualitario ha hecho que sus torneos domésticos sean más competitivos y haya más clubes con opciones reales de alcanzar los títulos. Con esto empezaron a aflorar las giras asiáticas, americanas, etc., que sustituyeron a las pretemporadas para poner a punto a la plantilla de toda la vida. El objetivo ahora es pasear a las estrellas por el mundo y hacer caja.

Todo el dinero que entró en el circuito de los clubes se incrementó mucho más y siguió acrecentando la diferencia entre clubes modestos, que solo sobreviven, y grandes equipos que manejan la mayor parte del pastel.

A esto se debe que la época actual se puede marcar como el inicio del fútbol moderno, como el punto y final al fútbol clásico que tanto añoramos. La mercadotecnia fue su sentencia de muerte. El principio del fin. Tal vez asistimos resignados a la era del fútbol-negocio, con la cada vez más lejana esperanza de revertir la situación.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albiac, A. (2015): “FIFA: sobornos, corrupción y poco fútbol”, *El Orden Mundial*, 29 de julio. Disponible en: <https://elordenmundial.com/la-fifa-sobornos-corrupcion-y-poco-futbol/> [consultado: 23 de marzo de 2021]

Amnistía Internacional (2016): “Qatar, la copa mundial de la vergüenza”, *Amnistía Internacional*. Disponible en: <https://www.amnesty.org/es/latest/campaigns/2016/03/qatar-world-cup-of-shame/> [consultado: 7 de abril de 2021]

Anholt, S. (2006): “Public diplomacy and place branding: Where's the link?. Place Brand Public Dipl 2, 271–275. Disponible en: <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.6000040> [consultado: 24 de marzo de 2021]

Biblioteca Audiovisual (2018): *La familia FIFA* [Vídeo online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Yy8J9wpm6dk&t=3s> [consultado: 20 de marzo de 2021]

De San Eugenio, J. y Ginesta, X. (2012). “La construcción de la marca ‘Qatar’ a partir del deporte: ‘sports place branding’ y prensa deportiva catalana”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 19, Núm. 1 533-550. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42537/40446> [consultado 19 abril de 2021]

Eckert, H-J. (2014). “Declaración del presidente del órgano de decisión de la Comisión de Ética de la FIFA sobre el informe del órgano de instrucción de la Comisión de Ética de la FIFA sobre la investigación del proceso de candidaturas para la organización de la Copa Mundial de la FIFA™ 2018/2022”. *FIFA.com*, 13 de noviembre. Disponible en: <https://img.fifa.com/image/upload/gkbmlhq7gxmxd3rtqoj.pdf> [consultado: 3 de febrero de 2021]

Esteban, Javier (2017): “Moneyball, el negocio del fútbol moderno”, *El Orden Mundial*, 21 de agosto. Disponible en: <https://elordenmundial.com/moneyball-el-negocio-del-futbol-moderno/> [consultado: 24 de marzo de 2021]

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. Disponible en: <https://www.libremercado.com/2018-06-16/las-cifras-del-mundial-rusia-ya-es-el-mas-caro-de-la-historia-con-30000-millones-de-dolares-1276620576/> [consultado: 2 de mayo de 2021]

Moral, Pablo (2018): “Estrellas de Oriente: la diplomacia deportiva en el golfo pérsico”, *El Orden Mundial*, 22 de marzo. Disponible en: <https://elordenmundial.com/estrellas-de-oriente-la-diplomacia-deportiva-en-el-golfo-persico/> [consultado: 24 de marzo de 2021]

Pattison, P., McIntyre, N., Mukhtar, I., Eapen, N., Owasim, M., Bhuyan, U., Bhattarai, U. y Piyari, A. (2021): “6.500 trabajadores inmigrantes han muerto en Qatar desde su elección para celebrar el Mundial de fútbol de 2022”, *ElDiario.es*, 26 de febrero. Disponible en: https://www.eldiario.es/desalambre/6-500-trabajadores-inmigrantes-han-muerto-qatar-prepara-mundial-futbol_1_7256627.html [consultado: 4 de abril de 2021]

Pattisson, P., McIntyre, N., Mukhtar, I., Eapen, N., Owasim, M., Bhuyan, U., Bhattarai, U. y Piyari, A. (2021): “Revelado: 6.500 trabajadores migrantes han muerto en Qatar desde que se otorgó la Copa del Mundo”, *The Guardian*, 23 de febrero. Disponible en: <https://www.theguardian.com/global-development/2021/feb/23/revealed-migrant-worker-deaths-qatar-fifa-world-cup-2022> [consultado: 28 abril de 2021]

Ron, L.A. (2018). “El deporte como política exterior de Qatar”, *Academia.edu*. Disponible en: https://www.academia.edu/39316344/El_deporte_como_pol%C3%ADtica_exterior_de_Qatar [consultado: 5 marzo de 2021]

Van Ham, P. (2008): “Place branding: The state of the art”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616(1), pp. 126149. Disponible en: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20080300_cdsp_art_ham.pdf [consultado: 4 de mayo 2021]

6. ANEXOS

6.1. TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: La evolución de los premios económicos del Mundial	13
Ilustración 2: Ránking de gasto en fichajes desde 2000 de los equipos europeos	23
Ilustración 3: Valor de las ligas más importantes de Europa.....	26
Ilustración 4: Patrocinios de altura; aerolíneas del Golfo en equipos europeos	34
Ilustración 5: Cifras de trabajadores fallecidos indios y nepaleses en Qatar que se anunciaron como ‘muertes naturales’	51
Ilustración 6: Sandro Rosell, Ángel María Villar y Florentino Pérez.....	61