

From Sports to Ideological Blindness: the communicative and conceptual traps of the concept of *sportswashing*

Del deporte a la ceguera ideológica: las trampas comunicativas y conceptuales del concepto de *sportswashing*

Marcelo Moriconi*



* Iscte – Instituto Universitário de Lisboa, Centro de Estudos Internacionais (CEI-Iscte) (marcelo.moriconi@iscte-iul.pt)

Abstract

Since some Persian Gulf countries began to successfully invest in sport and gain the rights to organise international competitions, the Anglo-Saxon press began to analyse the situation as cases of sportswashing, a concept that was later incorporated into the scientific literature. According to this term, several wealthy non-Western autocracies have started to use sport to hide their authoritarianism and human rights abuses and, at the same time, gain legitimacy and soft power at the international level. The concept increased and consolidated its use in the context of the World Cup in Qatar. Despite its massive journalistic and academic use, there is a lack of critical analysis that evaluates its semantic logic and its discursive and theoretical usefulness. Through a historical analysis of the emergence and use of the concept, this article analyses its academic usefulness, questions its ideological blindness, and demonstrates how the current situation in the countries of the Persian Gulf, rather than being a question of image laundering, is a possibility for the expansion of positive universal values through sport.

Keywords: Sportswashing, Gulf countries, Ideology, Desarrollo, Sport diplomacy, Narratives.

Resumen

Desde que algunos países del golfo pérsico comenzaron a utilizar al deporte como herramienta de desarrollo, a invertir con éxito en el sector, y a conseguir los derechos para organizar competiciones internacionales, la prensa anglosajona comenzó a analizar la situación como casos de sportswashing, concepto que, posteriormente, fue incorporado a la literatura científica. De acuerdo con esta palabra, diversas autocracias ricas no occidentales han comenzado a utilizar el deporte para ocultar su autoritarismo y abusos a los derechos humanos y, al mismo tiempo, ganar legitimidad y poder blando a nivel internacional. El concepto aumentó y consolidó su utilización en el marco de la realización del mundial de fútbol en Catar. A pesar de su masivo uso periodístico y académico faltan análisis críticos que evalúen su lógica semántica y su utilidad discursiva y teórica. A través de un análisis histórico de la emergencia y uso del concepto, este artículo analiza la utilidad académica del mismo, cuestiona la ceguera ideológica que pregona, y demuestra cómo la situación actual de los países del Golfo Pérsico, más que ser una cuestión de lavado de imagen, es una posibilidad para la expansión de valores positivos universales a través del deporte.

Palabras clave: Sportswashing, Países del Golfo, Ideología, Desarrollo, Diplomacia deportiva, Narrativas.

Introduction

El éxito de los Estados del Golfo Pérsico como protagonistas del ecosistema deportivo mundial ha reavivado el debate intelectual sobre el uso político y diplomático del deporte. Históricamente el deporte ha sido una herramienta de poder blando y la política ha sabido tirar rédito tanto de los triunfos deportivos como de la organización de eventos de impacto mundial. Pero lo que anteriormente se discutía en torno a la "diplomacia deportiva" (Murray 2018) o el uso diplomático del deporte, ha pasado a discutirse alrededor del concepto de "sportswashing" cuando los países que consiguen usos políticos efectivos del deporte se encuentran fuera del ámbito occidental.

En la última década, el sportswashing se ha convertido en un concepto de moda cuando se habla del uso del deporte con fines políticos, especialmente en los medios de comunicación anglófonos (Skey 2022). Su fama llevó al Consejo Noruego de la Lengua a elegir sportswashing como palabra del año en 2021 (Elsborg 2022).

En 2022, el término aumentó su popularidad, así como su presencia en el discurso público, especialmente con la celebración de la Copa Mundial de la FIFA en Catar. Incluso llegó a las ciencias sociales, donde ha surgido una incipiente producción de artículos sobre el tema (Boykoff 2022; Skey 2022; Fruh et. al. 2022; Søyland & Moriconi 2022).

A pesar de la prevalencia del término, apenas existe debate en torno a la naturaleza del concepto. Su definición es algo limitada y contradictoria, y su utilidad genera más dudas que certezas. Incluso genera ironía por parte de los actores a quienes se los acusa de practicarlo. En 2023, durante una entrevista en la cadena FOX, el príncipe heredero de Arabia Saudí, Mohamed bin Salmán, se mofó de las acusaciones sobre el supuesto sportswashing que realiza su país.

"Si el lavado deportivo va a aumentar mi PIB en un 1%, entonces seguiré haciendo lavado deportivo", expresó el líder saudí y, cuando fue preguntado sobre lo que le parecía el concepto, añadió que no le importaba:

"Mi objetivo es otro 1,5%. Llámelo como quiera, vamos a conseguir ese 1,5%"¹.

Teniendo en cuenta este marco narrativo y las limitaciones cognitivas que genera, este artículo presenta una deconstrucción crítica del concepto (Critchley et al. 2003) denotando las contradicciones semánticas, analizando las prácticas y los actores descritos por periodistas y activistas, y promoviendo una forma no ideológica y crítica de analizar cómo utilizan el deporte los gobiernos de los países del Golfo Pérsico. El nuevo marco de análisis presentado demuestra que la situación, más allá de tratarse de un peligro para los valores democráticos, es una posibilidad de legitimar al deporte como motor de desarrollo económico y cultural y promover la expansión internacional de valores positivos.

¹ <https://www.theguardian.com/world/2023/sep/21/mohammed-bin-salman-says-he-will-continue-doing-sport-washing-for-saudi-arabia>

El campo narrativo: La utilización política del deporte

En primer lugar, es importante establecer el campo narrativo en el que opera el nuevo concepto. Ese campo es la utilización política del deporte y la diplomacia deportiva. Ninguna de estas cuestiones es un fenómeno nuevo (Costa y Moriconi 2024). Por lo tanto, el sportswashing es un nuevo concepto utilizado para analizar prácticas históricas. De hecho, la utilización del deporte con fines políticos es tan antigua como los Juegos Olímpicos. Desde la antigua Grecia, los gobiernos han utilizado el deporte como una eficaz herramienta diplomática para crearse una reputación favorable entre el público extranjero y consolidar las relaciones exteriores (Pigman 2010). Durante la Guerra Fría, la promoción de eventos deportivos bilaterales, como la diplomacia del ping-pong entre China y Estados Unidos, fue un medio para reanudar el diálogo entre países hostiles (Trunkos y Heere 2017).

Estas prácticas promovieron el concepto de "diplomacia del deporte" (Jackson 2013, Nygård y Gates 2013, Trunkos y Heere 2017), que Murray (2012) define como "el uso de deportistas y acontecimientos deportivos para captar, informar y crear una imagen favorable entre el público y las organizaciones extranjeras con el fin de moldear sus percepciones de una manera más propicia para alcanzar el objetivo de política exterior de un gobierno".

El deporte ha demostrado ser una herramienta útil para fomentar el espíritu nacional y generar identidad colectiva y cohesión social. Además, la celebración de eventos masivos como los Juegos Olímpicos o la Copa Mundial de la FIFA crea un marco excelente para que los organizadores promuevan los valores culturales, políticos y sociales nacionales (Grix & Lee, 2013), así como las infraestructuras y el turismo nacionales. En este sentido, como bien señala Skey (2022), el deporte es una de las pocas cosas que puede reunir audiencias masivas en medio de un panorama mediático fragmentado y polarizado, lo que también lo hace muy atractivo para las empresas de comunicación, los patrocinadores y, por supuesto, los gobiernos.

Además de la publicidad que genera la posibilidad de albergar grandes competiciones (Sharp 2009), el deporte se presenta como representante de valores universales como la verdad, la precisión, la paciencia, el buen humor y la lealtad. También tiene la capacidad de generar cohesión social y fomentar la cooperación y el respeto a través de valores compartidos (Murray, 2012).

Al igual que la diplomacia pública contemporánea, la diplomacia del deporte utiliza un amplio elenco de actores, tanto nacionales como internacionales. En las relaciones exteriores actuales, actores no gubernamentales como celebridades, científicos o profesores pueden cooperar como agentes diplomáticos cruciales junto al aparato diplomático tradicional (Potter, 2003). El uso diplomático del deporte sigue la misma premisa: los Estados quieren utilizar la influencia global de estrellas como Rafael Nadal, Lionel Messi, Cristiano Ronaldo o LeBron James, o quieren invertir en instituciones de renombre mundial como clubes de fútbol, equipos de baloncesto u otras marcas deportivas. Y no es necesario tener un vínculo nacional con estos actores. Su alcance es global (véase, por ejemplo, que las estrellas del deporte se encuentran entre las personas con más seguidores en las redes sociales) y, por tanto, incluso Estados extranjeros con culturas radicalmente distintas incorporan a esos actores como agentes importantes para alcanzar sus objetivos nacionales e internacionales. En palabras de Redeker (2008), la eficacia de esta estrategia radica en que casi nadie está en contra del deporte, y el brillo de sus estrellas parece producir una miopía moral.

Todo esto no es nuevo. De hecho, Murray predijo en 2012 que, debido a su eficacia, la diplomacia del deporte tenía un futuro brillante, aunque no se le prestó la atención que merecía en los estudios sobre

relaciones internacionales (Murray 2012). Las discusiones en torno a la utilización del deporte para lavar la imagen internacional de regímenes autoritarios no sólo generaron la emergencia del concepto de sportswashing, sino también intensificó el interés en los estudios políticos sobre este tema. Hasta entonces, y tal como enfatizaron Levermore y Budd (2003), la utilización diplomática política del deporte era un ámbito en gran medida descuidado por los académicos de las Relaciones Internacionales. La mayor parte de la literatura sobre la relación entre el deporte y la sociedad internacional había sido realizada por expertos en los campos de la historia, la sociología, el deporte, la economía y el derecho. A pesar de su importancia, su efectividad y su impacto global, la diplomacia deportiva se mantenía como un ámbito teórico y práctico poco explorado en los estudios diplomáticos (Murray 2012).

La aparición y expansión del concepto

Según Elsborg (2022), el término se utilizó por primera vez en un comunicado de prensa de la organización Sport for Rights sobre los Juegos Europeos de 2015. La organización advertía de que:

"Azerbaiyán se dedica al lavado de imagen deportivo: intenta distraer la atención de su historial de derechos humanos con el patrocinio y la organización de eventos de prestigio, como el Gran Premio de Europa 2016, partidos del campeonato europeo de fútbol 2020 y, este mes, la escisión olímpica de los Juegos Europeos."

Según el Consejo Lingüístico de Noruega, el lavado de imagen deportivo se produce "cuando los gobiernos de países autoritarios utilizan los grandes acontecimientos deportivos para mostrarse bajo una mejor luz o cuando intentan conseguir lo mismo comprando o patrocinando clubes deportivos populares" (Elsborg 2022).

Esta definición ayuda a reducir el alcance operativo del concepto. Lo que caracteriza al sportswashing no es el qué, sino el quién. La atención no se centra en la acción (utilización del deporte en la diplomacia y la política), sino en el actor que la lleva a cabo: los gobiernos autoritarios.

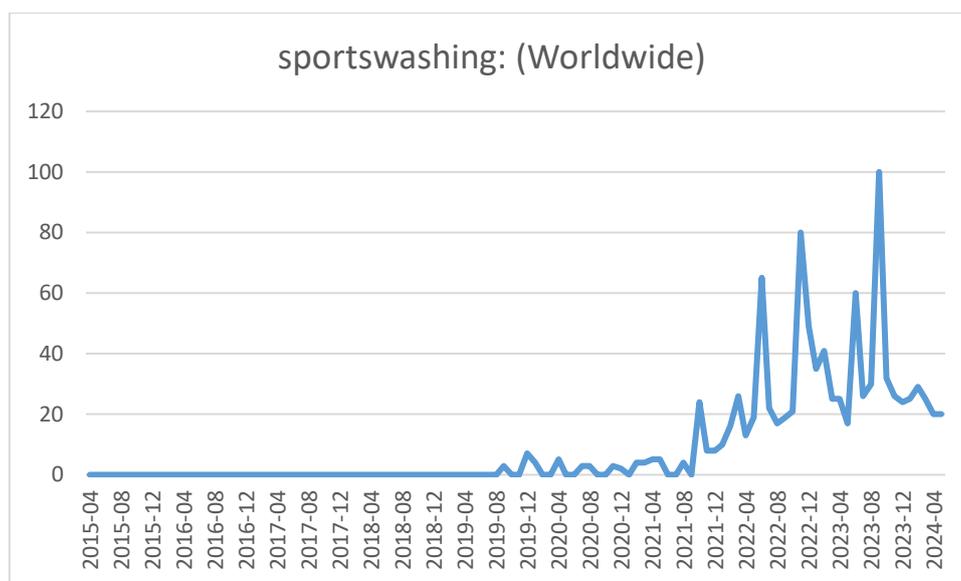
Basta recordar la propaganda nazi durante los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, así como la Copa Mundial de la FIFA en la Italia fascista en 1934 y en la Argentina dictatorial en 1978 para comprender que la utilización del deporte con fines políticos no es nueva y que el uso político del deporte por parte de regímenes autoritarios podría considerarse el bisabuelo del concepto moderno de sportswashing. No hay novedades en cuanto al qué y al quién.

Las ciencias sociales no tardaron en recoger el concepto y empezar a utilizarlo y estudiarlo. En los últimos años hubo una incipiente producción en torno al tema, pero el concepto es tan nuevo que ni siquiera existe consenso sobre su morfología. Se ha presentado en varios formatos: Sport washing (Chadwick y Widdop 2022); Sport-washing (Næss, H.E. 2020); Sportswashing (Lareau 2022); Sports-washing (Kobierecki y Strožek 2021); y el que parece que ha llegado para quedarse: Sportswashing (Søyland y Moriconi 2022; Skey 2022; Berkvist y Skeiseid 2024).

Las fechas de publicación de los artículos que utilizan el término demuestran lo reciente del concepto en el mundo académico. Anteriormente, la palabra se utilizaba principalmente en textos periodísticos y en informes políticos de organizaciones de derechos humanos.

El gráfico 1 muestra la tendencia en la utilización del término en la última década de acuerdo con Google trends. Hasta 2019, la tendencia era nula.

Gráfico 1: Utilización de "sportswashing" de acuerdo con Google trends.



Fuente: Google trends

Metáfora, neologismo y... ¿prejuicio ideológico?

Skey (2022) explica que la construcción del neologismo sigue la lógica de dos predecesores: el whitewashing y el greenwashing. El blanqueo se refiere a:

"la práctica de utilizar pintura cálcica de bajo coste para ocultar o encubrir superficialmente un defecto estructural o de fondo. Aunque el pintor conoce sus problemas, una pared encalada parece impecable al ojo inexperto" (Wexler, 2013: 825 cit. en Skey 2022).

Por otro lado, el lavado verde se refiere en términos generales a formas de "comunicación que inducen a error a las personas para que se formen creencias excesivamente positivas sobre las prácticas o los productos medioambientales de una organización" (Lyon y Montgomery, 2015: 223).

Ahora tenemos el quid de la cuestión. Estamos ante una práctica histórica que en la actualidad es utilizada por actores autoritarios como, según los enunciadores del concepto, fachada de un objetivo espurio. La novedad es el objetivo (el porqué), que siempre es intencionadamente espurio, negativo, inmoral. El lavado deportivo, como todo tipo de lavado, es un fenómeno negativo y fraudulento, siempre vinculado al engaño consciente e intencionado de los demás y a la ocultación de la realidad.

Boykoff (2022) define el sportswashing "como un fenómeno por el que los dirigentes políticos utilizan el deporte para parecer importantes o legítimos en la escena mundial, a la vez que avivan el nacionalismo y desvían la atención de los problemas sociales crónicos y los problemas de derechos humanos en el frente interno". Los lavadores de deportistas son Estados autocráticos ricos en recursos que invierten ingentes

cantidades de dinero en el deporte internacional como parte de su diplomacia pública (Krzyzaniak, 2016), con el objetivo de cambiar su imagen o promocionarla como moderna, liberal y respetuosa con Occidente, y ganar atractivo a través de su asociación con el deporte mundial (Lenskyj, 2020).

Aunque el concepto se ha utilizado para criticar a países como Azerbaiyán, Rusia y China, los principales objetivos de quienes lo invocan han sido los países árabes, concretamente Catar, Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos (Chadwick & Widdop 2022; Elsborg 2018, 2022, 2023; Fruh et al. 2022; Søyland & Moriconi 2022). Uno de los detonantes que llevó a la opinión pública a analizar esta región fue la elección de Catar como sede de la Copa Mundial de la FIFA 2022.

En diciembre de 2010, la FIFA anunció que los Mundiales de 2018 y 2022 se celebrarían en Rusia y Catar, respectivamente. Ninguno de los dos candidatos era el principal favorito y desde el principio se denunciaron diversas irregularidades que desencadenarían más tarde el asunto conocido como "FIFA-Gate". Si la elección de Rusia fue una sorpresa, la de Catar fue un shock. No sólo se trataba de un pequeño estado sin apenas historia futbolística y sin infraestructuras existentes para albergar un evento de estas características, sino que su clima estival (época en la que históricamente se celebra la competición) era extremadamente caluroso para la práctica normal del fútbol. Este último problema se resolvió finalmente cambiando la fecha a finales de año, noviembre y diciembre de 2022.

Mientras tanto, los rivales políticos de Catar en la península arábiga también ampliaban su esfera de influencia en este deporte. Los Emiratos Árabes Unidos invirtieron masivamente en la compra de clubes de fútbol y crearon equipos competitivos mediante la inversión de millones de dólares; y Arabia Saudí realizó acuerdos de patrocinio millonarios y ha adquirido los derechos para organizar diversas competiciones deportivas (Søyland y Moriconi 2022, Ronay 2019). El deporte se ha convertido en un asunto de importancia para los Estados del Golfo y todos esos gobiernos siguen presionando para convertirse en una fuerza importante en el mundo del deporte mundial.

Debido a estos hechos, ¿es correcto considerar estas elecciones políticas como un simple proceso de "lavado de imagen" para ocultar problemas internos y desviar la atención de las cuestiones de derechos humanos? ¿Sintetizar este proceso como una mera iniciativa de lavado deportivo genera un marco amplio y complejo para la interpretación y el debate, o se trata más bien de una visión reduccionista y simplista de la realidad?

El deporte como herramienta de desarrollo: el caso de Catar y Arabia Saudita

La Comisión Europea (CE) (2011) afirmó que el deporte desempeña muchas funciones importantes en la sociedad. En su Libro Blanco sobre el deporte, la institución (Comisión Europea 2007) consideraba el deporte como un fenómeno social y económico que contribuye directamente a los objetivos estratégicos de la UE para lograr una mayor solidaridad y prosperidad, y también es un medio para luchar contra la violencia y la discriminación y para promover la salud y el bienestar social, la inclusión social, la integridad y la ética.

Del mismo modo que la CE reconoce el deporte como herramienta para alcanzar objetivos estratégicos, los países árabes han incluido el deporte en sus programas de desarrollo y modernización. En las últimas décadas, por ejemplo, los gobiernos de Arabia Saudí y Catar han insistido claramente en la necesidad de

diversificar sus economías para depender menos de los combustibles fósiles y ser menos vulnerables a las fluctuaciones del mercado energético (Costa y Moriconi 2024).

Esta necesidad está asociada a la aplicación de una política de desarrollo sostenible que permita generar ingresos a partir de nuevos sectores, promover su propio desarrollo y mantener un alto nivel de vida para las nuevas generaciones de ciudadanos (Secretaría General de Planificación del Desarrollo, 2008). En este contexto, ambos países han incluido el deporte como un área crucial en su hoja de ruta estratégica de desarrollo, que se explica en sus respectivos programas Visión 2030 (Secretaría General de Planificación del Desarrollo 2008, 2011, 2018; Elsborg 2018).

La Estrategia Sectorial del Deporte 2011-2016 fue uno de los catorce sectores clave integrados en el Plan de Visión Nacional de Catar 2030 (QNV2030), y formó parte de la agenda de la Estrategia Nacional de Desarrollo en 2011 (Secretaría General de Planificación del Desarrollo, 2011). El deporte se presenta como un medio para alcanzar objetivos nacionales e internacionales. A nivel nacional, contribuye a promover la cohesión social, una sociedad más sana y una mayor productividad laboral (Comité Olímpico de Catar, 2011). A nivel mundial, a través de la inversión en deporte y el desarrollo de eventos internacionales, es posible forjar mejores lazos diplomáticos, aumentar el estatus regional, atraer turismo, desarrollar infraestructuras y aumentar el prestigio internacional con victorias relevantes (Comité Olímpico de Catar, 2011). Acoger acontecimientos deportivos que atraen a cientos de millones de espectadores en todo el mundo "ofrece a Catar una posibilidad única de mostrar su país a la audiencia mundial y de modificar los estereotipos sobre el país y la región, lo que en última instancia les hace ganar poder blando en el sistema internacional" (Søyland y Moriconi 2022).

Por su parte, Brannagan y Grix (2023) analizan la utilización de la organización de mega eventos deportivos en Catar como medio de desarrollo de capital humano a nivel nacional, principalmente como motor de promoción de la actividad física entre los ciudadanos y como forma de imbuirlos de las aspiraciones, la motivación y la ambición necesarias para funcionar en una economía global competitiva. De esta manera, de acuerdo con estos autores, Catar utiliza el deporte como medio para superar la *maldición de los recursos*² naturales y, de esta manera, crear una economía más sustentable y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos nacionales.

Arabia Saudí comparte esta visión e incluye el deporte en su plan estratégico. Considera el deporte como una herramienta eficaz para obtener influencia política, mejorar las relaciones diplomáticas, realizar inversiones rentables y promocionar el país y su cultura. El deporte es también un sector eficaz para promover otros proyectos de su agenda de modernización y desarrollo, como la creación de una megaciudad futurista NEOM, cuya inversión rondará los 500.000 millones de dólares (Elsborg 2022), y donde se realizarán los Juegos Asiáticos de Invierno 2029.

El programa de acción del gobierno saudí se apoya en el Fondo de Inversión Pública (PIF) creado para "diversificar y enriquecer la experiencia turística y de ocio del Reino para construir una sociedad más vibrante y consolidar el papel económico y social del sector del deporte a todos los niveles" (Elsborg 2022).

² El concepto se refiere al flagelo de los países ricos en recursos naturales que, a pesar de esos recursos, tienden a experimentar falta de capital humano y largos períodos con falta de crecimiento económico en comparación con países ricos, pero sin recursos naturales (ver Ross 1999; Brannagan y Grix (2023)).

A través del FPI, el país ha invertido en patrocinios deportivos y en la adquisición del club de fútbol inglés Newcastle United. Tras esta adquisición, Arabia Saudí está a la altura de sus rivales regionales, que poseen el PSG (Catar) y el Manchester City (Abu Dhabi, Emiratos Árabes Unidos). El país también ha sabido atraer a estrellas internacionales del fútbol como Lionel Messi, que se convirtió en embajador turístico del país, y Cristiano Ronaldo, que decidió continuar su carrera en el Al-Nassr y convertirse en embajador del proyecto con el que el país va a coronar su triunfal llegada al mundo del deporte: la organización de la Copa Mundial de la FIFA 2034.

Considerando el caso de Catar, Søyland y Moriconi (2022) demuestran que lo que algunos críticos definen como lavado de imagen deportivo es en realidad una eficaz estrategia deportiva multi-actor con claros objetivos sociales, económicos y políticos. Se basa en cuatro pilares: a) acoger acontecimientos deportivos internacionales y construir instalaciones deportivas de última generación; b) invertir en el deporte mundial y en derechos de retransmisión junto con la promoción de iniciativas deportivas como la integridad deportiva; c) promover y desarrollar el éxito deportivo a nivel de élite, y d) involucrar a estrellas del deporte famosas que hablen públicamente a favor del régimen nacional y de la sociedad.

a) Acoger acontecimientos deportivos internacionales y construir instalaciones deportivas de vanguardia.

Estos países han estado trabajando arduamente para convertirse en una parte central del circuito global de megaeventos deportivos. Esto incluye tanto la celebración anual de eventos como el Gran Premio de Fórmula 1 o la organización de eventos como la Copa Mundial de la FIFA. Mientras Catar ya tuvo su edición en 2022, Arabia Saudita organizará la Copa del Mundo de la FIFA 2034.

En las últimas décadas, Catar ha organizado, entre otros eventos: un torneo ATP de tenis desde 1993 y un torneo WTA desde 2001, un Golf Masters desde 1998, un Gran Premio de Moto GP desde 2004, un evento de la IAAF Diamond League desde 2010 y un Gran Premio de Fórmula 1 desde 2021 (que continuará por un período de 10 años a partir de 2023).

El país también organizó la Copa Mundial Sub-20 de la FIFA en 1995, los Juegos Asiáticos en 2006, el Campeonato Mundial Indoor de la IAAF en 2010, la Copa Asiática de Fútbol en 2011, el Campeonato Mundial de Balonmano en 2015 y el Campeonato Mundial de la IAAF en 2019.

Arabia Saudí no se ha quedado atrás. El país organizó el FIBA 3x3 World Tour, celebró su primer Gran Premio de Fórmula 1 en 2021 (con contrato de sede anual hasta 2031) y organizó un Gran Premio de Moto GP en 2023. Organiza anualmente la vuelta ciclista saudí y desde 2020 la Rally Dakar. Alberga la Supercopa de Fútbol de España e Italia y competiciones internacionales de golf y campeonatos hípicas. Asimismo, de 2020 a 2030 se realizará cada año el Saudi Arabia Snooker Masters. Finalmente, el país es un gran promotor de actividades relacionadas con los deportes electrónicos y ha creado Savvy Gaming Group, una empresa de inversión en deportes electrónicos con sede en Arabia Saudita y propiedad del Fondo de Inversión Pública nacional. En 2022, el Grupo adquirió ESL, un organizador y operador de torneos de deportes electrónicos líder en el mercado, y FACEIT, una plataforma de deportes electrónicos con sede en el Reino Unido.

Este pilar de la estrategia deportiva árabe está asociado a la promoción del país ya la creación y modernización de infraestructuras. En 2022, Arabia Saudita fue designada como sede de los Juegos Asiáticos

de Invierno de 2029 en NEOM, una megaciudad futurista que se está construyendo en el desierto y que contará con un complejo de deportes de invierno durante todo el año.

Asimismo, el flujo de personas que generan los eventos y las transmisiones masivas a nivel global ofrecen una posibilidad de promover el turismo.

Por otro lado, y tal como sucedió en el caso de Catar, el gobierno reconoció desde una etapa temprana la oportunidad que generaba la realización de un evento de la escala de la Copa Mundial de la FIFA para acelerar el proceso de modernización del país (Søyland y Moriconi 2022). Según el Comité Olímpico de Catar (2011: 4), "la sede de la Copa Mundial de la FIFA 2022 acelerará el desarrollo de los objetivos de QNV 2030, que apuntan a transformar a Catar en un país avanzado para 2030". El gobierno gastó miles de millones de euros en infraestructura, incluido un nuevo sistema de metro en Doha, carreteras, un nuevo aeropuerto, hospitales, hoteles, una ciudad completamente nueva llamada Lusail y siete nuevos estadios de última generación que se utilizarán durante la Copa del Mundo en 2022 (ESPN, 2017).

Si bien algunos proyectos de infraestructura podrían luego ser reciclados o utilizados para otros fines, como la promoción del turismo relacionado con el golf, hay otros que exceden los requisitos nacionales. La Copa Mundial de la FIFA necesitaba una serie de estadios que superaran las exigencias de un país pequeño y escasamente poblado como Catar. En este caso, la creación de infraestructuras se planteó en base a premisas medioambientales y con el objetivo de ser sostenibles y evitar que los estadios quedaran posteriormente inservibles o elefantes blancos abandonados, como ha ocurrido en otros lugares del mundo. Algunos estadios, por ejemplo, se han construido con un diseño modular que se puede quitar de los lugares después de los eventos. Después de la competencia, el país los donará a países pobres que necesitan instalaciones deportivas. Otros estadios se transformarán en hospitales, escuelas y hoteles (Comité Supremo para la Entrega y el Legado 2020).

b) Invertir globalmente en deportes y promover iniciativas deportivas

El segundo pilar está relacionado con patrocinios e inversiones directas en el deporte global. En cuanto a la publicidad, varias empresas y organizaciones de referencia de los países acusados de lavado deportivo han utilizado el deporte para promocionarse y mejorar su ranking mundial en su sector, como Emirates o Catar Airways en 2022. Este tipo de vínculo comercial puede ser la publicidad directa en las camisetas de los mejores clubes (por ejemplo, Catar Airways con el FC Barcelona, AS Roma y Boca Juniors, Etihad con el Manchester City y Fly Emirates con el Real Madrid, Benfica y Olympique de Lyon) o el patrocinio de eventos (por ejemplo, NEOM con la Supercopa de España, Emirates con el torneo de tenis Roland Garros) o federaciones (Emirates y el PIF con la ATP, Aramco con el International Cricket Council o la FIFA, Catar Airways con la FIFA).

Pero la inyección económica en el deporte va más allá de la mera publicidad. Los tres países han creado una rama del fondo soberano nacional para invertir directamente en el deporte.

El Abu Dhabi United Group for Development and Investment (ADUG) es una institución pionera en su sector. El grupo adquirió el Manchester City en 2008 y lo transformó rápidamente en un equipo fuerte y competitivo a través de una serie de ofertas por jugadores de alto perfil, como Emmanuel Adebayor, Gareth Barry, Carlos Tevez y, luego, Sergio Agüero, entre otros. En 2023, el Manchester City se consagró campeón de la Champions League, el torneo de clubes más prestigioso del fútbol mundial.

En 2013, el ADUG lanzó City Football Group (CFG), con el objetivo de convertirse en una organización global de múltiples clubes para compartir recursos, actividades académicas, redes y marketing. Actualmente, el CFG posee varios clubes en todo el mundo: New York City FC (desde 2013); FC de la ciudad de Melbourne (2014); Yokohama Marinos (2014); Torque de la ciudad de Montevideo (2017); Girona FC (2017); FC Sichuan Jiuniu (2019); Bombay City FC (2019); Lommel SK (2020); Troyes AC (2020); y Palermo FC (2022). Los Emiratos también cuentan con un equipo de ciclismo profesional, el UAE Team Emirates, que está clasificado en la máxima categoría, el UCI World Team. El ciclista esloveno Tadej Pogačar, ganador del prestigioso Tour de Francia en 2020 y 2021, es una de las estrellas del equipo.

En cuanto a sus vecinos, Catar Sports Investments (QSI) se ha convertido en un actor fundamental en la estrategia deportiva desde que compró el famoso club de fútbol francés Paris St. Germain (PSG) en 2011. La OPA por parte del fondo de inversión Catarí transformó al PSG en uno de los equipos más populares y exitosos del mundo, que han ganado 10 campeonatos nacionales desde 2012. Antes de la adquisición de Catar, el PSG solo había ganado 2 títulos de liga en su historia.

La actividad de estos fondos en el deporte trasciende el mundo del fútbol y, en algunos casos, pretende modificar radicalmente su ecosistema y trastocar las estructuras oficiales. Por ejemplo, en 2022, QSI y la Federación Internacional de Pádel (FIP) lanzaron una nueva gira mundial llamada Premier Pádel para reemplazar al antiguo World Padel Tour (WPT).

Siguiendo la misma lógica, Arabia Saudí ha fomentado la inversión en el deporte a través de su Fondo de Inversión Pública (PIF). Los dos hitos de esta estrategia fueron la adquisición del club Newcastle United FC de la Premier League británica y el establecimiento de LIV Golf Investments, que lanzó una novedosa gira profesional llamada LIV Golf.

c) Promoción y desarrollo del éxito deportivo.

El programa estratégico del Comité Olímpico de Catar (Catar Olympic Committee 2011) establece, como uno de los propósitos más importantes, mejorar el rendimiento de los atletas Cataríes en todos los niveles (Søyland y Moriconi 2022). A nivel olímpico, Catar comenzó a tener impacto y buenos resultados en los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Antes de este evento, el país había tenido resultados modestos, con sólo una medalla de bronce en Barcelona 1992 y otra en Sydney 2000. En Londres 2012, Catar ganó una plata y un bronce, luego obtuvo otra plata en Río de Janeiro 2016, y confirmó su evolución en Tokio 2020 con dos oros y un bronce.

En cuanto a los Juegos de Asia, desde la primera edición en 1978, Catar ha sido el más exitoso de los países del Consejo de Cooperación del Golfo con un total de 120 medallas, incluidas 43 de oro, 31 de plata y 46 de bronce.

La selección nacional de fútbol de Catar ganó su primer título con la victoria en la Copa Asiática en 2019 y subió en el ranking de la FIFA del puesto 112 en 2010 al puesto 55 en 2020. En 2024, Catar volvió a ganar, por segunda vez, la Copa de Asia.

Catar ha invertido muchos recursos en sus programas de desarrollo de talentos deportivos. La Academia Aspire está a la vanguardia de la identificación y el desarrollo de talentos deportivos de Catar. Fundada en 2004, la academia cuenta con instalaciones de última generación, experiencia líder en ciencias del deporte,

así como exploradores y entrenadores internacionales altamente calificados que buscan desarrollar atletas cataríes de élite.

Los éxitos deportivos de Catar no han estado exentos de controversia. Muchos de ellos se debieron al uso de atletas extranjeros nacionalizados. La política de naturalización de deportistas ha ayudado a un país con poca población a tener mayor impacto en el mundo del deporte (Reiche & Tinaz, 2018; Campbell, 2010). De hecho, el medallista olímpico de Catar, Mohamed Ahmed Suleiman, nació en Somalia, y Said Saif Asaad, quien nació con el nombre de Angel Popov, cambió su nombre cuando recibió la ciudadanía de Catar antes de los Juegos Olímpicos de verano de Sydney 2000. Otro caso controvertido fue el del ex keniano Stephen Cheron, quien se convirtió en ciudadano catarí en 2003 a cambio de 1 millón de dólares además de 1000 dólares al mes de por vida (Longman, 2003). Es el poseedor del récord mundial de carrera de obstáculos de 3.000 metros. Solo dos de los dieciséis jugadores que componían la selección nacional de balonmano de Catar que ganó la plata en el Campeonato Mundial de balonmano masculino de 2015 nacieron en Catar. (Mundial de Balonmano, 2013; Nygård, 2015). Esta controvertida situación motivó que el COI y la FIFA modificaran sus reglamentos sobre la nacionalización de deportistas.

En el caso de Arabia Saudita, la federación de fútbol de Arabia Saudita tiene como objetivo fortalecer su liga nacional y convertir a su equipo nacional en uno de los 30 primeros en la clasificación de la FIFA. La llegada de varias estrellas mundiales, como Cristiano Ronaldo, Karim Benzema, Neymar Jr., Marcelo Brozovic, o N'Golo Kante, entre muchos otros, para disputar el campeonato nacional ha sido un claro ejemplo del poderío económico de la liga y su intención de seducir (económicamente) a grandes estrellas mundiales. Con las nuevas contrataciones y los salarios estratosféricos, la Liga árabe logró posicionarse de manera efectiva en Europa, tanto que diversos medios de relevancia, como los periódicos deportivos de España o Portugal, incorporaron información permanente sobre ese campeonato. Los partidos de la liga árabe también comenzaron a transmitirse en algunos países europeos, como es el caso de Portugal, donde la presencia del máximo ídolo local han generado un interés masivo por el torneo.

d) Involucrar a estrellas del deporte para que hablen públicamente a favor de la nación.

El cuarto pilar se refiere a la atracción de estrellas del deporte de alto perfil a las competencias nacionales como valor agregado o a su contratación como patrocinadores o embajadores de iniciativas nacionales. Con respecto al primer modelo de acción, la liga de fútbol de Catar fue pionera en la región árabe en atraer estrellas del fútbol internacional en el ocaso de sus carreras para jugar en el campeonato nacional y ganar salarios elevados (Amara 2005). Esta tendencia comenzó a principios de la década de 2000 y los delanteros argentinos Gabriel Batistuta y Claudio Caniggia, el defensor español Josep Guardiola y el defensor holandés Frank De Boer son ejemplos emblemáticos. La afluencia de estrellas internacionales a la liga Catarí ha continuado y en los últimos años han jugado en ella jugadores como la leyenda española Xavi Hernández, el holandés Wesley Sneijder, o el camerunés Samuel Eto'o. Muchos de estos jugadores también sirvieron como embajadores de la Copa Mundial de la FIFA 2022, y algunos fueron claves a la hora de hablar

públicamente a favor del país y defenderlo cuando se cuestionaba el hecho de haberle dado la sede del campeonato a un país no democrático³.

Desde 2022, como se señaló anteriormente, la Premier League de Arabia Saudita, a través de la oferta de salarios astronómicos, se ha sumado a esta tendencia de contratar estrellas del fútbol mundial para promover y mejorar la competencia. Las nuevas estrellas han servido para promover mensajes positivos sobre el país. "Arabia es un lugar excepcional", enfatizó, por ejemplo, Karim Benzema⁴.

Arabia no sólo suma promotores a través de su liga de fútbol. El astro argentino Lionel Messi fue contratado para ser embajador turístico de Arabia Saudita. Por su parte, Rafael Nadal se ha convertido en embajador de la Federación de Tenis de Arabia Saudita⁵.

Ya sea por contrato o por simple experiencia de vida, estas estrellas han brindado una gran cantidad de mensajes positivos sobre esos países en la prensa mundial. Son muchos los deportistas que han hablado positivamente de esos países y algunos incluso han cuestionado a los que criticaban a estos países

Limitaciones y contradicciones del concepto

La primera limitación del concepto está relacionada con su uso y particularmente con los agentes que se presentan como sportswashers. Quienes realizan las acciones, según las limitadas conceptualizaciones existentes, son las autocracias y los gobiernos autoritarios. Ese no es un concepto que analice prácticas, acciones e intervenciones. Si las mismas acciones, prácticas o programas son implementados por "actores democráticos", entonces no se ve como lavado deportivo, sino como el uso político del deporte o la diplomacia deportiva. Como se ha explicado anteriormente, tanto la Comisión Europea como los gobiernos de Catar y Arabia Saudí han definido el deporte como un motor de modernización y un medio para alcanzar objetivos estratégicos. Más allá de esta premisa política, la mera implementación de un programa político basado en esta idea es entendida por quienes actualmente utilizan el concepto de sportswashing como una acción política justa cuando es utilizada por gobiernos considerados democráticos, pero como una propaganda destinada a lavar una reputación manchada de derechos humanos. cuando es utilizado por gobiernos autoritarios/autocráticos.

En otras palabras, ¿no hay lavado deportivo por parte de los gobiernos democráticos? La respuesta fácil sería no porque no hay nada que lavar en una "democracia" o al menos se protegen los derechos humanos. ¿Qué pasa con el movimiento Black Lives Matter en los Estados Unidos? Ante este dilema, Boykoff advierte que "las violaciones de los derechos humanos también ocurren a diario en las democracias occidentales" y establece que el sportswashing también puede usarse en esos regímenes porque los megaeventos deportivos "distraen al público de procesos injustos como la gentrificación, la falta de vivienda y la hipervigilancia." El autor recuerda que Eric Garcetti, el alcalde de Los Ángeles, que albergará los Juegos Olímpicos de verano en 2028, "utilizó el flagelo de la falta de vivienda para lavar los deportes, afirmando

³ Ver por ejemplo: Xavi Hernández, sobre Catar: "No es un país democrático, pero creo que el sistema funciona mejor que España". Accesible online en: https://www.antena3.com/noticias/deportes/futbol/xavi-hernandez-catar-pais-democratico-pero-creo-que-sistema-funciona-mejor-que-espana_201909235d88ba460cf2b42e1e2a8ab0.html

⁴ Ver la noticia de CNN: <https://cnnportugal.iol.pt/internacional/arabia-saudita/benzema-a-arabia-saudita-e-um-lugar-excepcional>

⁵ Ver: <https://www.record.pt/modalidades/tenis/detalhe/rafael-nadal-responde-as-criticas-a-arabia-nao-precisa-de-mim-para-lavar-a-sua-imagem>

que 'estoy seguro de que cuando lleguen los Juegos Olímpicos, podremos terminar personas sin hogar en las calles de Los Ángeles'" (Baykoff 2022).

Por otro lado, es un concepto peyorativo y despótico. El concepto, en su semántica, implica un fraude o una patraña. Cualquier programa político que utilice el deporte como medio de desarrollo, modernización o incluso crecimiento económico, se transforma a través de la conceptualización del sportswashing en un acto de propaganda que tiende a lavar reputaciones manchadas de derechos humanos. Más allá de los documentos, pruebas y hechos concretos que pudieran demostrar los éxitos políticos del uso del deporte, quien enuncia el concepto asume como axiomático que tales programas son una mera fachada: el verdadero objetivo del uso del deporte con fines políticos es no escrito sino escondido, y es para lavar actos condenables e inmorales. Dada esta situación enunciativa y semántica, no hay posibilidad de debate. El concepto en sí se define de tal manera que se supone que los lavadores deportivos no tienen buenas intenciones; es un juicio crítico del enunciadore. Por lo tanto, el concepto no intenta comprender o describir una realidad; trata de denunciar y condenar la acción, sin posibilidad de defensa por parte del actor criticado. Cualquier prueba, argumento, justificación o defensa por parte del lavador de deportes se entenderá, por parte del enunciadore, como una nueva acción de lavado. Es por tanto un concepto limitante, autoritario en su esencia.

Otro problema es que la lógica del poder y la acción humana que subyace al concepto es de poca utilidad para el análisis de las relaciones internacionales. El concepto pierde de vista que, para que se produzca el blanqueo, debe existir complicidad y legitimidad por parte de los demás intervinientes en el proceso. En este caso, la legitimidad vendría de los órganos rectores del deporte, de los clubes e instituciones que aceptan ser patrocinados por sportswashers, y de las estrellas que se convierten en embajadores del deporte. Incluso se podría incluir al público como cómplice hasta cierto punto. Como se comenta a continuación, aunque hay casos en los que los aficionados han cuestionado los patrocinios de empresas afines a regímenes autoritarios (sobre todo en el caso de equipos con una larga tradición de éxitos deportivos, como el Bayern München o el Barcelona), la mayoría de los aficionados de clubes pequeños tienden a aceptar rápidamente la llegada de capital extranjero independientemente de su origen cuando éste determina un aumento radical de la competitividad y el éxito deportivo del equipo.

Los 4 pilares de una estrategia deportiva multi-actor eficiente presentados anteriormente requieren legitimación y aceptación externa. Así, si el objetivo es el mero lavado deportivo, la eficacia de la práctica del lavado no dependerá del promotor, sino de quienes la legitiman.

Por ejemplo, el derecho a organizar competiciones deportivas pertenece a las federaciones deportivas internacionales. Ellos son los que analizan y eligen entre las propuestas y determinan si conviene o no seguir adelante y mantener el mismo horario y eventos. Incluso en los casos en que exista un contrato, si hay algún inconveniente, o si los servicios no se prestan de manera eficiente, el vínculo contractual puede ser revocado. Un buen ejemplo de esto sería un circuito de carreras que no puede garantizar la integridad y seguridad de los pilotos: el contrato puede ser anulado.

En un mundo globalizado, la construcción de la infraestructura necesaria para la realización de megaeventos de cualquier tipo está generalmente en manos de empresas extranjeras. En el caso de Catar, por ejemplo, los estadios fueron construidos por empresas extranjeras, muchas de ellas europeas, que aprovecharon al máximo el sistema laboral Catarí.

La inversión en clubes y derechos de transmisión sería una transacción de mercado justo en la que al menos dos partes deben estar de acuerdo. Y en general está claro quién vende y quién compra. El propietario del club o del evento a retransmitir decide si acepta la oferta.

En este sentido, Grix et. al (2023) advierten que, lo que la narrativa del *sportswashing* intenta ver de manera unidireccional, se trata en realidad de un proceso bidireccional en el que no sólo ganan los *sportswashers*, sino también las organizaciones internacionales del deporte y los países occidentales que reciben financiamiento. De acuerdo con estos autores, sin el estímulo y las oportunidades que brindan el capitalismo global y Occidente, las estrategias para utilizar política y económicamente al deporte no estarían al alcance de los regímenes no democráticos.

En cuanto al éxito deportivo, los atletas están obligados a aceptar defender los colores de las instituciones nacionales, ya sea a nivel individual, colectivo, de clubes o nacional. De la misma manera, no se coacciona a los deportistas que acceden a relatar públicamente experiencias satisfactorias dentro de países autoritarios ni a los deportistas que, a través de un contrato, deciden convertirse en patrocinadores de supuestos países lavadores de deportes.

Lejos de querer investigar los canales y los incentivos (las causas y los motivos) por los que se produce la legitimación, quienes denuncian el sportswashing atacan directamente a los promotores de estos pilares como si de ellos dependiera el propio proceso.

Pero el punto débil más evidente del concepto de sportswashing es que la evidencia muestra que si no se produce una situación esperada (al menos de forma efectiva), se trata de un proceso de lavado de imagen. Muy por el contrario, el éxito de cualquier programa para el uso político del deporte conduce a un mayor escrutinio con respecto a las políticas internas y los conflictos nacionales (Søyland y Moriconi 2022).

El caso de Catar es un claro ejemplo. El mero hecho de convertirse en sede de la Copa Mundial de la FIFA 2022 atrajo la atención internacional sobre ese pequeño y relativamente desconocido país del Golfo. Si algo aumentó fue el escrutinio público de este microestado desconocido (para muchos en los países occidentales) situado en la Península Arábiga.

En términos de derechos humanos, uno puede simplemente realizar una pequeña búsqueda en la cantidad de noticias sobre el sistema Kafala en Catar antes y después de la adjudicación de la Copa Mundial de la FIFA 2022 para encontrar resultados interesantes. The Guardian, por ejemplo, es un editor recurrente de noticias sobre la crueldad de Kafala en Catar y publicó su primera historia sobre el tema en 2013. La cantidad de noticias al respecto aumentó mucho en 2021 y 2022. Los artículos sobre Kafala Siempre se relacionó a Catar como futura sede de la Copa del Mundo. Hay que recordar que Kafala es un cruel sistema de promoción y control de la migración laboral que se lleva a cabo en los países del Golfo Pérsico, y no es solo un tema Catarí. Sin embargo, una búsqueda rápida en los motores de búsqueda de los principales periódicos del mundo demuestra la limitada atención periodística que se ha prestado y se sigue prestando a los abusos de Kafala en Bahrein, Kuwait, Líbano u Omán, todos ellos otros países de la misma región, donde también existe el régimen.

En otras palabras, lo que importa no es Kafala y sus abusos: lo que importa es Catar. Y los derechos humanos en Catar sólo son de interés porque allí se celebra la Copa Mundial de la FIFA. El Mundial no lavó el tema, el Mundial lo sacó a la luz. Si hubiera sido en Omán, estaríamos hablando de Omán, y aún serían muy pocos en las sociedades occidentales los que consiguen encontrar a Catar en el mapa. Catar no tuvo nada que lavar porque pasó desapercibido hasta 2010.

Esto está lejos de ser un problema. Es una gran oportunidad que genera el deporte para promover buenos valores universales, en especial los derechos humanos, gracias a la fuerza e impacto que tiene el sector. Por ejemplo, la sede de la Copa Mundial de la FIFA indujo a Catar a comprometerse "a implementar un sistema contractual para reemplazar el sistema kafala, incluida la renovación de los permisos de residencia directamente con los trabajadores migrantes en lugar de a través de los empleadores". (Human Rights Watch 2020)

Pero para eso, además de revisar las limitaciones cognitivas del concepto de sportswashing, es crucial comprender los impulsores e incentivos que permiten una estrategia política deportiva eficiente y legitimada globalmente.

Edgar Morin (2015) considera que existen dos enfoques de la razón humana y del conocimiento del mundo: la racionalización y la racionalidad. Mientras que la racionalización busca encerrar la realidad en un sistema coherente y todo lo que es contrario a ese sistema coherente es descartado, olvidado, dejado de lado y visto como una ilusión o una impresión, la racionalidad es el diálogo incesante entre nuestros espíritus, que crea estructuras lógicas que se aplican al mundo, y al mundo real. Y cuando el mundo no está de acuerdo con nuestro sistema lógico, es necesario admitir que nuestro sistema lógico es inadecuado y cubre solo una parte de lo real.

Hasta ahora, el concepto de sportswashing ha sido un proceso de racionalización reducido a criticar a los enemigos de quienes lo enuncian y, necesariamente, a descartar toda evidencia que pudiera contradecir esa crítica. Para que el debate en torno al uso político del deporte sea fructífero y útil, es necesario prescindir de conceptos que limitan el análisis y, siguiendo lo expuesto por Morin (2015), establecer cauces de racionalidad que permitan aproximarnos a la realidad sin dogmatismos y limitaciones ideológicas.

Legitimación a través de valores

Michael Sandel (2000) considera que hemos pasado de una economía de mercado a una sociedad de mercado. Mientras que la economía de mercado es una forma eficiente de gestionar la producción y el comercio, la sociedad de mercado es una sociedad en la que los valores de mercado impregnan todas las prácticas sociales. En algunos casos, la extrapolación de estos valores a ámbitos sociales que deberían quedar fuera de la lógica financiera modifica radicalmente los objetivos intrínsecos de estas prácticas. Esta premisa puede ser incluso más útil que el concepto de sportswashing para analizar y promover un uso sostenible y favorable del deporte.

Más que diplomacia deportiva, diplomacia pública o incluso soft power, lo que se ve en la estrategia política de los países árabes y en el proceso de legitimación por parte de actores externos es un mero proceso financiero o, como mínimo, de diplomacia económica. Todo el proceso de acción y compromiso de los actores está marcado por la imposición de la lógica del mercado en el mundo del deporte. Y esa es la mayor crítica que se debe hacer.

El uso político del deporte no puede limitarse al mero desarrollo de eventos deportivos e impulsado por el poder del dinero. Como Abdi et. Alabama. (2018), la agenda de la diplomacia deportiva competente debe construirse sobre el respeto y la promoción de los valores universales y nacionales. Mientras que "los valores universales son aquellos que teóricamente tienen validez global, como los derechos humanos, el respeto por el medio ambiente, el juego limpio, la profesionalidad y la lucha contra la manipulación y el dopaje", los

valores nacionales “difieren de un país a otro y están relacionados con condiciones nacionales específicas” y tradiciones, costumbres y culturas locales que pueden generar el respeto de otras naciones” (Søyland y Moriconi 2022: 356).

Por otro lado, las instituciones deportivas no pueden ser impulsadas únicamente por incentivos económicos. Eso puede dilapidar la sostenibilidad deportiva o destruir valores intrínsecos como la competencia leal, puesta en riesgo por la proliferación de clubes de Estado, las abruptas diferencias presupuestarias entre clubes, el aumento del multiclub, el pago de sueldos astronómicos, etc. La normalización de dichas prácticas amenaza la integridad de las competiciones y podrían crear nuevos incentivos y oportunidades estructurales para el amaño de partidos (Moriconi 2020).

Una investigación seria y robusta sobre el uso político del deporte no puede descuidar el análisis de los factores de legitimación (o no) por parte de actores externos a los regímenes políticos que impulsan las iniciativas. Y estos procesos de legitimación no están exentos de conflictos de valores.

Por ejemplo, en 2018, la afición del Bayern München promovió una fuerte protesta contra un acuerdo de patrocinio entre el club y Qatar Airways. Los partidarios consideraron que las controversias sobre los derechos humanos y la candidatura para organizar la Copa Mundial de la FIFA eran incompatibles con los valores morales tradicionales de la institución (Smith 2018). Las mismas críticas sucedieron con el FC Barcelona durante el patrocinio de sus camisetas por parte de la Fundación Qatar y Qatar Airways de 2011 a 2017 (Schaerlaeckens, 2015).

Sin embargo, la oposición a la llegada de capital extranjero no está exenta de dilemas. El caso de la adquisición del Newcastle United FC por parte de Arabia Saudita es un claro ejemplo. Algunos fanáticos del club, e incluso muchos fanáticos del fútbol inglés, cuestionaron la operación debido al historial de Arabia Saudita en materia de piratería y derechos humanos. Lo que puede ser moralmente reprobable abre, sin embargo, una oportunidad inmejorable a nivel deportivo por la situación actual de la gobernanza deportiva y, en particular, de la liga inglesa: sin dinero es imposible competir, y los superequipos hoy no se pueden conseguir a través de tradición y deportividad, sino que se basan en la inyección de dinero externo. Newcastle ha ganado un lugar en la Champions League representando a la competitiva Premier League. ¿Cuál sería la realidad deportiva del equipo sin la llegada de capital saudí? Una vez más, el poder del dinero parece vencer al poder del deporte. Y esa situación no fue normalizada por los sportswashers, sino, por el contrario, por el ecosistema institucional del fútbol mundial. Más que crear una situación a su favor, los países árabes (conscientes de su poder económico) planificaron estrategias eficientes de modernización a través del deporte, aprovechando las estructuras de oportunidad, la escala de valores y las fallas de gobernanza interna del ecosistema institucional deportivo.

Pero, por otro lado, lejos de ocultar situaciones incómodas y fuentes de conflicto interno, como afirman los defensores del concepto de sportswashing, el uso político del deporte aumenta el escrutinio internacional y crea un ecosistema propicio para la discusión de valores. Y lo mismo ocurre con los choques culturales que promueve la realización de megaeventos deportivos.

En el Mundial de Qatar, por ejemplo, una mujer fue la árbitra principal de un partido por primera vez en la historia del torneo. Y eso sucedió en un país musulmán donde las mujeres no tienen el mismo estatus y derechos que los hombres. Los espectadores incluso tuvieron que aguantar a una pseudomodelo croata paseándose casi desnuda por las gradas durante todo el torneo. Por su parte, el público occidental tuvo la

oportunidad de recibir abundante información, explicaciones y argumentos sobre la vida en el país y las prácticas sociales y culturales indígenas.

Se cuestionó mucho el régimen laboral. Pero también es cierto que, debido a la presión social, el gobierno de Catar introdujo reformas al régimen de Kafala. Si bien no es un cambio radical, es un comienzo incipiente que las entidades de gobernanza deportiva internacional que continúan desarrollando eventos en el país pueden monitorear y reforzar a través de la presión.

Sin embargo, hablando de la Kafala catari y sin hablar de otros regímenes similares, nadie se acerca a la situación de las poblaciones de los países de donde proceden los trabajadores que se incorporan a la Kafala. Si el sistema es tan esclavizante, ¿qué tan desesperada es la vida de estos trabajadores en Bangladesh, Pakistán, India, etc., para querer emigrar y aceptar esas condiciones de trabajo?

En otras palabras, si las personas de esos países tuvieran una vida digna, no necesitarían (ni querrían) emigrar y Kafala dejaría de existir. La hipocresía es naturalizar y ocultar estas realidades (lavado de periodismo) y solo buscar desacreditar a los actores que utilizan exitosamente el deporte de manera política porque son capaces de lograr la legitimación necesaria de los órganos rectores del deporte, los gobiernos, las estrellas del deporte y el público en general.

Conclusión

En este artículo se ha descrito el surgimiento y uso del concepto sportswashing, dándose cuenta de sus limitaciones y su ineficacia para analizar el uso político del deporte. Más que operaciones de escapate, los programas de modernización a través del deporte son una ventana de oportunidad para la promoción de los valores nacionales y universales y para la relegitimación del deporte como factor de cohesión, influencia y desarrollo social.

La realidad actual también presenta un panorama inmejorable para discutir abiertamente los valores que subyacen en la gestión y gobernanza deportiva actual, y el peso que la lógica del mercado está teniendo en el desarrollo de la competitividad. Por lo tanto, más que problemas (como los perciben los denunciantes compulsivos de lavado deportivo), lo que tenemos es un panorama lleno de posibilidades para defender y promover un Mundo mejor. Pero eso dependerá de los procesos de legitimación y, en consecuencia, de los valores e incentivos que verdaderamente impulsen la voluntad política tanto de las entidades deportivas como de los gobiernos..

Agradecimientos/Financiación

El autor agradece a los revisores por sus comentario, muy útiles para mejorar el artículo. También agradece a David Forrest y a Markus Breuer quienes hicieron importantes recomendaciones en una primera versión preliminar de este artículo en inglés. Esa versión fue publicada como Moriconi (2024), *Deconstructing Sportswashing*. Esta publicación ha sido apoyada con fondos del programa estratégico del Centro de Estudos Internacionais, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa (con la referencia UIDB/03122/2020).

Referencia bibliográficas

- Bergkvist, L., & Skeiseid, H. (2024). Sportswashing: exploiting sports to clean the dirty laundry. *International Journal of Advertising*, 1-19.
- Boykoff, J. (2022). Toward a theory of sportswashing: mega-events, soft power, and political conflict. *Sociology of Sport Journal*, 39(4), 342-351.
- Brannagan, P. M., & Grix, J. (2023). Nation-state strategies for human capital development: the case of sports mega-events in Qatar. *Third World Quarterly*, 44(8), 1807-1824.
- Breuer, M. (2024). Multi-club ownerships. En Breuer y Forrest (eds.) *The Palgrave handbook on the economics of manipulation in sport*. Cham: Springer International Publishing.
- Budzinski, O. (2024). Financial regulation as an anticompetitive institution. En Breuer y Forrest (eds.) *The Palgrave handbook on the economics of manipulation in sport*. Cham: Springer International Publishing.
- Campbell, R. (2010). Staging globalization for national projects: Global sport markets and elite athletic transnational labour in Qatar. *International Review for the Sociology of Sport*, 46(1), 45–60. DOI:10.1177/1012690210368887.
- Chadwick, S., & Widdop, P. (2022): Saudi Arabia and Sport in the 21st Century: From Oil and Gas to Event-Driven Change. In Reiche, D. & Brannagan, P. (eds.): *Routledge Handbook of Sport in the Middle East* (pp. 231-241). Routledge.
- Costa, R., & Moriconi, M. (2024). Current political uses of sport revised: beyond public diplomacy and sportswashing. *Frontiers in Sports and Active Living*, 6, 1316732. Accesible en: <https://www.frontiersin.org/journals/sports-and-active-living/articles/10.3389/fspor.2024.1316732/full>
- Critchley, S., Derrida, J., Laclau, E., Rorty, R., & Mouffe, C. (2003). *Deconstruction and pragmatism*. Routledge.
- Elsborg, S. (2018, 4. September). Sport as a driving factor in Qatar's National Development Strategy 2018-2022. *Play the game*. Retrieved from https://www.playthegame.org/news/comments/2018/073_sport-as-a-driving-factor-in-Qatars-national-development-strategy-2018-2022/
- Elsborg, S. (2022, 27. October). The Saudis in sport: Ambitions much larger than sportswashing. *Play the game*. Retrieved from <https://www.playthegame.org/news/the-saudis-in-sport-ambitions-much-larger-than-sportswashing/>
- Elsborg, S. (2023, 12. January). The expansion of Saudi investment in sport: From football to esport. *Play the game*. Retrieved from <https://www.playthegame.org/news/the-expansion-of-saudi-investments-in-sport-from-football-to-esport/>

- ESPN (2017, 9. February). 2022 World Cup hosts Qatar spending \$500 million a week - finance minister. Retrieved from [https://www.espn.com/soccer/fifa-world-cup/story/3056757/2022-world-cup-hosts-Catar-spending-\\$500-million-a-week-finance-minister](https://www.espn.com/soccer/fifa-world-cup/story/3056757/2022-world-cup-hosts-Catar-spending-$500-million-a-week-finance-minister)
- European Commission (2007), *White Paper on Sport*, accessible *online* in: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52007DC0391>
- European Commission (2011), "Developing the European dimension of sport", accessible *online* in: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52011DC0012>
- Fruh, K., Archer, A., & Wojtowicz, J. (2022). Sportswashing: Complicity and corruption. *Sport, Ethics and Philosophy*, 1-18.
- General Secretariat for Development Planning (2008). *The Qatar 2030 vision*. Retrieved from <https://www.gco.gov.qa/wp-content/uploads/2016/09/GCO-QNV-English.pdf>
- General Secretariat for Development Planning (2011). *Qatar National Development Strategy 2011-2016*. Retrieved from https://www.psa.gov.qa/en/nds1/Documents/NDS_ENGLISH_SUMMARY.pdf
- General Secretariat for Development Planning (2018) *Qatar Second National Development Strategy*. Retrieved from <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/qat181692E.pdf>
- Grix, J., Dinsmore, A., & Brannagan, P. M. (2023). Unpacking the politics of 'sportswashing': It takes two to tango. *Politics*, 02633957231207387.
- Grix, J. & Lee, D. (2013). Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction. *Global Society*. 27(4), 521-536. DOI: <https://doi.org/10.1080/13600826.2013.827632>
- Handball World. (2013, 13. July) Qatar to stop citizenships - except for keepers. Retrieved from <https://www.handball-world.news/o.red.r/news-2-1-25-49324.html>
- Human Right Watch (2020): Qatar: Significant Labor and Kafala Reforms. Accessible online: <https://www.hrw.org/news/2020/09/24/Qatar-significant-labor-and-kafala-reforms>
- Jackson, S. J. (2013). The contested terrain of sport diplomacy in a globalizing world. *International Area Studies Review*, 16(3), 274-284.
- Kobierecki, M. M., & Strożek, P. (2021). Sports mega-events and shaping the international image of states: How hosting the Olympic Games and FIFA World Cups affects interest in host nations. *International Politics*, 58(1), 49-70.
- Krzyzaniak, J. S. (2016). The soft power strategy of soccer sponsorships. *Soccer & Society*, 19(4), 498-515. DOI :10.1080/14660970.2016.1199426
- Lareau, C. (2022). Números, vergüenzas y pleitos venideros: El mundial de fútbol de Qatar es el mayor ejercicio de sportswashing hasta la fecha. *Inversión: el semanario líder de bolsa, economía y gestión de patrimonios*, (1311), 10-13.
- Lenskyj, J. H. (2020). *The Olympic Games: A Critical Approach*. Bingley: Emerald Publishing.

- Longman, Jere (2003, 23. August). Track and Field: A Runner Changes His Flag For Cash. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2003/08/23/sports/track-and-field-a-runner-changes-his-flag-for-cash.html>
- Lyon T and Montgomery A (2015) The means and end of greenwash. *Organization and Environment* 28(2): 223–249.
- Moriconi, M. (2024). Deconstructing Sportswashing: Analytical Concept or Ideological Prejudice?. En Breuer y Forrest (eds.): *The Palgrave Handbook on the Economics of Manipulation in Sport* (pp. 157-176). Cham: Springer International Publishing.
- Moriconi, M. (2020). Deconstructing match-fixing: A holistic framework for sport integrity policies. *Crime, Law and Social Change*, 74(1), 1-12.
- Morin, E. (2015). *Introduction à la pensée complexe*. Média Diffusion.
- Murray, S. (2018). *Sports diplomacy: Origins, theory and practice*. Routledge.
- Murray, S. (2012). The Two Halves of Sports-Diplomacy. *Diplomacy & Statecraft*, 23(3), 576-592. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/09592296.2012.706544>
- Næss, H. E. (2020). Sociology and the ethnography of human rights at mega-sport events. *Current Sociology*, 68(7), 972-989.
- Nygård, H. M., & Gates, S. (2013). Soft power at home and abroad: Sport diplomacy, politics and peace-building. *International area studies review*, 16(3), 235-243.
- Nygård, S. (2015, 14. January). VM-vertene har kjøpt seg landslag for fantasisommer [The world cup host have bought a national team for fantasy sums]. *Tv2*. Retrieved from <https://www.tv2.no/a/6423544/>
- Pigman, G. A. (2010). *Contemporary diplomacy. Representation and communication in a globalized world*. Cambridge, UK: Polity.
- Potter, E. (2003). Canada and the New Public Diplomacy. *International Journal*. 58(1), 43-64. DOI: <https://doi.org/10.1080/17430430802019482>
- Qatar Olympic Committee (2011). *Sports Sector Strategy 2011-2016*. Retrieved from http://blogs.napier.ac.uk/Catar2022/wp-content/uploads/sites/29/2015/06/sports_sector_strategy_final-English.pdf
- Redeker, R. (2008). Sport as an opiate of international relations: The myth and illusion of sport as a tool of foreign diplomacy. *Sport in Society*. 11(4). 494-500. DOI: <https://doi.org/10.1080/17430430802019482>
- Reiche, D. & Tinaz, (2018). Policies for naturalisation of foreign-born athletes: Catar and Turkey in comparison. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11(1) 153-171. DOI: 10.1080/19406940.2018.1528994
- Robinson, Kali (2022): What Is the Kafala System? In Council of Foreign Relations. Accesible online: <https://www.cfr.org/backgrounder/what-kafala-system>

- Ronay, B. (2019, 15. February). Sportswashing and the tangled web of Europe's biggest clubs. *The Guardian*. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/football/2019/feb/15/sportswashing-europes-biggest-clubs-champions-league-owners-sponsors-uefa>
- Ross, M. L. 1999. "The Political Economy of the Resource Curse." *World Politics* 51 (2):297–322. doi:10.1017/S0043887100008200.
- Sandel, M. J. (2000). What money can't buy: the moral limits of markets. *Tanner Lectures on Human Values*, 21, 87-122.
- Sharp, P. (2009). *Diplomatic Theory of International Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schubert, M., & Hamil, S. (2024). Financial doping and financial fair play in European club football competitions. *The Palgrave handbook on the economics of manipulation in sport*.
- Skey, M. (2022). Sportswashing: Media headline or analytic concept?. *International Review for the Sociology of Sport*, 10126902221136086.
- Søyland, H. S., & Moriconi, M. (2022). Qatar's multi-actors sports strategy: Diplomacy, critics and legitimisation. *International Area Studies Review*, 25(4), 354-374.
- Supreme Committee for Delivery & Legacy. (2020) FIFA World Cup Qatar 2022 Sustainable Stadiums. Retrieved from <https://img.fifa.com/image/upload/re9qlxkomvg0vzjtoaf1.pdf>
- Trunkos, J., & Heere, B. (2017). Sport diplomacy: A review of how sports can be used to improve international relationships. In Esherick, C.; Baker, R.; Jackson, S. & Sam, M. (eds.) *Case studies in sport diplomacy*. West Virginia: FIT Publishing, 1-18.
- Wexler L (2013) Extralegal white washes. *DePaul Law Review* 61(3): 817–856.
- Wong, D., & Meng-Lewis, Y. (2022). Esports diplomacy—China's soft power building in the digital era. *Managing Sport and Leisure*, 1-23.