

Universidad Católica de Salta

Facultad de Ciencias Jurídicas

Licenciatura en Relaciones Internacionales



Tesis de grado

La utilización del futbol como instrumento de Soft Power: El Mundial de fútbol 2022, política exterior de Qatar e islamización

Mundial de Qatar 2022: fútbol (nuevo Soft Power) e islamización

Alumno: Mateo Tomás Delgado

Director: Juan Víctor Soto

Salta, Argentina

Año 2024

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD

CANCILLER

S.E.R Mons. Mario Antonio Cargnello

RECTOR

Mg. Ing. Rodolfo Gallo Cornejo

VICERRECTORA ACADÉMICA

Mg. Constanza Diedrich

VICERRECTOR AMINISTRATIVO

CPN. Juan José Zitelli

VICERRECTOR DE FORMACIÓN

Dr. Cristian Arnaldo Gallardo

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Mg. Lic. Daniel Sánchez Fernández

VICERRECTOR DE TECNOLOGÍA Y EDUCACIÓN DIGITAL

Ing. Lic. Daniel Torres Jiménez

VICERRECTOR DE EXTENSIÓN E INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA

Ing. Alejandro Patrón Costas

SECRETARÍA GENERAL

Dra. Lic. Silvia Álvarez

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

Dr. Eduardo Jesús Romani

JEFATURA DE CARRERA

Lic. Federico de Singlau

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi familia, que me bancó siempre en este largo camino que me tocó recorrer. A mis padres, por inculcarme los valores de la excelencia académica. A mi hermano, por todas las tardes de diversión que me permitían despejarme de la rutina.

A toda mi familia en general, a mis tías abuelas Cristi y Lidia, a mi abuela María Elena, a todos mis primos y a mis tíos.

A mi novia, Victoria, por tantas tardes de estudio y de trabajo colaborativo cuando las cosas no salían. Con ella formé el mejor grupo que pudo haberme tocado. No solo en lo académico sino también en lo afectivo.

A la familia de mi novia, porque son como mi segundo hogar. En especial a Lili, Antonio y Caro que siempre me recibían con los brazos abiertos cada vez que iba a Jujuy.

A los amigos que traigo del colegio y a los que hice durante el cursado, por escucharme siempre y estar para mí cuando los necesitaba.

A mi director de tesis, Mg. Juan Víctor Soto, por orientarme cuando estaba perdido y por tomarse el tiempo de leer mis avances y mandar sus comentarios.

A todos los profesores de la carrera que, con gran esmero y dedicación, prestan su servicio para que nosotros no solo aprendamos, sino que también nos apasionemos en lo que hacemos. Particularmente, agradezco al Lic. Víctor Toledo por la pasión que transmite cuando enseña. Estar en sus clases es un privilegio.

Resumen

El poder en las Relaciones Internacionales es la capacidad de que el actor A provoque que actor B lleve (o no) a cabo acciones. Tras esta definición simple, se esconden dos aristas a analizar: el poder duro, manifestado a través de la supremacía económica y militar, que casi siempre coacciona a los demás actores, y el poder blando, que pretende atraer a los demás actores hacia una esfera de influencia a partir de valores compartido o, en otras palabras, que esos actores se alineen porque quieren y no por coacción.

En relación con el Soft Power, se ha observado cierta preferencia de Qatar de utilizarlo como eje clave de su política exterior, a través de la organización de eventos multitudinarios con difusión mediática global.

En este trabajo se buscará analizar la utilización del fútbol por parte de Qatar como un instrumento de Soft Power, concretamente a través de la organización de la Copa Mundial de fútbol 2022. Asimismo, se intentará comprender la tipología comunicacional del emirato, así como la relación que esta tiene con la pretensión de difusión de los valores del islam. El objetivo es concluir si la organización del mundial logró o no reforzar el prestigio de Qatar a nivel internacional, así como si el objetivo de difusión del islam ha sido o no alcanzado

Abstract

Power in International Relations is the capacity of actor A to provoke Actor B to execute (or not) actions. There are two edges behind this simple definition: Hard power, which is economic and military supremacy, and obligates by coercion. And Soft Power, which pretends to attract other actors to an influence sphere due to shared values.

In relation with Soft Power, it is a matter of fact that Qatar has been using it as a key axis of foreign policy, through organization of massive events with global media diffusion.

The analysis of football utilization by Qatar will be the objective of this thesis, specifically the organization of FIFA World Cup 2022. Besides, the comprehension of the communicative typology of Qatar and the relationship between it and the diffusion of Islam values will be described. The main objective is to conclude if FIFA World Cup Organisation has helped (or not) to increase Qatar international prestige, and if the diffusion of Islam values has been (or not) achieved.

Índice de contenidos

Capítulo 1: Introducción ¿Qué es el Soft Power?	10
El Hard Power	10
El Soft Power	12
El fútbol como Soft Power:	14
Mundial 1934	15
Argentina 1978.....	16
Italia 1990.....	17
Conclusiones parciales	18
Capítulo 2: La política exterior de Qatar.....	19
Qatar: lineamientos generales	19
La estructura económica de Qatar	20
Los objetivos en materia de Política Exterior de Qatar	23
Relaciones de Qatar con sus vecinos.....	28
El deporte como instrumento	29
Al Jazeera como instrumento	31
Capítulo 3: Qatar y el islam- estrategia comunicacional.....	35
Los ejes del mundo islámico en la región: Arabia Saudita e Irán	35
La relación Arabia Saudita-Qatar en la actualidad.....	38
La propuesta de Qatar	39
La “islamización” en Europa: el caso de Francia y su relación con Qatar.....	40
Marruecos en semifinales de un mundial: un caso inédito en la historia del fútbol.....	44
Capítulo 4: Al Jazeera y redes sociales-su rol en la comunicación de Qatar.....	46
Al Jazeera: potencialidad comparada	46
Potencialidad comprobada	49
Mundial 2022 vs Mundial 2018: Audiencia comparada	49
Masividad: comparación 2010 a 2022	50
Las televisoras internacionales.....	52
Las redes sociales: interacciones durante el Mundial	53
Al Jazeera	54
FIFA World Cup	57
Tendencias en Twitter/X: período 2020-2024	60
Al Jazeera-forma de transmisión.....	61
Capítulo 5: La sharía y su rol en el estado qatarí	65
La religión en Qatar	65

La sharía: interpretaciones y discursos.....	66
La sharía en el mundial de fútbol 2022	69
La homosexualidad	69
Situación de las mujeres.....	71
Número de adeptos al islam- situación actual y futura	74
Imagen del islam: Europa y el mundo.....	76
Capítulo 6: Utilización del mundial 2022 como instrumento de Soft Power.....	79
Qatar National Vision 2030.....	79
La inversión en centros de información	80
El fútbol como encuentro de culturas: el rol del mundial 2022 para la difusión de valores islámicos y su compatibilidad con el deporte.....	81
El impacto del mundial en el fútbol de Qatar: Audiencias	84
Youtube: Canal “QSL”	84
Facebook: perfil “QSL”	85
Instagram: perfil “QSL”	86
Twitter/X: perfil “QSL”.....	86
Breve conclusión.....	87
Índice Soft Power.....	87
Qatar.....	88
Tendencias: pilares comparados.....	88
Arabia Saudita.....	90
Tendencias: pilares comparados.....	90
Emiratos Árabes Unidos (E.A.U).....	92
Tendencias: pilares comparados.....	92
Conclusiones parciales	94
Conclusiones	95
Objetivo específico 1: Describir la política exterior de Qatar y su estrategia comunicacional para difundir el islam	95
¿Cómo es la política exterior de Qatar y su estrategia comunicacional para difundir el islam?	95
Objetivo específico 2: Clasificar la tipología comunicacional de Qatar a través de sus medios audiovisuales y redes sociales	95
¿Cuál es la tipología comunicacional de los medios audiovisuales y redes sociales qataríes?	95
Objetivo específico 3: Comprender la problemática de la imagen de la sharía como prioridad de la política exterior de Qatar	96
¿Cómo influye la imagen de la sharía en la política exterior de Qatar?	96

Objetivo específico 4: Comprender la relevancia del fútbol como Soft Power para difundir los valores del islam y su compatibilidad con el deporte.....	97
¿Qué importancia tiene el fútbol como elemento de Soft Power para difundir los valores del islam?	97
Objetivo general: Analizar la utilización del fútbol como instrumento de Soft Power en Qatar 2022.....	98
¿Cómo fue utilizada la organización del mundial 2022 por parte de Qatar?	98
Sugerencias para futuras investigaciones	100
Apéndice	101
Capítulo 1: Introducción ¿Qué es el Soft Power?	101
Capítulo 2: La política exterior de Qatar.....	102
Capítulo 4: Al Jazeera y redes sociales- su rol en la comunicación de Qatar	103
Referencias bibliográficas	104
Hoja de evaluación.....	109

Índice de cuadros y gráficos

Capítulo 2

Cuadro 2. 1	20
Cuadro 2. 2	28
Cuadro 2. 3: Facebook	32
Cuadro 2. 4: Instagram	33
Cuadro 2. 5: YouTube.....	33
Cuadro 2. 6: Twitter/X.....	33

Capítulo 4

Cuadro y gráfico 4. 1: Facebook	46
Cuadro y gráfico 4. 2: Instagram.....	47
Cuadro y gráfico 4. 3: YouTube	47
Cuadro y gráfico 4. 4: Twitter/X	48
Cuadro y gráfico 4. 5.....	49
Cuadro y gráfico 4. 6.....	50
Cuadro y gráfico 4. 7.....	50
Cuadro y gráfico 4. 8.....	51
Cuadro y gráfico 4. 9.....	51
Cuadro y gráfico 4. 10: Cadena y número de espectadores	52
Cuadro y gráfico 4. 11: Suscriptores	54
Cuadro y gráfico 4. 12: Visualizaciones.....	54
Cuadro y gráfico 4. 13: Seguidores.....	55
Cuadro y gráfico 4. 14: “Me gusta”	55
Cuadro y gráfico 4. 15: Seguidores.....	56
Cuadro y gráfico 4. 16: Seguidores.....	56
Cuadro y gráfico 4. 17: Suscriptores.....	57
Cuadro y gráfico 4. 18: Visualizaciones.....	58
Cuadro y gráfico 4. 19: Seguidores.....	58
Cuadro y gráfico 4. 20: Me gusta.....	59
Cuadro y gráfico 4. 21: Seguidores.....	59
Cuadro y gráfico 4. 22: Seguidores.....	60
Cuadro y gráfico 4. 23: Tendencias.....	61

Capítulo 5

Gráfico 5. 1.....	74
Gráfico 5. 2.....	74
Gráfico 5. 3.....	75
Gráfico 5. 4.....	76
Gráfico 5. 5.....	77
Gráfico 5. 6.....	77

Capítulo 6

Gráfico 6. 1: Suscriptores.....	84
Gráfico 6. 2: Visualizaciones.....	84
Gráfico 6. 3: Seguidores.....	85
Gráfico 6. 4: “Me gusta”	85
Gráfico 6. 5: Seguidores.....	86
Gráfico 6. 6: Seguidores.....	86
Gráfico 6. 7: Comercio e intercambio; Gobernanza; RRII; Cultura y legado.....	88
Gráfico 6. 8: Comunicación y medios; ciencia y educación; gente y valores	88
Gráfico 6. 9: Familiaridad; influencia; reputación	89

Gráfico 6. 10: Tendencia, puntaje total	89
Gráfico 6. 11: Comercio e intercambio; Gobernanza; RRII; Cultura y legado	90
Gráfico 6. 12: Comunicación y medios; ciencia y educación; gente y valores	90
Gráfico 6. 13: Familiaridad; influencia; reputación	91
Gráfico 6. 14 Tendencia: puntaje total	91
Gráfico 6. 15: Comercio e intercambio; gobernanza; RRII; Cultura y legado.....	92
Gráfico 6. 16: Comunicación y medios; ciencia y educación; gente y valores	92
Gráfico 6. 17: Familiaridad; influencia y reputación	93
Gráfico 6. 18 Tendencia: puntaje total	93
Gráfico 6. 19 Puntaje total comparado 2020-2024: Qatar, Arabia Saudita y E.A.U.....	94
Apéndice: Capítulo 1	
Apéndice 1. 1: Publicidad del mundial 1934	101
Apéndice 1. 2: Publicidad del mundial 1978	101
Apéndice: Capítulo 2	
Apéndice 2. 1: Mapa de Medio Oriente	102
Apéndice: Capítulo 4	
Apéndice 4. 1: Mapa religioso de Medio Oriente	103

Capítulo 1: Introducción ¿Qué es el Soft Power?

Se ha escrito mucho sobre el poder a lo largo del desarrollo de las Relaciones Internacionales como disciplina científica¹. Desde los autores clásicos hasta los modernos, la problemática siempre ha estado presente. Pese a la existencia de múltiples abordajes, se puede definir al poder como “[...] La capacidad de hacer cosas. De manera más general, el poder es la habilidad de obtener lo que se quiere”². Esta definición simple contiene dos aristas que serán analizadas a continuación.

El Hard Power

La primera arista es el Hard Power ³(o poder duro). Dentro de él se pueden ubicar tres tipos de capacidades: las económicas (PBI, PBI per cápita, entre otros indicadores), las territoriales (Tamaño del estado, ubicación, entre otros) y las militares (Posesión de armas nucleares, fuerza de los ejércitos, etc.). Al ser características fácilmente medibles, resulta sencillo puntualizar en las diferencias notables que existen entre los diferentes estados del mundo en cuanto a recursos se refiere. Asimismo, resulta fundamental aclarar que esta capacidad suele utilizarse en forma de coerción (presión militar, embargos económicos, entre otras formas) para obligar a un Estado a plegarse a los intereses de otro.

El análisis de este tipo de poder ha sido efectuado por un gran número de teóricos de la disciplina. Puntualmente se describirán brevemente los aportes de dos de los autores más importantes de la corriente realista clásica: Hans Morgenthau y Henry Kissinger.

Hans Morgenthau (1904-1980) fue un abogado y político estadounidense de origen alemán. Su aporte al Hard Power son los conocidos “6 principios de la teoría realista”:⁴

1. Las relaciones políticas se encuentran gobernadas por reglas objetivas
2. Los hombres de estado piensan en términos de poder
3. El interés definido como poder es inestable: el interés nacional es la supervivencia
4. Los principios morales universales no se aplican de manera abstracta y universal a las acciones de los estados
5. Las aspiraciones morales de una nación particular no se identifican con los valores morales universales
6. Las acciones políticas deben juzgarse con criterios políticos

“En las luchas de poder, las naciones siguen políticas diseñadas para preservar el statu quo, lograr expansión imperialista o ganar prestigio [...] El fin de una

¹ Algunos autores coinciden en que el inicio del estudio de esta se inició en 1919 en la cátedra Woodrow Wilson de la universidad de Aberystwyth. Sin embargo, otros observan en el estudio de la guerra y la paz internacionales antecedentes fundamentales. Puede ampliarse esta información leyendo Dougherty, James E. “Enfoques teóricos de las Relaciones Internacionales”. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993. Págs 11-52.

² “[...] Capacity of do things. At this most general level, power means the ability to get the outcomes one wants”. Nye, Joseph (2004). “The Changing Nature of Power”. Soft Power: the means to success in world politics. Nueva York: Public Affairs. P. 1 [La traducción es propia]

³ Hans Morgenthau y Henry Kissinger son los principales referentes de esta definición. Sus aportes se ubican dentro del realismo clásico, corriente tradicional de la Teoría de las Relaciones Internacionales.

⁴ Lo desarrollado a continuación es una reelaboración personal de Dougherty, James E. “El poder y la teoría realista”. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993. Págs 106-111.

política de statu quo es preservar la distribución de poder existente [...] El imperialismo es la segunda alternativa principal a disposición de las naciones. Se trata de una política diseñada para lograr una reversión de las relaciones existentes de poder entre naciones [...] Para lograr objetivos imperialistas, los estados pueden recurrir a la fuerza militar o a medios culturales y económicos [...] Los estados (por último) pueden seguir una política de prestigio [...] (con el fin de) impresionar a otras naciones [...] (a través de) la diplomacia y el despliegue de fuerzas”⁵

Henry Kissinger (1923-2023) fue un político estadounidense que llegó a ser consejero de Seguridad Nacional de los Estados Unidos (1969-1975). Su aporte se basa en el estudio de la historia de la Europa de principios del siglo XIX (más puntualmente, el periodo 1812-1822)⁶ dentro de su libro “Un Mundo Restaurado”.

Remitiéndose al período 1815-1822, Henry Kissinger plantea que la paz no es un fin en sí mismo, sino que es resultado de un sistema internacional estable, en contraste a uno revolucionario. A partir de allí, el autor señala la existencia de dos modelos para estudiar la política internacional: el primero, un sistema estable; el segundo, un sistema revolucionario.

En el sistema estable existe cierta legitimidad o consenso sobre el orden internacional. En este sentido, los conflictos no se eliminan, pero sí se limitan. Los desacuerdos son “dentro del marco” y no “acerca del marco” y, por ello, puede utilizarse la diplomacia para arreglar controversias.

En el sistema revolucionario existe una gran potencia insatisfecha que busca transformar el orden. Allí es donde el autor ubica a Francia antes de la Restauración Conservadora de 1815 como potencia desafiante del orden existente.

Analizando la diplomacia europea del período 1812-1822, Kissinger concluye que la restauración de un orden estable depende de la disposición de los que apoyan la legitimidad a negociar con la potencia revolucionaria, la capacidad de los defensores de la legitimidad de evitar una “guerra total” y la capacidad de las unidades nacionales de usar medios limitados para objetivos limitados. Con estos factores, ninguna potencia está completamente satisfecha o insatisfecha, generando una suerte de equilibrio de poder entre vencedores y vencidos.

Los teóricos realistas en general han sido objeto de numerosas críticas⁷. En primer lugar, se les señala que el concepto “interés nacional” es difícilmente reconocible; según Stanley Hoffman “la concepción de un interés nacional objetivo y fácilmente reconocible, la guía confiable y el criterio de la política nacional, tiene sentido solamente en un periodo estable

⁵ Dougherty, James E. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993. Págs 108-109.

⁶ Lo desarrollado a continuación es una reelaboración personal de Dougherty, James E. “El poder y la teoría realista”. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993. Págs 118-124.

⁷ Lo desarrollado a continuación es una reelaboración personal de Dougherty, James E. “El poder y la teoría realista”. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993. Págs 136-139

en el cual los participantes juegan para fines limitados y con medios limitados”.⁸ En segundo lugar, la concepción euro centrista de los autores clásicos es motivo de discusiones y críticas a “Los esfuerzos por sacar del sistema eurocéntrico del pasado una serie de conceptos políticos para el análisis de un sistema global contemporáneo enormemente diferente”.⁹ Por último, se ha señalado también que

“El poder no puede reducirse a capacidades; por el contrario, el poder consiste también en factores psicológicos tales como la moral pública y el liderazgo político, tanto como en factores situacionales y la medida en la cual el poder se ejerce dentro de un marco consensual, por contraste con uno conflictivo”.¹⁰

Pese a las limitaciones señaladas arriba, la teoría realista constituye un ejercicio muy interesante de análisis del sistema internacional. No obstante, a la concepción clásica del poder (la del Hard Power) debe añadirse una más moderna (la del Soft Power). Esta última permitirá analizar la realidad internacional de manera más completa.

El Soft Power

La segunda arista es el Soft Power¹¹ (o poder blando) y consiste en la “forma indirecta” de poder. Este descansa en la preferencia y en la atracción más que en la coerción, por lo que resulta una manera de atraer estados a una esfera de influencia sin necesidad de recurrir a la fuerza o a la presión. Sin embargo, resulta difícil medir en términos cuantitativos cuanto Soft Power tiene un estado, ya que no se trata meramente de “contar” oficiales de un ejército o medir PBI o extensión de territorio (factores que, al fin y al cabo, son objetivos) sino de algo más profundo: requiere tener en cuenta factores psicológicos y sociológicos. Pese a esta dificultad, Joseph Nye desarrolla las “fuentes del Soft Power”:

“El Soft Power de un país reside principalmente en tres recursos: su cultura (en lugares donde esta es atractiva para los demás), sus valores políticos (cuando son respetados en casa y en el extranjero), y su política exterior (cuando es legitimada y se le observa una autoridad moral).¹²

La cultura puede dividirse en dos, en palabras de Joseph Nye¹³: la “alta cultura”, expresada en la literatura, el arte y la educación, normalmente relacionada a las élites y la “cultura popular” que abarca al entretenimiento masivo. Dentro de esta última es en donde se puede ubicar al deporte.

En segundo lugar, los valores políticos son clave para entender el porqué de que ciertos países sean admirados por el resto del mundo. Estados Unidos representa un ejemplo de esto, al defender los famosos “valores occidentales” como la democracia liberal y el libre mercado, que necesariamente generan una adhesión por parte de otros países.

⁸ Dougherty, James E. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993. Pág. 136.

⁹ Ídem. Pág. 137.

¹⁰ Ídem. Pág. 138.

¹¹ El profesor Joseph Nye acuñó este término.

¹² Nye, Joseph. **Soft Power: the means to success in world politics**. Public Affairs, Nueva York, 2004.

Pág 9.

¹³ Ídem. Pág 9

En tercer lugar, la política exterior es una clave que no debe menospreciarse, y esto refiere necesariamente a que objetivos tiene un país en su región y en el mundo. De manera sencilla, la política exterior puede definirse como:

“Aquella parte de la política general formada por un conjunto de decisiones y actuaciones mediante las cuales se definen los objetivos y se utilizan los medios de un estado para generar, modificar o suspender sus relaciones con otros actores de la sociedad internacional”¹⁴

Dentro de esta definición se esconde una división clave que sirve a fines de “dividir” a estados poderosos y débiles en materia de Relaciones Internacionales. En este sentido, los estados pueden seguir una política exterior como “acción externa” (donde se trazan objetivos previos y se lleva a cabo un plan preestablecido) o como “reacción” (donde se reacciona a los cambios en el Sistema Internacional y se actúa posteriormente)¹⁵.

A lo largo del estudio de la carrera, se ha hablado en numerosas ocasiones de “medios de política exterior”, entendidos como instrumentos para cumplir el fin de esa política, entre ellos se encuentran:

- a. Instrumentos políticos: como la diplomacia bilateral, multilateral, persuasión, coerción y búsqueda de coincidencias
- b. Instrumentos jurídicos: como los acuerdos, convenios y tratados. El arbitraje, las mediaciones y los buenos oficios también son parte de estos instrumentos
- c. Instrumentos económicos: regulación de intercambios, créditos, entendimientos aduaneros, sanciones económicas
- d. Instrumentos psicológicos: difusión de aspectos del país, propaganda, entre otros.
- e. Instrumentos militares: acumulación de fuerzas y armamentos, despliegue de fuerzas y captura de personas.

El Soft Power utiliza medios principalmente psicológicos, siendo el deporte una gran oportunidad para hacer uso de ellos. En este sentido, la organización de unos Juegos Olímpicos o de un Mundial pueden ayudar a difundir aspectos de un país y a incrementar su propaganda.

Por último, la política exterior responde a ciertas variables condicionantes que serán desarrolladas a continuación¹⁶:

- a. Operativas:
 - Externas al actor:
 - Orden internacional imperante: es el sistema internacional y sus características vigentes (como estructuras de poder)
 - Principales potencias de rango mundial y/o regional: con incidencia en el comportamiento e inserción internacional del país. Aquí se analizará a aquellos estados que, en el mundo, concentran la capacidad de decidir. Asimismo, es importante describir a la región como un contexto más cercano al país a analizar.

¹⁴Calduch, Cervera. Op.cit. por Bologna B. en “Política Exterior de CFK” publicado por CERIR.

¹⁵ Fuente: elaboración propia en base a aportes de Luis Dallanegra Pedraza

¹⁶ Fuente: elaboración propia basada en aportes de Luis Dallanegra Pedraza

- Internas al actor:
 - Potencial del país: se incluye la capacidad militar, los recursos naturales y el PBI per cápita del país y sus aliados.
 - Grupos de presión, factores de poder y grupos de interés: Fuerzas Armadas, Iglesia, grupos empresariales, entre otros.
- b. Psicológicas:
 - Tradición: se incluyen las decisiones del grupo gobernante en los principales temas de interés del país.
 - La idiosincrasia de la élite dirigente o gobernante: referida a como el grupo gobernante percibe al sistema internacional y a cómo debe insertarse el país en él.

Una vez comprendidos las tres fuentes del Soft Power, se analizará al fútbol de manera pormenorizada.

El fútbol como Soft Power.

El fútbol es entretenimiento masivo y es considerado el deporte más popular del mundo. De hecho, el impacto se puede medir en número de espectadores, los cuales fueron variando con el tiempo. Por ejemplo, la final del mundial de Qatar 2022 fue vista por 1500 millones de personas¹⁷, un número sin precedentes. Asimismo, si se estima el acceso a los contenidos generales del mundial, se podrá concluir que a los mismos accedieron alrededor de 5000 millones de personas¹⁸, un número que representa aproximadamente al 60% de la población total del mundo. Todas estas estadísticas dan como resultado una verdad evidente: el ser un deporte masivo le otorga al fútbol un potencial enorme en materia de política exterior y es esta potencialidad la que países que organizan un mundial pretenden aprovechar para su beneficio, que puede variar desde los simples retornos económicos hasta motivaciones más profundas que tienen que ver con la propaganda.

La propaganda en los mundiales de fútbol ha sido una constante a lo largo del tiempo y ha sido utilizada para legitimar regímenes, fortalecer gobiernos débiles, generar un sentimiento nacionalista, fortalecer los lazos con otros países y, también, “exportar” cultura propia.

A su vez, estos fines trascienden las fronteras del propio estado que organiza el evento, ya que el fútbol es un elemento común a culturas muy distintas. Allí, durante los 90 minutos que dura un partido, pueden cruzarse cosmovisiones muy diferentes del mundo como la de Argentina y la de Arabia Saudita, por dar un ejemplo.

Entonces,

“El deporte permite brillar sin agresividad, posibilita dominar siendo popular y provoca admiración y reconocimiento. Todo lo contrario que la dominación estratégica y económica, que siempre provoca resentimiento y rechazo”¹⁹

¹⁷ Fuente: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/mundial-catar-audiencia-global-medios-television-digital-2022>

¹⁸ Fuente: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/mundial-catar-audiencia-global-medios-television-digital-2022>

¹⁹ Pascal, Boniface. “La geopolítica del deporte”. Anuario Internacional CIDOB 2021. MMXXI. Barcelona. (octubre-2021). P 146-147

Por ello, el deporte puede ser utilizado como instrumento de persuasión para generar admiración y reconocimiento por parte de otros estados a los cuales no se podrá dominar ni de manera estratégica ni económica por no poseer suficiente poder en ambas materias.

A continuación, se desarrollarán algunos ejemplos paradigmáticos que sirven al fin de ilustrar los objetivos propagandísticos que tienen los mundiales de fútbol. Es evidente, de todas maneras, que todos estos eventos han tenido esos fines. Sin embargo, estas tres muestras son casos en los cuales los mismos han tenido aún mayor injerencia.

Mundial 1934

En Italia el primer ministro era Benito Mussolini, quien gobernó desde 1922 hasta 1943. Exponente del movimiento fascista, periodistas e historiadores coinciden en que “[...] fue uno de los primeros en entender que el fútbol es una de las mejores propagandas para la política”²⁰

Asimismo, debe resaltarse que:

“Los carteles del segundo campeonato mundial de la historia [...] exhibían un hércules que hacía un saludo fascista mientras tenía un balón en los pies. Las tribunas se inundaron de las famosas camisetas negras²¹ durante los partidos y cada victoria del equipo italiano tenía una dedicatoria especial: los jugadores, es decir, los ídolos, a los que se busca copiar, saludaban al palco con la palma extendida. ¿Quién se suponía que estaba en el palco de honor? El propio Mussolini”²²

Sin televisión ni redes sociales, los fines propagandísticos se acortaban considerablemente. Por ello, la confección de carteles publicitarios (como el mencionado en la cita de arriba) era un ejemplo de propaganda.

Italia ganaría este mundial y su victoria sería vital para fortalecer al régimen y para mostrarle al resto del mundo las “bondades” del fascismo. Asimismo, esta estrategia sería replicada por Adolf Hitler en 1936, con la organización de los Juegos Olímpicos de Berlín.

La manera de obtener el campeonato y la forma en que el Duce se dirigía a los jugadores ha sido duramente cuestionada:

“Para el Duce solo había dos opciones en aquel campeonato: vencer o morir. El régimen italiano preparó con antelación la victoria de su país, utilizando todos los medios a su alcance, desde la nacionalización exprés de cuatro jugadores argentinos y un brasileño hasta escándalos arbitrales responsables de resultados más que sospechosos”²³

²⁰ López, Juan Manuel. “Mundial y política: cuando el fascismo se consagró campeón del mundo”. *Goal.com*. <https://www.goal.com/es-ar/noticias/mundial-y-politica-cuando-el-fascismo-se-consagro-campeon-del-mundo/1lemgb3nhk6wh14ow7bkd5prvg> (21 de Abril de 2018)

²¹ O Milicia Voluntaria para la Seguridad Nacional, consistió en un cuerpo de milicias que formaba parte de las Fuerzas Armadas de la Italia fascista.

²² López, Juan Manuel. Op. Cit.

²³ Leiva, Eduardo Mesa. “Mundiales bajo sospecha: propaganda y corrupción en la historia del torneo”. *La Vanguardia.com*. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20221119/8608067/mundiales-sospecha-propaganda-corrupcion-historia-torneo.html>

Por todo lo anterior, el mundial 1934 es considerado uno de los acontecimientos deportivos más polémicos de la historia, y constituye uno de los primeros ejemplos de la utilización del fútbol como Soft Power.

Argentina 1978

“El mundial de fútbol de 1978 fue un escenario de disputa política y comunicacional. Para la dictadura militar significaba la posibilidad de prestigiar la imagen del país [...], para las organizaciones políticas perseguidas [...] la oportunidad de difundir internacionalmente esas denuncias. La Dirección de Inteligencia de la Policía de la Provincia de Buenos Aires (DIPPBA), como parte de la comunidad informativa, desplegó una estrategia de vigilancia previa al mundial y durante el desarrollo de la copa”²⁴

El mundial de fútbol de 1978 se daba en un contexto de dictadura. Es por ello por lo que, la organización de un espectáculo deportivo masivo podría ser utilizada para legitimar a un régimen que no gobernaba por las urnas sino por la fuerza. Asimismo, el acontecimiento podría “distender” el contexto de violencia política de ese entonces, permitiendo, al menos por un mes, una convivencia tolerante basada en la unión y en el orgullo deportivo.

Resulta evidente que este acontecimiento también pudo ser usado como distracción y potenciar el nacionalismo de las personas. Al menos por un mes, la población pensaría en el mundial y en el fútbol, y no tanto en los acontecimientos que iban sucediendo conforme pasaban los días. Por ello, el régimen iba a tener mayores márgenes de maniobra.

Como todo Mundial (y aún más en este), la propaganda constituye una clara oportunidad de mostrar una imagen hacia el exterior. El régimen pretendía mostrar a un “país unido, trabajador y fervoroso”²⁵ y lograr “una exaltación del sentimiento popular y un ocultamiento relativo de los crímenes de Estado”²⁶. Asimismo, para otros actores como observadores internacionales y nacionales, el acontecimiento era una oportunidad para denunciar los excesos cometidos.

La victoria de Argentina no “consiguió detener ni deslegitimar las denuncias por los delitos de lesa humanidad perpetrados por el régimen dictatorial”²⁷. Sin embargo, algunos autores señalan que fue uno de los factores que contribuyeron a que la dictadura se consolide en el poder, siendo otro acontecimiento (La guerra de Malvinas) junto con otras situaciones tanto económicas como políticas las que provocarían, con posterioridad, la caída del régimen y su enjuiciamiento.

Una muestra de la situación vivida en esos tiempos es que los centros de secuestro funcionaban al mismo tiempo que los partidos se disputaban.

“Las Madres, igual que la mayor parte de la población, no sabían que muchos de sus hijos estaban secuestrados a solo setecientos metros del Monumental.

²⁴ Autores Varios. “Colección Documental: El mundial 78”. Comisión provincial por la memoria. <https://www.comisionporlamemoria.org/project/mundial-78/>

²⁵ Ídem

²⁶ ídem

²⁷ Ídem

La Escuela de Mecánica de la Armada (ESMA) fue el principal centro de detención, tortura y muerte de la dictadura”²⁸

Podría decirse que este acontecimiento también ayudó a que la problemática de los desaparecidos se invisibilice, al menos por un mes.

“Los torturadores de la ESMA vieron el partido junto con los preses [...]. A algunos de ellos los sacaron inclusive a las calles dentro de un automóvil para demostrarles que nadie se preocupaba por ellos. Que el pueblo celebraba por fin una Copa del Mundo”²⁹

Lo desarrollado anteriormente permite observar una estrategia de Soft Power dentro de la organización de la Copa en lo que refiere al intento de mostrar un país unido y de ocultar los graves problemas políticos que este atravesaba. Por su parte, el clima generalmente favorable luego de la obtención del título dejaría en segundo plano el contexto violento del país.

Italia 1990

No es intención de este trabajo analizar la organización de la Copa Mundial de fútbol por parte de Italia. Lo que se tendrá en cuenta para poder desarrollar el ejemplo será la obtención de Alemania de su tercera copa del mundo, dentro de un contexto mundial de desintegración del aparato soviético y de reunificación de un país que estuvo dividido en dos durante más de 40 años y cuya principal muestra de “frontera interna” había caído solo siete meses atrás: El Muro de Berlín.

Alemania tenía dos selecciones: la de Alemania Occidental y la de Alemania Oriental, que, de hecho, funcionaban como dos equipos diferentes. Para el mundial 1990, clasificó la primera, mientras que la segunda no acudió al torneo. Visto en perspectiva resulta extraño que un mismo país tenga dos equipos diferentes y que estos puedan llegar a enfrentarse en un Mundial.

“El panorama de la década de 1990 era muy distinto al de catorce años antes, en el Mundial de 1974, cuando Alemania jugó con dos selecciones: la Alemania Occidental (República Federal de Alemania), el estado democrático y capitalista ubicado al oeste del Muro de Berlín, y la Alemania Oriental (República Democrática Alemana), el estado socialista y comunista ubicado al este del Muro. Pese a que no existía una división tan evidente, el país estaba aún fraccionado”³⁰

El resultado final sería victoria del elenco de Alemania Occidental sobre la Argentina por 1 a 0 y la obtención de la tercera copa del mundo de ese país. Asimismo, constituyó “una oportunidad para proyectar una imagen positiva al mundo y cambiar percepciones internacionales”³¹. Por último, se utilizó como un instrumento de Soft Power interno en

²⁸ Moores, Ezequiel Fernández. “Argentina 78, el fútbol como coartada de la dictadura”. The New York Times. <https://www.nytimes.com/es/2018/06/12/espanol/america-latina/argentina-78-mundial-rusia-fifa.html>

²⁹ Ídem

³⁰ Martínez, David García. “Mundial de Italia 1990: victoria de la Selección alemana a las puertas de la reunificación”. <https://www.palco23.com/entorno/mundial-de-italia-1990-victoria-de-la-seleccion-alemana-con-la-reunificacion-como-colofon>

³¹ Ídem

tanto se presentó como un triunfo de todo el país, posibilitando, para algunos, el auge de un sentimiento de unión que potenciaría las estrategias de reunificación posteriores:

“(Generó) un sentimiento de orgullo nacional y sirvió como un impulso emocional para sus habitantes, además de aumentar el deseo conjunto de la reunificación del país, algo que ocurrió pocos meses después, con la firma del Tratado Dos Más Cuatro”³²

Este caso es paradigmático en tanto sirvió para un fin diferente al de los dos primeros desarrollados. Además, resulta interesante apuntar que la utilización del mundial como instrumento de Soft Power se dio luego de la obtención del título.

Conclusiones parciales

El fútbol si es Soft Power. Forma parte de la cultura popular y es utilizado como instrumento con diferentes finalidades (legitimar un régimen, mostrar un país unido, entre otros) por parte de la clase gobernante que pretende una proyección internacional. Los ejemplos desarrollados brevemente más arriba constituyen claras muestras de esta finalidad, aunque no agotan todos los casos de estudio relacionados con el deporte que se pueden observar.

Todo Mundial de fútbol es una oportunidad de mostrarse al mundo. Es por ello por lo que los países organizadores son muy cuidadosos de la imagen que dan a los turistas y al resto de la población mundial. Por lo tanto, además de los gastos que acarrearán el acondicionamiento de estadios y de zonas turísticas, la propaganda y la propagación de valores propios es muy importante, y también representa grandes costos económicos que no ven su utilidad en forma de ganancias sino en formas psicológicas de lealtad o de acercamiento a valores diferentes. Por ende, buscar que los visitantes se inmiscuyan en la cultura local es un objetivo de primer orden.

La obtención del campeonato también es un elemento de Soft Power y puede servir para acrecentar la moral nacional interna y mostrar al mundo una proyección positiva. Es el caso de Alemania en 1990, que necesitaba de procesos que acrecienten un sentimiento compartido de nacionalidad.

Los ejemplos desarrollados son casos paradigmáticos. Resulta evidente que un análisis pormenorizado demostrará que cada uno de los Mundiales organizados ha sido utilizado para fines no solamente deportivos, sino extradeportivos. Por lo que se trata de un instrumento que ha sido utilizado desde el primer mundial organizado en 1930, hasta el último, en 2022.

Este trabajo analizará la organización del Mundial 2022 por parte del Estado de Qatar y buscará concluir si este acontecimiento fue utilizado como instrumento de Soft Power. Para ello, será necesario describir las diferentes aristas del emirato (su política exterior, su estrategia comunicacional, su percepción de la religión, su percepción del fútbol y para que lo utiliza) con la finalidad de comprender los motivos por los cuales el país se mostró interesado en organizar este evento.

³² Ídem

Capítulo 2: La política exterior de Qatar

Qatar: lineamientos generales

“Qatar es un emirato de 11,581 km² localizado [...] dentro de la península arábiga, su capital es la ciudad de Doha, la cual cuenta con una población de 2,3 millones de habitantes. El país tiene como único vecino terrestre a Arabia Saudita, al oeste se encuentra la isla de Baréin a 36 kilómetros de distancia [...] La península es mayormente plana con un clima desértico sin ríos, lagos o cuerpos de agua permanentes”³³

Esta introducción no le otorga a Qatar características destacadas. En primer lugar, se trata de un país muy pequeño: tan solo 11,581 km² de superficie le otorgan al emirato una debilidad geopolítica, en especial si se compara con los 2,15 millones de km² que posee su único vecino terrestre Arabia Saudita³⁴. En segundo lugar, su capital concentra al 80% de su población total de 2,8 millones de habitantes³⁵, de los cuales el 83% son inmigrantes,³⁶ por lo que puede concluirse que podría no existir un sentimiento de pertenencia al país por parte de sus habitantes.

Sin embargo, el emirato cuenta con una fuente de riqueza fundamental: grandes yacimientos de petróleo que se han convertido en “la piedra fundamental de la economía qatari”³⁷. La explotación de estos yacimientos y la posterior exportación del producto resultante ha consolidado a Qatar como una potencia económica, capaz de rivalizar con sus vecinos y también de aspirar a un lugar privilegiado en el sistema internacional.

A partir de los dividendos generados por la exportación de petróleo y gas, “las telecomunicaciones han recibido una gran inversión por parte del gobierno [...] (siendo estas) las que probablemente han dejado una huella permanente [...] en el mundo”³⁸. Dentro de estas inversiones se encuentra la cadena Al Jazeera, que será analizada en próximas páginas.

Asimismo, el emirato tiene una línea aérea que se ha convertido en un “símbolo de prosperidad”, la cual es Qatar Airways. Esta aerolínea fundada en 1993, “vuela a más de 120 destinos alrededor del mundo”³⁹ y ha sido patrocinador de numerosos clubes de fútbol (entre ellos, Barcelona, PSG y Boca Juniors), por lo que es reconocida a nivel mundial

Además, el emirato posee un PBI per cápita considerablemente alto (80000 euros)⁴⁰, lo que lo ubica en el top 10 de países con más riqueza por habitante.

Al mismo tiempo, Qatar es un gran inversor en materia de fútbol. Fondos de inversión qataríes controlan gran parte del club francés Paris-Saint Germain, por mencionar un ejemplo destacado. Asimismo, la organización del mundial 2022 refleja una importante

³³ Martínez, Patricio. “Qatar: un pequeño gigante”. Pueaa Unam. <http://pueaa.unam.mx/blog/qatar-un-pequeno-gigante> (s.f.)

³⁴ Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/arabia-saudita>

³⁵ Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/catar>

³⁶ idem

³⁷ Martínez, Patricio, Op. Cit.

³⁸ Idem.

³⁹ idem

⁴⁰ Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/paises/catar>

inversión no solo en estadios de fútbol de primer nivel, sino en comodidades para los turistas.

Todo lo mencionado en esta pequeña introducción será desarrollado de manera más profunda a continuación. Se describirán, en este capítulo, la estructura económica del emirato, los objetivos de la política exterior qatarí y sus relaciones con los principales países vecinos, la utilización del deporte como instrumento, y el uso de Al Jazeera.

La estructura económica de Qatar

Cuadro 2. 1

Indicador	Datos	Año
PBI Anual	224.329 millones €	2022
PBI per cápita	79251 €	2022
Deuda total	95216 millones € (42% sobre PBI)	2022
Balanza comercial	61442 millones €	2023
Exportaciones	117905 millones €	2022
Importaciones	30177 millones €	2022
Principal socio comercial exportación	China	2022
Producto más exportado	Gas petróleo (61283 millones €)	2022
Principal socio comercial importación	Emiratos Árabes Unidos	2022
Producto más importado	Turbinas de gas (2444 millones €)	2022
Moneda	Riyales catariés 3,6 riyales= 1 USD 3,9 riyales= 1 €	2024
Inversión extranjera directa enviada	14695 millones €	2022
Inversión extranjera directa recibida	16439 millones €	2022
Bolsa	-6,46%	2024
Ayuda económica al desarrollo (AOD)	540 millones €	2020
Inversión en áreas deportivas	Qatar Sports Investments (QSI): adquisición del PSG, Organización del Premier Pádel, etc.	2005-presente
Inversión total en la organización de la Copa del Mundo 2022	210690 millones €	2022
Inversión en mezquitas en Europa	71 millones €	2019

Fuente: elaboración propia basada en datos extraídos de internet ⁴¹

⁴¹ Fuentes: <https://datosmacro.expansion.com/paises/qatar> Autores Varios. “Qatar: estado de Qatar”. Oficina de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España. (2024)
<https://oec.world/es/profile/country/qat>

Un análisis pormenorizado de las estadísticas recolectadas permitirá entender en profundidad la estructura económica y comercial de Qatar, es por ello por lo que a continuación se brindarán notas generales de lo recolectado en el cuadro de arriba.

En primer lugar, resulta fundamental analizar el comercio exterior del emirato. El volumen comercial del año 2022 fue, en total, de 148052 millones EUR, divididos en 117905 millones en exportaciones y 30177 millones en importaciones. Todo ello da cuenta de una balanza de comercio exterior sumamente positiva: 61442 millones EUR. Una comparación de volumen comercial total con algunos países de la región ubicará al pequeño emirato detrás de Emiratos Árabes Unidos (650061 millones EUR-2022⁴²), Arabia Saudita (483239 millones EUR-2022)⁴³ e Irak (172985 millones EUR- 2022⁴⁴). Mientras se ubica por delante de Irán (44794 millones EUR-2022⁴⁵).

En cuanto al producto más exportado, Qatar se especializa en la venta de gas petróleo, el cual en 2022 abarcó el 52% del volumen, siendo su principal socio comercial China. Asimismo, el producto más importado es Turbinas de gas, que abarca casi el 10% del volumen total de compras al exterior, siendo Emiratos Árabes Unidos el principal socio comercial en esta materia.

Para concluir esta primera parte, puede decirse que en cuanto a comercio exterior Qatar no posee cifras extraordinarias de volumen de intercambio. Sin embargo, si se tienen en cuenta otros datos como la población y el tamaño del país, se puede concluir que el volumen comercial no es nada despreciable y que la balanza comercial altamente favorable es una característica que se destaca.

En segundo lugar, conviene analizar los datos económicos internos. El PBI anual de 2022 fue de 224329 millones EUR, lo cual le otorga al emirato un PBI per cápita muy alto: 79251 EUR, cifra que lo ubica en el puesto 5 de países con mayor riqueza por habitante⁴⁶. A su vez, la moneda local es fuerte: tiene una relación de 3,9 a 1 con el Euro y 3,6 a 1 con el dólar. Por último, el nivel de deuda es relativamente bajo: representa una relación del 42% con el PBI anual.

Esta segunda parte del análisis le otorga a Qatar algunas características de potencia económica. El dato del PBI per cápita es el más llamativo y hace de los habitantes del emirato unos de los más ricos del mundo. Además, no debe dejar de observarse el bajo ratio deuda/PBI y la existencia de una moneda local relativamente fuerte.

Arbuniés, Pablo. “Qatar: invertir en escaparate deportivo para ganar talla geopolítica”. Global Affairs and Strategic Studies. Navarra. (noviembre-2022).

Autores Varios. “Financiamiento catari del islam en Europa” Swissinfo.ch. https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/inversiones-catar%c3%ades-en-suiza-_financiamiento-catar%c3%ad-del-islam-en-europa/44881318

⁴² Fuente: <https://oec.world/es/profile/country/are?yearlyTradeFlowSelector=flow1>

⁴³ Fuente: <https://oec.world/es/profile/country/sau?subnationalTimeSelector=timeYear&yearlyTradeFlowSelector=flow1>

⁴⁴ Fuente: <https://oec.world/es/profile/country/irq?yearlyTradeFlowSelector=flow1>

⁴⁵ Fuente: <https://oec.world/es/profile/country/irn?yearlyTradeFlowSelector=flow1>

⁴⁶ Fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/600552/los-paises-con-el-mayor-producto-interior-bruto-pib-per-capita/> . Aclaración: de la fuente citada fue extraído el dato del puesto, más no el dato del valor total del PBI per cápita (extraído de las fuentes citadas para la elaboración del cuadro)

En tercer lugar, el emirato posee algunos Fondos de Inversión, entre los que se destaca el Qatar Sports Investments (QSI) para áreas deportivas, que se ha destacado como un importante actor dentro de la adquisición del Paris Saint Germain en el año 2011 y la organización del Premier Pádel. Este fondo ha venido operando desde el año 2005.

Asimismo, los datos de Inversión Extranjera Directa enviada (14695 millones EUR) y recibida (16439 millones EUR) permiten concluir que el emirato intenta diversificar inversiones en otras áreas. A su vez, no debe dejar de tenerse en cuenta la inversión en la construcción de mezquitas en Europa, que han ascendido a un monto de 71 millones EUR en 2019. En cuanto a la Bolsa, se ha observado una caída pronunciada del 6,46% hasta el 2 de agosto de 2024.

Por último, el dato más importante para este trabajo se ve reflejado en la inversión total en la organización de la Copa del Mundo 2022. En este sentido, se han destinado 210690 millones EUR en la construcción de estadios y comodidades para los turistas, convirtiéndolo (con diferencia) en el mundial más caro de la historia.⁴⁷

En cuarto lugar, en cuanto a datos de ayuda económica, el emirato ha invertido 540 millones EUR⁴⁸ (2020) en el programa de la Ayuda Oficial al Desarrollo. Esta ayuda

“se funda en dos documentos principales: la Visión Nacional de Qatar 2030 y la Segunda Estrategia Nacional del Desarrollo (2018-2022), que ha integrado los objetivos de Desarrollo Sostenible [...]

La Visión Nacional de Qatar (VNQ) 2030 se basa en cinco objetivos principales: 1) modernización y preservación de la tradición; 2) equilibrio entre las necesidades de las generaciones presentes y futuras; 3) manejo del crecimiento y la expansión descontrolada; 4) Control del tamaño y la fuerza laboral; 5) promoción del crecimiento económico, desarrollo social y gestión ambiental. [...] La Segunda Estrategia Nacional del Desarrollo (2018-2022) tiene como objetivo sostener la prosperidad económica [...] la diversificación económica, el desarrollo del sector privado y la gestión de recursos naturales; (promover) el desarrollo humano [...] así como también (promover) un desarrollo social sólido a través de la protección social, la seguridad y la seguridad pública, el enriquecimiento cultural y la excelencia deportiva”⁴⁹

Al mismo tiempo, esta ayuda obedece al objetivo de “(contribuir) a alcanzar la paz y seguridad internacionales a través de iniciativas políticas y asistencia al desarrollo y humanitaria”⁵⁰

En cuanto a los fondos de ayuda al desarrollo, hay tres destacables⁵¹:

⁴⁷ El mundial 2018 costó 10000 millones EUR, y el de 2014 15000 millones EUR.

⁴⁸ Pericoli, A. (2023) La evolución de Qatar como donante: entre la institucionalización y la fragmentación de la ayuda exterior, en O. Fabani e I. Rullansky (Editores), *¿Y ahora adónde vamos? Nuevos desafíos en el Medio Oriente* (pp. 189-204.). La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

⁴⁹ ídem

⁵⁰ ídem

⁵¹ Lo desarrollado a continuación es una reelaboración personal de: Pericoli, A. (2023) La evolución de Qatar como donante: entre la institucionalización y la fragmentación de la ayuda exterior, en O. Fabani e I. Rullansky (Editores), *¿Y ahora adónde vamos? Nuevos desafíos en el Medio Oriente* (pp. 189-204.). La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

- a. Qatar Red Crescent Society (QRCS-1978): Es la primera organización benéfica de Qatar y trabaja con la finalidad de ayudar a personas y comunidades vulnerables. Esta red es miembro activo del Comité Internacional de la Cruz Roja y sus intervenciones son en materia de salud, de saneamiento y de seguridad alimentaria.
- b. Qatar Charity (1992): Es la ONG más grande con sede en Qatar y su alcance global llega a Asia, África y Europa. Los proyectos de desarrollo y humanitarios movilizan apoyo y recursos para proporcionar condiciones dignas de vida. Es destacable que esta organización tiene 24 sucursales y son Turquía, Indonesia y Níger los primeros países en “saldos bancarios”.
- c. Fondo de Desarrollo de Qatar (2002): Creado con el propósito de ayudar a los países árabes y a otros en desarrollo a desarrollar sus economías. La estrategia principal gira en torno a los sectores de educación, salud, empoderamiento económico y respuesta humanitaria y constituye un eje a partir del cual se institucionalizó la ayuda exterior.

En conclusión, Qatar y su sociedad civil han invertido alrededor de 540 millones EUR (2020) en ayuda exterior, lo cual representa una cifra cercana al 0,25% del PBI anual.

Los objetivos en materia de Política Exterior de Qatar

Las características económicas y geopolíticas de Qatar dan un panorama general de cómo puede ser su política exterior. Por un lado, el pequeño estado goza de algunas peculiaridades económicas que le dan rasgos de potencia: un PBI per cápita muy alto, una deuda externa relativamente baja, una moneda fuerte, un comercio exterior superavitario y la existencia de fondos de inversión que aspiran a diversificar sus compras y adquisiciones. Por otro lado, el emirato goza de particularidades geopolíticas que no son destacables. Como ha sido desarrollado al inicio del capítulo, la superficie de tan solo 11,581 km², sus 2.8 millones de habitantes y su bajo ratio de personas nativas (apenas el 20% no son migrantes) provoca que no se pueda hablar de un estado que pueda utilizar estas singularidades para presionar a sus vecinos. Sin embargo, la dotación de recursos como el petróleo (que es el producto que más se exporta con diferencia) ha contribuido a paliar estos factores y a llenar las arcas del estado.

A partir de esta dotación de factores, el estado puede comenzar a planificar una estrategia de política exterior. En el caso de Qatar, convendrá analizar dos variables que podrían ser fundamentales en la formulación de su política internacional: el deporte, por un lado, y la religión, por el otro.

El deporte es un pilar fundamental de la política exterior qatarí. Acontecimientos desarrollados y reconocidos como la compra de clubes (PSG, por ejemplo) y la inversión en organizar eventos importantes, aunque no resonantes (como el Premier Pádel) quedan pequeños al analizar la que, hasta ahora, es su mayor hazaña: organizar un Mundial de fútbol, con todo lo que ello implica.

De manera superficial, un Mundial de fútbol es el juego en sí. Sin embargo, también puede esconder motivaciones de política exterior, más aún si se tiene en cuenta que se trata del primer Campeonato del Mundo organizado en Medio Oriente.

¿Qué objetivos persigue Qatar entonces? El emirato aspira a

“Generar dos grandes beneficios no económicos con la celebración del Mundial: por una parte, blanquear su imagen de estado autoritario [...], y por otra parte emplear el Mundial como un foro internacional en el que probablemente serán centrales los temas de seguridad regional de Oriente Medio”⁵²

Es entonces cuando resulta fundamental entender a estos dos objetivos dentro de una estrategia macro de política exterior basada en los pilares de la imagen y la aspiración de darse a conocer al mundo. Por todo ello es que se habla del Mundial como un foro internacional, en donde se dieron a conocer aspectos singulares del país y en donde se utilizó, ya en altos niveles de jerarquía, la “diplomacia de los palcos” a los fines de plantear una estrategia de seguridad en Medio Oriente.

Asimismo, las inversiones para celebrar el mundial (que se estiman en 210000 millones EUR), son “parte del plan Qatar National Vision 2030, establecido en 2008 para modernizar al país”⁵³ y “convertirlo en una importante potencia regional”⁵⁴ poniendo un foco muy importante en el deporte y su utilización como “blanqueador”.

“De cara al exterior, el blanqueamiento deportivo se manifiesta en cinco actividades diferentes, que se pueden combinar en una estrategia deliberada, como ha hecho Qatar: propiedad de equipos de fútbol profesional, patrocinio de equipos y competiciones, organización y participación en competiciones internacionales, y uso de deportistas conocidos como embajadores”⁵⁵

Un rápido recuento de los acontecimientos dará fe de que esta estrategia ha sido llevada a cabo por Qatar desde el año 2010, siendo esta la fecha en donde se consiguieron los derechos para organizar el Mundial 2022 y Qatar Airways le pagó “163 millones de dólares al FC Barcelona para patrocinar sus camisetas”⁵⁶. El año siguiente, se compró al Paris Saint Germain a través de Qatar Sports Investment por una cifra de 100 millones de euros (y a eso hay que sumarle el gasto total en compra de jugadores, por ejemplo, que lleva la cifra a 1300 millones EUR). A su vez, el fichaje de David Beckham como embajador deportivo del país por una cifra de 180 millones de euros, redondea esta estrategia.

“A través de su posicionamiento como proveedor de energía, mediador regional, centro logístico internacional, y ahora como actor en el panorama deportivo mundial, Qatar ha buscado construir una imagen de socio fiable para los diferentes actores geopolíticos. En ese sentido, Qatar ha usado el deporte para mostrar su poder económico haciendo inversiones multimillonarias, fichajes y contratos récord y organizando un super evento como el Mundial con un desembolso nunca visto en ese ámbito”⁵⁷

Por último, la aspiración de Qatar de mostrarse como un socio confiable constituye otro pilar escondido detrás de la organización de estos eventos masivos. Resulta fundamental

⁵² Arbuniés, Pablo. “Qatar: invertir en escaparate deportivo para ganar talla geopolítica”. Global Affairs and Strategic Studies. Navarra. (noviembre-2022).

⁵³ Ídem

⁵⁴ Ídem

⁵⁵ Ídem

⁵⁶ Ídem

⁵⁷ Ídem

entender que, dentro de una región relativamente conflictiva, erigirse como un buen socio para diferentes actores geopolíticos resulta clave a los fines de potenciar el poder propio.

Resta analizar el otro pilar de la política exterior qatarí: la religión. Para ello conviene primero describir que creencias se practican en el emirato y su rol dentro del mismo.

“el islam es sin duda la (religión) predominante en este país [...]. Dentro de este porcentaje de población musulmana, el 90% son sunitas y el 10% restantes chiitas. El porcentaje de población cristiana en el país alcanza el 9%, mientras que el resto de las personas que viven en el país son hinduistas, budistas, o practican otro tipo de religión”⁵⁸

Entonces, Qatar es un país musulmán que profesa la rama sunita del islam, considerada como la más tradicional y ortodoxa. En ella se venera “a todos los profetas mencionados en el Corán, pero particularmente a Mahoma, quien es considerado El Profeta”⁵⁹. A su vez, esta rama es mayoritaria en Arabia Saudita, Afganistán, Pakistán, Jordania, Kuwait, Yemen, Emiratos Árabes Unidos, Egipto, Túnez, Libia, Turquía y Siria.

La otra rama (la chiita) es mayoritaria en Irán, Irak, Bahrein y Azerbaiyán y su nombre “procede del término Shiat Ali o el partido de Ali. Ali era el yerno del profeta Mahoma, y los chiitas reclaman su derecho, y el de sus descendientes, a liderar a los musulmanes”⁶⁰

En cuanto al código de vestimenta, los varones en Qatar portan un turbante en la cabeza (puede ser blanco o rojo) y una túnica blanca. Mientras que las mujeres utilizan el velo para cubrirse el pelo y una túnica para el resto del cuerpo.

Por su parte, debe destacarse que

“En Qatar impera la sharía, una ley religiosa inspirada en el Corán [...]. Al fin y al cabo, es un código de conducta que separa, según sus valoraciones, lo que está bien y lo que está mal. Además, se encuentra la sunna, es decir, aquellos comportamientos ejemplares que tuvo el profeta Mahoma y que los musulmanes deben seguir. Están clasificados en obligatorios (rezar cinco veces al día), desaconsejados (divorciarse) y prohibidos (mentir, robar o beber alcohol)”⁶¹

Todo ello describe a un país en donde “la religión y el estado tienen una relación muy cercana”⁶². Por ello, la separación entre creencias y cuerpo legislativo es inexistente, siendo este último quién se adapta al primero.

A nivel interno la religión es importante. ¿Es, entonces, utilizada como parte de la política exterior? Sergio Castaño Riaño⁶³ ha puntualizado en que:

⁵⁸ Cañas, Alejandro. “¿Cuál es la religión predominante en Qatar y que otras religiones están permitidas?”. As. <https://as.com/actualidad/cual-es-la-religion-predominante-en-qatar-y-que-otras-religiones-estan-permitidas-n/> (20 de noviembre de 2022)

⁵⁹ Ídem

⁶⁰ Ídem

⁶¹ Ídem

⁶² Autores Varios. “Mundial 2022.Cuál es la religión de Qatar”. *El Cronista*. <https://www.cronista.com/mundial-qatar-2022/mundial-2022-cual-es-la-religion-de-qatar/> (13 de octubre de 2022)

⁶³ Profesor universitario y analista internacional por la Universidad Internacional de la Rioja (España).

“Qatar, en su esfuerzo por ganar relevancia internacional, desarrolló desde los años noventa un modelo de política exterior basado en adquirir una mayor presencia en diferentes ámbitos, y en ensalzar su singularidad con respecto al resto de los países ubicados en el Golfo Pérsico. En muchos aspectos, esa singularidad ha sido destacada mediante un uso político de la religión que ha terminado por situarse como un elemento clave de su proyección internacional. Entre los propósitos marcados por Qatar se encuentra la ambición de erigirse como el referente de un modelo político inspirado en principios conservadores del islam, [...] y, a la vez, convertirlo en un modelo asumido por las comunidades musulmanas que residen en países en los que el islam es todavía una religión minoritaria”⁶⁴

Entonces, para desarrollar este modelo de política exterior, Qatar

“Ha establecido una alianza estratégica con los Hermanos Musulmanes [...] y ha apoyado iniciativas políticas de los partidos vinculados con (ellos) en los países árabes, y de forma paralela, se ha contribuido a financiar las actividades de los grupos vinculados con el movimiento en Europa”⁶⁵

¿Quiénes son los Hermanos Musulmanes? Son un movimiento ideológico global cuyo principal objetivo “se sitúa en conseguir la islamización de la modernidad, en la que se admiten los avances de las sociedades contemporáneas, pero adaptados a los principios de una interpretación conservadora y política del islam”⁶⁶. Asimismo, debe destacarse que el movimiento tiene presencia en gran parte del mundo y ha consolidado su red en Europa y Estados Unidos, a la par que Qatar “[ha ido] intensificando sus inversiones a través de Qatar Fundation y Qatar Charity”⁶⁷

Para entender esta asociación, basta con decir que, respecto a los grupos identificados con los principios de los Hermanos Musulmanes hubo una “actitud benevolente”. En este sentido, Qatar (en contraposición con Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Egipto y Bahréin) vio en esa irrupción la creación de un “escenario idóneo” para que la opción islamista fuese aceptada en el mundo árabe, aceptando a los grupos que emergían como alternativa de poder en países donde se había producido un cambio político (primaveras árabes del 2011) y apoyando explícitamente a los Hermanos Musulmanes en Egipto.

La asociación resulta fundamental para apoyar el proyecto en una “estructura sólida” y sufragar a través de donaciones la construcción de mezquitas y centros culturales. Por ejemplo, en España se creó el Centro islámico catalán (2011) bajo la influencia qatari, que se centra en actividades sociales y culturales destinadas a “atraer nuevos seguidores y a consolidar aquellos que ya acuden en forma regular a los centros”⁶⁸. A su vez, la mezquita de Abu Bakr (Madrid) ofrece “actividades religiosas, deportivas, excursiones, conferencias, actos culturales y ayuda a personas recién llegadas a España a realizar trámites burocráticos, encontrar vivienda, etc.”⁶⁹.

⁶⁴ CASTAÑO RIAÑO, Sergio. “La influencia de Qatar en el desarrollo del islam político en Europa y su impacto en España. *Investigaciones históricas, época moderna y contemporánea*. 42 (2022)

⁶⁵ Ídem

⁶⁶ Ídem

⁶⁷ Ídem

⁶⁸ Ídem

⁶⁹ Ídem

Otros ejemplos que pueden ayudar a entender la existencia de una pretensión de “exportar” el islam hacia otros países del mundo están contenidos dentro del libro *Qatar Papers*⁷⁰. En este sentido, allí

“Se resalta la labor [...] de Qatar Charity con inversiones millonarias en Europa, Estados Unidos y Canadá de las que se han beneficiado principalmente las asociaciones, mezquitas y centros culturales vinculados con los Hermanos Musulmanes”⁷¹

Asimismo, es importante tener en cuenta que:

“El desarrollo del islam político en Europa ha estado siempre condicionado a la ayuda financiera procedente de los países árabes [...]. En los últimos años, ese soporte económico ha llegado en forma prioritaria desde Qatar.

Una parte importante del dinero Qatarí ha ido destinado a la financiación de grandes mezquitas como la construida en la ciudad francesa de Mulhouse [...] Otras construcciones destacadas fueron el Museo de Civilizaciones Islámicas en la Chaux-de-Fonds, El complejo Cultural Musulmán de Lausana y la mezquita Salah-Eddine en Bienne. [...] (otros proyectos) fueron el intento de fundación de un colegio islámico en Valencia [...] y la oferta realizada para convertir la plaza de toros Monumental de Barcelona en una gran mezquita”⁷²

Puede concluirse que Qatar está interesado en invertir en proyectos religiosos en países extranjeros. Todo ello podría ser parte del objetivo de convertirse en un país referente en materia religiosa.

⁷⁰ CHESNOT, Christian, MALBRUNOT, Georges, *Qatar papers: Comment l’émirat finance l’islam de France et d’Europe*, París, Lafon, 2019.

⁷¹ CASTAÑO RIAÑO, Sergio. Op. Cit.

⁷² Ídem

Relaciones de Qatar con sus vecinos

Cuadro 2. 2

Para el análisis de la región, se tomará el concepto tradicional de Medio Oriente, es decir, los países que se tendrán en cuenta son: Arabia Saudita; Baréin; Egipto; Emiratos Árabes Unidos (EAU); Irak; Irán; Israel; Jordania; Líbano; Kuwait; Omán; Palestina; Siria; Turquía y Yemen.

País	¿Relaciones diplomáticas?	Embajadas en Qatar	Embajadas de Qatar
Arabia Saudita	Sí	Sí	Sí
Baréin	No	No	No
Egipto	Sí	Sí	Sí
E.A.U	Sí	No	Sí
Irak	Sí	Sí	Sí
Irán	Sí	Sí	Sí
Israel	No	No	No
Jordania	Sí	Sí	Sí
Líbano	Sí	Sí	Sí
Kuwait	Sí	Sí	Sí
Omán	Sí	Sí	Sí
Palestina	Sí	Sí	No
Siria	Sí	Sí	No
Turquía	Sí	Sí	Sí
Yemen	Sí	Sí	No

Fuente: datos extraídos de internet⁷³

A partir de estos datos, puede decirse que Qatar tiene relaciones diplomáticas con la mayoría de los países de la región, excepto con Israel y Baréin. Por ello, Qatar se desempeña dentro de la región con relativa normalidad.

Sin embargo, deben mencionarse brevemente algunos conflictos notorios que atravesó la política exterior qatarí a lo largo de los últimos años.

En primer lugar, en el año 2014, Arabia Saudita; Baréin; Emiratos Árabes Unidos y Egipto rompieron relaciones diplomáticas con Qatar durante nueve meses, acusándolo de apoyo financiero hacia “la versión salafista del sunismo y a diferentes grupos islámicos, especialmente los Hermanos Musulmanes, considerados terroristas por los países del Golfo”⁷⁴. Este bloqueo fue levantado rápidamente, pero sería un aviso de lo que vendría luego.

En segundo lugar, durante el intervalo 2017-2021, los países anteriormente mencionados más Yemen rompieron relaciones diplomáticas con Qatar, acusándolo (nuevamente) de

⁷³ Fuente: https://www.embassypages.com/qatar_es

⁷⁴ Autores Varios. “Seis claves para entender el conflicto entre Qatar y los países del golfo Pérsico”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/mundo/2017/06/05/seis-claves-para-entender-el-conflicto-entre-qatar-y-los-paises-del-golfo-persico/> (5 de julio de 2017)

“apoyar al terrorismo”. Este bloqueo duró mucho más tiempo e incluyó un cierre de fronteras.

Los motivos detrás de esta ruptura son:

“(críticas) por financiar y albergar islamistas y terroristas [...] Tal es el caso de Khaled Mashal, ex líder de la organización militante Hamas [...]; así como también los talibanes de Afganistán, que mantienen una oficina en la ciudad qatarí.

[...] (Asimismo) Qatar apoyó los esfuerzos electorales de los Hermanos Musulmanes en diferentes países y especialmente en Egipto, donde el candidato Mohamed Mursi, ligado al movimiento, se convirtió en presidente en 2013. Este apoyo irritó a sus vecinos, que además de considerar al grupo como terrorista, lo veían como un elemento islamista desestabilizador

[...] (Por otro lado) Al Jazeera se colocó, en un principio, como promotora de la Primavera Árabe y cubrió las diferentes protestas [...] (Además), Egipto arrestó a tres de sus periodistas en 2014 [...] Mientras que en 2016 el gobierno de Irak cerró sus oficinas en Bagdad por considerar que su cobertura era favorable al ISIS y hostil al chiismo, mayoría en ese país.

[...] (También) Tanto Arabia Saudita como el gobierno de Hadi (Yemen) citaron el presunto apoyo clandestino a los rebeldes de parte de Qatar.

[...] (Por último) Los países del Golfo han acusado repetidas veces a Qatar de compartir la agenda política de Irán”⁷⁵

El bloqueo terminó el 5 de enero de 2021 con la declaración Al-Ula y, desde ese momento, Qatar disfruta de relaciones diplomáticas normales con la mayoría de los países de la región. Puede decirse, entonces, que no existen situaciones desestabilizantes que tengan que ver con el emirato en Medio Oriente.

El deporte como instrumento

En páginas anteriores se desarrolló al deporte como pilar de la política exterior qatarí. La compra de clubes conocidos (PSG en 2011, por ejemplo) y la inversión en organizar eventos deportivos importantes, no solamente futbolísticos, como el Premier Pádel constituyen acontecimientos a destacar.

A su vez, se mencionaron algunos ejemplos a los fines de ilustrar el rol cada vez más importante de Qatar en el deporte. Estos casos estaban constituidos por la anteriormente mencionada compra del Paris Saint Germain en 2011, el patrocinio por parte de Qatar Airways de las camisetas del FC Barcelona y el fichaje de David Beckham como embajador.

Estos casos forman parte de una estrategia a largo plazo parte del Qatar National Vision 2030, establecido en 2008 para modernizar el país y convertirlo en una potencia regional, haciendo énfasis en el deporte y su rol de “blanqueador”. Este plan se manifiesta en cinco actividades diferentes: propiedad de equipos de fútbol profesional, patrocinio de equipos

⁷⁵ ídem

y competiciones, organización y participación en competiciones internacionales y uso de deportistas como embajadores.

Por todo lo anteriormente desarrollado, el deporte es bastante importante para Qatar. Sin embargo, todos los acontecimientos mencionados quedan pequeños a la hora de analizar la que, hasta ahora, constituye la mayor hazaña qatarí: la organización de un Mundial de fútbol en 2022.

Los costes de organización del Mundial 2022 se estiman en 200.000 millones de dólares. Dentro de esta cuantiosa inversión, se incluyen no solo la construcción de estadios, sino también las comodidades para los turistas. Está claro que resulta complicado observar que tal coste pueda tener un retorno económico equiparable; entonces ¿Qué puede obtener el país organizando tal evento? Algunos especialistas, como Diego Crescente, dicen:

“No creo que Qatar pueda o tenga que aprovechar económicamente el Mundial [...] Otra cosa es el valor intangible que pueda ganar, sobre todo en cuanto a imagen, marca país, sobre todo en otros territorios, en otras naciones. En este sentido, si existe un conflicto de imagen entre Qatar y otras potencias de Oriente medio, pueda ser Arabia Saudita u otros países más alejados de la órbita de Oriente Medio. [...] En este sentido, el rédito que pueda alcanzar Qatar debe medirse siempre en términos de imagen, de intangibles y de un acercamiento al bloque occidental”⁷⁶

Entonces se plantea que el evento no solamente se fije en los importantes retornos económicos que un Mundial puede atraer al país en términos de divisas y gastos, sino que también se observen los famosos “retornos intangibles” que no pueden medirse cuantitativamente y que pasan por la imagen y la “marca país”

Al respecto, resulta muy interesante la opinión de Larbi Sadiki, periodista de Al Jazeera, quien al respecto dice que “La Copa Mundial de Qatar se trata de destrozamiento mitos coloniales”:

“Los Qataríes están acostumbrados a vivir con extranjeros, y la Copa del Mundo es otra chance de demostrar su afinidad con el multiculturalismo para contrarrestar la visión estereotípica del musulmán fanático [...]”⁷⁷

Ya lo decía Joseph Nye en su teoría del Soft Power cuando hacía referencia a la cultura popular como fuente importante. Esta es la que puede unir cosmovisiones muy distintas del mundo y derribar prejuicios y pensamientos erróneos, a la par que fortalece la imagen de un país.

Es esta interpretación la que se observa en el artículo de Al Jazeera brevemente descrito arriba. Allí se menciona mostrar una “afinidad” al multiculturalismo, ello necesariamente

⁷⁶ Levinsky, Sergio. “El mundial, bajo la lupa de un analista de inversiones: Para sacar rédito de su imagen, Qatar gastó más del doble de lo que gastó Europa por la crisis”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/deportes/2022/12/27/el-mundial-bajo-la-lupa-de-un-analista-de-inversiones-para-sacar-redito-de-su-imagen-qatar-gasto-mas-del-doble-de-lo-que-gasto-europa-por-la-tesis/> (27 de diciembre de 2022)

⁷⁷ Sadiki, Larbi. “The Qatar World Cup is about to shatter colonial myths”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2022/11/18/qatar-2022-world-cup-football-colonial> (18 de noviembre de 2022) [La traducción es propia].

lleva a que se necesite un elemento común para que diferentes cosmovisiones puedan coexistir: el fútbol es ese elemento.

Al Jazeera como instrumento

“Contar la historia de Al Jazeera es, inevitablemente, contar la historia del pequeño emirato petrolero”⁷⁸. Eso es lo que dicen algunos autores, entre ellos Nerea Belmonte, una especialista en la materia.

“Rodeado por los históricos adversarios -Irán y Arabia Saudí-, en medio del golfo Pérsico, el pequeño Estado de Qatar ha dedicado todos sus esfuerzos de las últimas décadas a la construcción de un liderazgo árabe-musulmán que rebase el escenario regional [...] Este estratégico y profuso giro diplomático comenzó con la ascensión al poder del emir Hamad bin Jalifa [...] en 1995. Tras la abdicación del jeque, en en el año 2013, su hijo y heredero, Tamim bin Hamad, ha decidido seguir adelante con la hoja de ruta de su predecesor”⁷⁹

Entonces, se habla de un plan que ya lleva casi tres décadas de funcionamiento (la cadena se fundó en 1996). El canal informativo, de hecho,

“Está íntimamente vinculado a la dinastía Al Thani, al extremo que fue precisamente Hamad bin Jalifa, padre del actuar emir, quien creó Al Jazeera, y, a día de hoy, la familia real financia cerca del 90% de la cadena.

En palabras del profesor y periodista Massimo di Ricco, el establecimiento de Al Jazeera ha supuesto la directa representación de la evolución de Qatar [...]”⁸⁰

La cadena es una especie de canal financiado por la clase gobernante, por lo que puede constituir un importante instrumento de política exterior utilizado para cumplir los fines de Estado.

La cadena se vio catapultada a convertirse en referencia cuando “(cubrió) las guerras de Afganistán e Irak [...] consiguió entrar en la Irak de Saddam Hussein o en el seno de los grupos talibanes afganos. Además, (entrevistó) a Osama Bin Laden”⁸¹

Todo ello llevó al canal informativo a ser mirado de reojo por occidente. Las entrevistas a líderes de organizaciones consideradas terroristas como Al Qaeda, Hamas o Hezbolá provocaron grandes polémicas en su tiempo. De todas formas, puede decirse que esto es parte de su lema “la opinión y la opinión del otro”.

Algunos expertos han puesto en tela de juicio la imparcialidad de la cadena, argumentando que la misma no cubre la realidad de la propia población qatarí, en contraste con la manera en la que cubre conflictos externos.

⁷⁸ Belmonte, Nerea. “Al Jazeera, un eco de la diplomacia qatarí”. *Atalayar* <https://www.atalayar.com/articulo/reportajes/al-jazeera-un-eco-de-la-diplomacia-qatari/20220414075141156007.html> . (15 de abril de 2022)

⁷⁹ ídem

⁸⁰ ídem

Y si de hablar de conflictos externos se trata, no puede obviarse a las Primaveras Árabes. La cobertura de Al Jazeera del evento ha sido objeto de numerosas críticas, entre ellas:

“La escasa cobertura de las revueltas en territorios como el de su vecino Bahrein [...] la parcialidad mostrada en los conflictos de Libia, Siria o Yemen [...] (provocaron) la pérdida de credibilidad en la cadena, [...] llevó (además) a las autoridades de diversos países a bloquear, progresivamente, las emisiones de Al Jazeera. Argelia, Marruecos, Arabia Saudita, Siria o Emiratos Árabes Unidos son algunos ejemplos de países donde el canal ha sido cerrado”⁸²

Asimismo,

“El ascenso al poder del islamista egipcio Mohamed Morsi, en junio de 2012, supuso un cisma en el seno del Consejo de Cooperación del Golfo. Mientras que para Riad los Hermanos Musulmanes y su islam político se erigían como antagónicos rivales – y acabaría por integrarlo en la lista de grupos terroristas-, para Doha representaban un aliado político.

[...] Apenas un año después, la caída de Morsi y el ascenso a la presidencia del exmilitar Abdelfatah El-Sisi en julio 2013 fueron cubiertos por Al Jazeera como un golpe de estado, avivando de nuevo las candentes cenizas de la aversión tanto de Arabia Saudita como de sus aliados y respaldos”⁸³

Todas estas acusaciones llevaron a innumerables tensiones y fueron parte de las causas del bloqueo diplomático de 2017-2021. Se ha hablado, incluso de que “en la lista de 13 exigencias presentada por los aliados de Riad⁸⁴ para el deshielo de las relaciones diplomáticas con Doha incluía el cierre del canal”⁸⁵ aunque en el acuerdo final no se hizo referencia alguna al cierre de la cadena.

Por último, en cuanto a números, la cadena Al Jazeera tiene las siguientes estadísticas:

Cuadro 2. 3: Facebook

Perfil	Seguidores	Me gusta
Al Jazeera Channel	29.000.000	24.000.000
Al Jazeera English	17.000.000	14.000.000
Al Jazeera World	1.400.000	-
Al Jazeera Balkans	732.000	543.000
Al Jazeera PR	726.000	510.000
Al Jazeera Stories	72.000	70.000
Al Jazeera Schools	54.000	46.000
Al Jazeera English Podcasts	44.000	18.000
Al Jazeera Chinese	4.500	3.000
TOTAL	49.032.500	39.190.000

Fuente: datos extraídos de Facebook

⁸² Ídem

⁸³ Ídem

⁸⁴ Son los países que cortaron Relaciones Diplomáticas con Qatar en este periodo: Arabia Saudita; Baréin; Emiratos Árabes Unidos; Egipto y Yemen.

⁸⁵ Belmonte, Nerea. Op.Cit.

Cuadro 2. 4: Instagram

Perfil	Seguidores
Al Jazeera	9.600.000
Al Jazeera English	5.000.000
Al Jazeera Media Institute	311.000
Al Jazeera PR	50.200
Al Jazeera chinese	22.100
Al Jazeera English Podcasts	21.200
TOTAL	15.004.500

Fuente: datos extraídos de Instagram

Cuadro 2. 5: YouTube

Canal	Suscriptores	Visitas totales	Espectadores promedio en transmisiones en vivo
Al Jazeera Arabic	17.900.000	11.330.000.000	56.000
Al Jazeera English	14.300.000	4.790.000.000	8.000
Al Jazeera Mubasher	7.550.000	2.820.000.000	300
Al Jazeera Documentary	3.180.000	559.730.000	-
TOTAL	42.930.000	19.499.730.000	64.300

Fuente: datos extraídos de internet⁸⁶

Cuadro 2. 6: Twitter/X

Usuario	Seguidores
Al Jazeera Arabic	22.800.000
Al Jazeera English	8.900.000
Al Jazeera Mubasher	8.300.000
Al Jazeera Breaking News	2.200.000
Al Jazeera PR	759.500
Al Jazeera Doc	504.900
Aljazeera.net	420.100
Al Jazeera Balkans	291.700
Hona Al Jazeera	249.900
TOTAL	44.426.100

Fuente: datos extraídos de X

Las estadísticas le otorgan a la cadena Al Jazeera una masividad importante. Se trata de un medio de comunicación que, entre todas las redes sociales, suma aproximadamente 150 millones de seguidores. Estos son quienes pretenden enterarse de la información que la cadena sube día a día a sus redes.

⁸⁶ Fuentes: <https://vidiq.com/youtube-stats/channel/UCfiwzLy-8yKzIbsmZTzxDgw/> ; <https://vidiq.com/youtube-stats/channel/UCNye-wNBqNL5ZzHSJj3l8Bg/> ; <https://vidiq.com/youtube-stats/channel/UC0LSnqrwqtMw12YwfUpO66g/>

A su vez, las interacciones suman aproximadamente 20.000 millones entre visitas, espectadores en vivo y números de “Me gusta”. Entre ellas pueden encontrarse usuarios que acceden a los contenidos de manera espontánea.

Todo ello lleva a una conclusión ineludible: Al Jazeera es una cadena con un potencial de masividad enorme que está siendo bien explotado mediante el uso diario de redes sociales y la masificación de contenido multimedia que escapa a los límites de la simple transmisión en vivo de noticias. Se trata, entonces, de un gran medio audiovisual con pretensiones de masividad, cuya “bajada de línea” por parte de los dueños le ha generado no menos de algunas polémicas anteriormente desarrolladas.

Con todo, la cadena es un instrumento importante en la política exterior de Qatar, y ha llegado a Occidente a través de su versión en inglés.

Capítulo 3: Qatar y el islam- estrategia comunicacional

En este capítulo se profundizará la relación de Qatar con el islam. Para ello, se desarrollarán los ejes del mundo islámico en la región (Arabia Saudita e Irán), la relación de Qatar con Arabia Saudita, la propuesta del pequeño emirato en relación con la religión y la “islamización” en Francia. Por último, se describirá un caso inédito con respecto a la historia de los mundiales: la clasificación a semifinales de Marruecos.

Los ejes del mundo islámico en la región: Arabia Saudita e Irán

Hablar de los polos de poder de Medio Oriente no es tarea sencilla, pues se trata de una región que no tiene tan definidas sus potencias hegemónicas. Sin embargo, pueden destacarse dos países que son adversarios y tienen visiones diferentes del islam: Arabia Saudita e Irán.

Antes de continuar, resulta necesario destacar que la religión también tiene un peso particular en el Soft Power. Así, Joseph Nye decía que:

“Por siglos, los movimientos religiosos organizados han poseído Soft Power. La Iglesia católica romana está organizada a escala global, y muchos católicos alrededor del mundo adhieren a sus enseñanzas sobre problemáticas como el control de la natalidad y el aborto por atracción, no por coerción. Otras religiones organizadas -entre protestantes, musulmanes y budistas- han llevado a cabo esfuerzos misioneros que han atraído a millones de personas a sus enseñanzas [...]”⁸⁷

Entonces, la religión tiene un peso importante en el Soft Power y no debe subestimarse su potencialidad. Además, quienes adhieran a la concepción religiosa de un país es más probable que miren con buenos ojos su cultura y sus políticas; todo ello porque las creencias siguen siendo una parte importante de la cosmovisión que las personas poseen del mundo.

Existen regiones en las cuales la religión es claramente más importante que en otras. Un ejemplo claro es Medio Oriente, donde a veces la legislación puede mezclarse con las creencias. Es eso lo que en Occidente no se comprende con totalidad, ya que estos estados suelen ser seculares y separan las creencias del aparato burocrático.

La religión dominante en Medio Oriente es el islam. El islam es la segunda religión con mayor número de creyentes: alrededor de 1.800 millones en todo el mundo y tiene una particularidad que se ha desarrollado brevemente en el capítulo anterior: tiene dos ramas mayoritarias, los sunitas y los chiitas.

Estas dos ramas llevan discutiendo desde la muerte de Mahoma, en el año 632, sobre quien tiene el derecho legítimo de liderar a los musulmanes. Ello ha llevado a una profunda división entre sus seguidores.

⁸⁷ Nye, Joseph. **Soft Power: the means to success in world politics**. Public Affairs, Nueva York, 2004. Pág 78. [La traducción es propia]

La comunidad sunita es liderada por Arabia Saudita, constituye “el grupo mayoritario entre los musulmanes: cerca del 90% [...] pertenecen a esta rama, considerada la más tradicional del islam”⁸⁸ y su nombre “proviene de la Sunna, la colección de enseñanzas, dichos y actos atribuidos al profeta Mahoma y que han sido transmitidos de forma oral a lo largo de los siglos”⁸⁹

La comunidad chiita es liderada por Irán y, por su parte, constituyen “cerca del 10% de los musulmanes que existen en el mundo (y) tienen una jerarquía de clérigos que defienden una interpretación más abierta de los textos islámicos”⁹⁰. Asimismo “esta rama de la religión nació como una facción política liderada por Alí, primo y yerno de Mahoma [...] Alí murió asesinado durante las guerras de poder que se desataron tras la muerte del profeta”⁹¹, Por ello, “Desde entonces, los chiitas reclaman su papel como líderes del islam por ser los descendientes de la familia del profeta”⁹²

Para Damian Martinez, escritor en Córdoba Global, la situación de rivalidad entre Irán y Arabia Saudita es una especie de “Guerra Fría regional”:

“La guerra indirecta entre persas y saudíes está basada en diferencias religiosas -los primeros son, mayoritariamente, practicantes de la rama chiita del Islam mientras que los segundos lo son de la sunita- políticas -Irán es una teocracia que pretende la expansión del Islam, en tanto que Arabia Saudita es una monarquía absoluta islámica que prefiere el mantenimiento del statu quo -y, finalmente, en cuanto a socios estratégicos se refiere -en el caso de la República Islámica de Irán los mismos son, principalmente, China, Rusia y Siria a contramano del país árabe el cual tiene como aliados a, (por ejemplo) Estados Unidos”⁹³

Al mismo tiempo, “la pulseada de poder entre estos dos Estados [...] toma la forma de participación en los conflictos internos de otros países, en los cuales tanto iraníes como árabes toman partido y apoyan [...] a uno, o varios, bandos en disputa”⁹⁴

Los dos ejemplos celebres de esta confrontación lo constituyen la Guerra Civil Siria y el conflicto en Yemen. En el primero de ellos, “los saudíes prestaron ayuda a los rebeldes en contra de Al- Assad, mientras que Teherán apoyó firmemente a este último”⁹⁵, mientras que en el segundo “el gobierno yemení es apoyado militarmente por una coalición de estados- de la cual forma parte Arabia Saudita- contra el grupo insurgente (los hutíes, apoyados por Irán)”⁹⁶

⁸⁸ Pont, Elisa. “Sunismo y chiismo, las dos ramas del islam”. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190528/462436747454/sunitas-chiitas-islam.html#:~:text=Desde%20la%20fundaci%C3%B3n%20del%20Islam,los%20sunitas%20y%20los%20chiitas>. (28 de mayo de 2019)

⁸⁹ Ídem

⁹⁰ Ídem

⁹¹ Ídem

⁹² Ídem

⁹³ Martínez, Damian. “Irán-Arabia Saudita: la Guerra Fría de Medio Oriente”. *Córdoba Global*. https://cbaglobal.com.ar/iran-arabia-saudita-la-guerra-fria-de-medio-oriente/?srsltid=AfmBOooeIMuCTQYm4m5Uc_LwDJDYX36B72P1nR8tGEtB9YV41YLwGZV (s.f.)

⁹⁴ Ídem

⁹⁵ Ídem

⁹⁶ Ídem

Al ser dos polos de poder dentro de la región, es normal que sean estados líderes de alianzas. Estas normalmente son utilizadas para potenciar lo que Joseph Nye denomina Hard Power. Este concepto abarca capacidades territoriales, económicas y militares, siendo la coerción su principal manifestación. Básicamente es el concepto tradicional de poder, desarrollado por numerosos autores dentro de la disciplina de las Relaciones Internacionales, de los cuales se han tomado dos (Hans Morgenthau y Henry Kissinger) en este trabajo para desarrollar brevemente sus aportes en el primer capítulo.

El primero de los ejes de poder de Medio Oriente es:

“(El eje de Irán) está compuesto por grupos armados como Hezbolá en el Líbano; milicias chiitas en Irak, Afganistán y Pakistán; Hamás y otros grupos militantes en territorios palestinos, y los rebeldes huties en Yemen. (Siendo descrita) su ideología como marcadamente antiestadounidense y antiisraelí. [...] Las alianzas entre Irán y estos grupos son producto de la revolución iraní de 1979, y funcionan como una forma de exportar su modelo y promover sus propósitos políticos, le explica a BBC Mundo Lina Khatib, directora del Instituto de Medio Oriente de SOAS, con sede en Londres”⁹⁷

Si bien la religión sigue siendo importante en la región, “los apoyos iraníes a Hamás como contrapeso de Israel se explican por cuestiones relacionadas a la lucha de poderes, ya que Hamás profesa la rama suní del islam”⁹⁸. Asimismo:

“En cuanto al aislamiento de Irán en la región -una referencia a la falta de alianzas con actores estatales con la excepción del régimen de Bashar al Asad en Siria-, los expertos lo atribuyen a dos factores principales:

Primero, porque el modelo de exportar la revolución islámica fue visto como una amenaza para las dinastías petroleras del Golfo y otros países de la región y, segundo, porque Irán se ve a sí mismo con derecho a ser un actor hegemónico regional por la historia de su país, sus recursos, población y herencia del imperio persa, y esto choca con las ambiciones de otros países, especialmente Arabia Saudita, menciona Amirah-Fernández”⁹⁹

El segundo de los ejes de poder de Medio Oriente es:

“Los expertos coinciden en señalar a Arabia Saudita como líder y dirigente de facto de la Liga Árabe, una organización regional de 22 países. (Añade el analista Amirah-Fernández) Su ascenso se vio también reforzado por su rica economía de hidrocarburos y por el apoyo brindado por Estados Unidos durante la presidencia de Donald Trump como medida de presión contra Irán”¹⁰⁰

A modo de breve conclusión, se puede observar la existencia de dos bloques claramente diferenciados en la región: el primero de ellos es liderado por Irán, mientras que el segundo es liderado por Arabia Saudita. Las razones del porque se conformaron estas

⁹⁷ Cueto, José Carlos. “Cuáles son las principales alianzas de poder en Medio Oriente detrás de la actual tensión en la región”. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/articles/crgkrpeeepeo> (28 de enero de 2024)

⁹⁸ Ídem

⁹⁹ Ídem

¹⁰⁰ Ídem

alianzas pueden relacionarse con la visión que estos dos países tienen del islam. Sin embargo, resulta fundamental entender que estas también obedecen a factores más coyunturales relacionados con luchas de poder, las cuales escapan a la finalidad de este trabajo.

La relación Arabia Saudita-Qatar en la actualidad

A nivel diplomático, Arabia Saudita y Qatar arrastran conflictos que se remontan al año 2014. En este sentido, la ruptura de relaciones entre el pequeño emirato y una coalición de estados¹⁰¹ liderados por Arabia Saudita ha ocurrido en dos ocasiones: durante 9 meses del año 2014 y durante el lapso 2017-2021.

Las razones por las cuales esta coalición decidió romper relaciones diplomáticas en dos ocasiones con Qatar encuentran fundamento en las críticas hechas al asilo a terroristas como Khaled Mashal, ex líder de Hamas, al hecho de que los talibanes de Afganistán mantengan una oficina de representación, y al apoyo electoral del pequeño emirato a los Hermanos Musulmanes, organización considerada terrorista por muchos países del mundo.

Pese a las acusaciones y al aislamiento regional que sufrió Qatar hasta 2021, las relaciones con Arabia Saudita se normalizaron en ese año con la reanudación de la representación en Embajadas.

Resulta interesante referir brevemente al hecho de que, en materia de deporte, Arabia Saudita sigue una estrategia similar a Qatar. En este sentido, los saudíes han gastado sumas de dinero muy elevadas en su propia liga y en una estrategia que se parece a la qatari, en tanto busca albergar eventos deportivos masivos.

“Al cierre de la ventana de fichajes europea, los cuatro equipos propiedad del PIF (el Fondo de Inversión Pública saudí) han gastado casi USD 900 millones en la compra de jugadores internacionales de élite, que los sitúa entre los 20 clubes del mundo que más han gastado en fichajes, junto a gigantes del fútbol de Inglaterra, Francia, Alemania, España e Italia.

[...] Los nuevos jugadores se unen al cinco veces Balón de Oro, Cristiano Ronaldo, quien firmó un contrato de dos años con el Al-Nassr, por el que ganará la asombrosa cifra de USD 200 millones al año, según los medios estatales sauditas, lo que le convierte en el futbolista mejor pagado del mundo

[...] (Al mismo tiempo) Las elevadas ambiciones deportivas de Arabia Saudita no terminan con la SPL (Saudi Pro-League) o el Newcastle United (club del que el Fondo de Inversión Pública saudí es propietario en un 80%). El país organizará el Mundial de Clubes de la FIFA 2023 y presenta su candidatura para albergar la Copa Asiática de la AFC 2027”¹⁰²

¹⁰¹ La primera coalición fue Arabia Saudita, Baréin, Emiratos Árabes Unidos y Egipto (bloqueo del 2014). Durante el bloqueo de 2017 a 2021, se sumó a esa coalición Yemen

¹⁰² Woodyatt Amy; Shveda, Krystina; Cubero, Antonio Jarne. “Arabia Saudita intenta alterar el orden mundial del fútbol. Los motivos podrían sorprenderte”. *CNN Deportes*. <https://cnnespanol.cnn.com/2023/09/20/arabia-saudita-alterar-orden-mundial-futbol-motivos-podrian-sorprenderte->

Por todo ello, podría entenderse al escenario de Medio Oriente como una puja de Soft Power entre Arabia Saudita y Qatar, a la que podrían sumarse otros países como Emiratos Árabes Unidos (propietario en un 78% del City Football Group). Estos países buscan diversificar inversiones en eventos de cultura popular.

Por último, las relaciones diplomáticas entre saudíes y qataríes pasan por momentos de estabilidad a fecha de escritura de este trabajo (2024). Sin embargo, podría suceder que en un futuro cercano esta rivalidad en materia de Soft Power y las disputas recientes que llevaron a un bloqueo diplomático lleven a ambos países a un conflicto.

La propuesta de Qatar

Políticamente,

“Khatib y Amirah-Fernández coinciden en situar a Qatar del lado del bloque liderado por los sauditas, aunque también resaltan su rol mediador que le hace un caso peculiar en los balances de poder regionales. En la actualidad, negociadores qataríes cumplen un rol único como principales mediadores entre Israel y Hamás

Y durante años, este multimillonario país del Golfo ha protagonizado acercamientos a países como Israel o Irán y a grupos políticos muy diferentes de los que apoyaban el resto de sus vecinos, en su mayoría grupos islamistas [...] (como) los Hermanos Musulmanes, antiguos rivales de los sauditas”¹⁰³

Siendo consciente de su debilidad geopolítica frente a las dos grandes potencias de la región, Qatar ha decidido decantarse por fuentes de Soft Power para erigirse como un actor situado en una posición equidistante (Si bien los expertos coinciden en que, en la actualidad, el emirato es más cercano al bloque de Arabia Saudita). La fuente de Soft Power más importante que ha utilizado el emirato es la cultura popular, organizando eventos deportivos multitudinarios como el Mundial de fútbol 2022. Este último ha ayudado al fin de darse a conocer al mundo y de acabar con prejuicios y estereotipos. Para ello, Qatar ha dispuesto de importantes centros de información dentro del área turística del evento, pretendiendo comunicar el modo de vida del lugar y su religión.

A su vez, otra rama importante para potenciar el Soft Power de un país reside en las comunicaciones. Al respecto, el emirato tiene una cadena multimedia muy fuerte: Al Jazeera. Las estadísticas son buenas: 150 millones de seguidores en todas las redes sociales y 20.000 millones de interacciones (visitas, espectadores en vivo, números de me gusta) y le otorgan a la estrategia comunicacional del emirato un rol muy importante. Es por ello por lo que su utilización ha despertado recelos en sus vecinos, quienes han decidido bloquear sus transmisiones (Argelia, Marruecos, Arabia Saudita, Siria, Emiratos Árabes Unidos, entre otros) por considerarlas “tendenciosas”. Qatar considera que todo es parte del lema de la cadena: “la opinión y la opinión del otro” el cual le ha valido para polémicas entrevistas como la realizada a Osama Bin Laden o a líderes de organizaciones como Hamas y Hezbolá.

[trax#:~:text=El%20PIF%20tiene%20US\\$24%20777.000,que%20m%C3%A1s%20gastan%20en%20jugadores.](#) (20 de septiembre de 2023)

¹⁰³ Ídem

Religiosamente, en Qatar es mayoría (90%) la rama sunita del islam. Esta rama es profesada de manera mayoritaria también en Arabia Saudita, por lo que una conclusión rápida puede integrar al emirato dentro del bloque de esta última potencia. Sin embargo, la propuesta de Qatar le ha generado no menos de un inconveniente en la región.

En línea con lo desarrollado en el capítulo 2 de este trabajo, Qatar ha querido ensalzar su singularidad y ha utilizado de manera política la religión para situarse como un país referente de un modelo político inspirado en principios conservadores del islam. Por ello el emirato ha establecido una alianza estratégica con los Hermanos Musulmanes y ha incrementado su presencia en Europa, mediante la fundación de diferentes centros y mezquitas, como el Centro Islámico catalán (2011), la mezquita de Mulhouse, el Museo de Civilizaciones Islámicas en la Chaux de Fonds, el Complejo Musulmán de Lausana y la mezquita Salah-Eddine en Bienne, entre otros proyectos.

Estas inversiones responden a esa pretensión de ser un país referente en materia religiosa. Esta política, junto con la asociación con los Hermanos Musulmanes, ha llevado al emirato a ser mirado de reojo por sus vecinos. Estos cuestionamientos alcanzaron su punto más alto durante el bloqueo de 2017-2021, en donde una coalición de países liderada por Arabia Saudita rompió relaciones con Qatar por considerar que apoyaba al terrorismo. Debe destacarse que los Hermanos Musulmanes son considerados una organización terrorista por parte de muchos países, entre ellos Arabia Saudita.

El rol de mediador pretendido es relativamente sencillo en la región. Sin embargo, la pretensión de ser un país referente en materia religiosa es una polémica que ha afectado el relacionamiento internacional de Qatar y que puede ser foco de nuevas polémicas en el futuro. Pese a ello, el emirato disfruta de Relaciones Internacionales relativamente normales en la actualidad.

La “islamización” en Europa: el caso de Francia y su relación con Qatar

Antes de desarrollar el caso, resulta oportuno definir que se va a entender por “islamización”. Se trata de una teoría polémica, que encuentra sus orígenes en 1973 en el libro *el Campamento de los Santos* de Jean Raspail¹⁰⁴, en donde se hace foco en el colapso de la cultura occidental a partir de una inmigración masiva de países periféricos.

En línea con este pensamiento, pero ya con un “enemigo” concreto, autores como Michel Houelebecq¹⁰⁵ y Renaud Camus¹⁰⁶, así como políticos y periodistas como Eric

¹⁰⁴ Fue un escritor, viajero y explorador francés. No se trata de un licenciado en Relaciones Internacionales, pero su obra ha trascendido y ha sido difundida por la derecha europea

¹⁰⁵ Polémico escritor francés autor de “Sumisión”, entre otras novelas. En el libro se pretende focalizar la desaparición de la sociedad blanca, occidental y cristiana

¹⁰⁶ Escritor y novelista francés. Conocido por la teoría “El gran reemplazo”, en la cual se sostiene que hay una élite global que está conspirando contra la población blanca de Europa, con el objetivo de reemplazarla por población de pueblos no europeos

Zemmour¹⁰⁷, Marine Le Pen¹⁰⁸ y Alexander Dugin¹⁰⁹. Ellos parten de la idea de que los “blancos cristianos europeos” se encuentran siendo sistemáticamente reemplazados por población no europea (árabes, levantinos, norteafricanos, entre otros) con la finalidad de destruir la sociedad occidental cristiana. Es notoria, entonces, la existencia de un sesgo antiinmigración en este pensamiento.

Para este trabajo, se propone redefinir este término y suavizarlo. En este sentido, no se hablará de un plan sistemático de exterminio y reemplazo de la sociedad occidental sino de un objetivo de política exterior qatarí que encuentra su fundamento en la religión, no para islamizar al resto del mundo y exterminar a la sociedad cristiana occidental, sino para, en primer lugar, erigir al emirato en un referente de un modelo político inspirado en principios conservadores del islam y, en segundo lugar, para “lavar la cara” de una religión que en occidente no se conoce demasiado y que tiende a ser prejuizada.

Hecha esta aclaración, se desarrollará el caso de Francia y el islam. No se pretenderá un desarrollo exhaustivo del ejemplo, sino que el objetivo es utilizarlo para demostrar el rol de Qatar dentro de esta polémica.

“[...] la amistad franco-qatarí se remonta a más de medio siglo. En diciembre de 1971, con el final del protectorado británico, Abu Dhabi y otras seis pequeñas monarquías crearon la Federación de Emiratos Árabes Unidos, a la que Qatar no quiso sumarse.

Desde entonces el pequeño estado nunca dejó de buscar aliados para escapar a las limitaciones que le impone la geografía, y a la influencia de sus vecinos Arabia Saudita e Irán. También se esforzaba por evitar la dependencia de Londres o Washington. Para el emirato [...] Francia se perfiló desde un principio como un candidato ideal para aumentar su círculo de aliados”¹¹⁰

Es entonces cuando, con estas condiciones iniciales, se comenzó a construir una relación económica y diplomática,

“La primera piedra de la relación París-Doha se firmó tres años después de la independencia, en 1974, con un primer acuerdo de cooperación económica que permitió a la empresa francesa Total consolidar sus posiciones en la región y a Qatar asociar una potencia occidental a sus proyectos de desarrollo petroquímico”¹¹¹

Durante los años 80 y 90 esta amistad continuó profundizándose “en los sectores de hidrocarburos, aviación y defensa. Se estima que en 1985 las fuerzas armadas qataríes estaban equipadas en un 80% con material francés”¹¹². Casi 20 años después, “en 2003,

¹⁰⁷ Periodista, político, escritor y ensayista francés considerado de extrema derecha

¹⁰⁸ Política y abogada francesa. Líder de Agrupación Nacional, un partido político considerado de extrema derecha y que fue protagonista de las últimas elecciones legislativas en Francia, al llegar al 37% de los votos en segunda vuelta.

¹⁰⁹ Filósofo, analista y estratega político ruso. Sus ideas han sido calificadas de fascistas por algunos medios

¹¹⁰ Herrero, Amado. “Francia y Qatar: historia de una larga e incómoda amistad”. *Eldiario.Ar*. https://www.eldiarioar.com/mundo/francia-qatar-historia-larga-e-incomoda-amistad_1_9803668.html (17 de diciembre de 2022)

¹¹¹ ídem

¹¹² ídem

la oposición de París a la invasión de Irak consiguió acercar aún más a París y Doha: el discurso ante el Consejo de Seguridad de la ONU de Dominique de Villepin fue aplaudido y ampliamente difundido por Al Jazeera”¹¹³

Posteriormente,

“en mayo de 2007, el emir fue el primer jefe de Estado extranjero recibido por el nuevo presidente francés (Nicolás Sarkozy). En ese desplazamiento, se confirmó la venta de ochenta aviones A350. Unas semanas después, Qatar colaboró en la mediación del presidente francés en la liberación de las enfermeras búlgaras detenidas por el régimen de Gadafi.

En enero de 2008, Nicolas Sarkozy realizó su primer viaje a Doha y anunció una modificación del artículo 17 del tratado fiscal entre ambos países. Estas nuevas disposiciones eximen a los qataríes del impuesto sobre dividendos y plusvalías inmobiliarias obtenidas en Francia”

Por ello se dice que durante el mandato de Sarkozy (2007-2012) la presencia qatarí se multiplicó con “la compra del PSG, del Prix de l’Arc de Triomphe, la adquisición de hoteles de lujo o la entrada en el sector audiovisual con el lanzamiento del canal Al Jazeera Sports, rebautizado BeIN Sports”¹¹⁴. Al mismo tiempo, Qatar “entró en el accionario de los grupos Lagardere y Accor, así como en LVMH, Total Veolia o las galerías Printemps”¹¹⁵

Sin embargo, “Hollande (2012-2017) y Macron (2017-actualidad) han marcado (alguna distancia) con Doha.”¹¹⁶ Pese a ello, no se tocó el artículo 17 del convenio fiscal modificado durante el mandato de Sarkozy.

La relación económica es, entonces, la piedra angular desde donde se construyó un nexo bastante sólido. A partir del mismo, Qatar diversificó sus inversiones y se metió de lleno en la economía francesa, motivo por el cual no debe menospreciarse el papel del emirato en el país.

El caso de la religión es bastante más polémico. No puede obviarse que el caso de las creencias en Francia resulta un acontecimiento que es principalmente consecuencia de la inmigración masiva. Por ello es por lo que el tema se ha discutido arduamente y tiene a la sociedad francesa profundamente dividida.

“Por vez primera, desde hace más de una década, los dos grandes institutos franceses especializados en demografía y estadística, el Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) y el Institut national d’études démographiques (INED) han publicado dos estudios consagrados a intentar comprender los cambios de fondo que está sufriendo la sociedad francesa.

En una Francia de 67,6 millones de habitantes (2021), 19 millones son inmigrantes, hijos o nietos de inmigrantes. Entre todas las inmigraciones, la

¹¹³ ídem

¹¹⁴ Ídem

¹¹⁵ ídem

¹¹⁶ Ídem

árabe musulmana, magrebí y subsahariana, es la que tiene una importancia social, cultural y religiosa más significativa”¹¹⁷

Esta estadística les otorga a las comunidades de inmigrantes un peso del 28% dentro de la composición demográfica de Francia, lo que sin duda significa una gravitación muy importante en la vida diaria del país.

“Según los estudios del INSEE y el INED, 6,77 millones de franceses son musulmanes, inmigrantes, hijos y nietos de inmigrantes, un 10% aproximado de la población. Esa cifra consolida al islam como la segunda religión de Francia. [...] el INSEE y el INED insisten en otro punto significativo. La familia musulmana francesa es mucho más proclive que la familia cristiana o agnóstica a inculcar y transmitir su religión. Apenas un 67% de los católicos franceses insisten en transmitir a sus hijos sus convicciones religiosas. Por el contrario, un 91% de las familias musulmanas transmiten de manera muy firme sus convicciones religiosas.

Apenas un 6% de los católicos insisten en que la religión es una señal de identidad, cuando un 30% de los musulmanes estiman que la religión es la matriz de su identidad individual, familiar y social”¹¹⁸

Estos acontecimientos han llevado a una creciente polarización en el país, lo que torna la convivencia política objeto de numerosos ataques de odio. A su vez, poco más de un tercio de la población (37%) ha decidido votar a Agrupación Nacional de Le Pen en las últimas elecciones legislativas. Resalta en este partido el marcado sesgo anti inmigratorio que profesa y que ha encontrado canalización en una parte importante de la sociedad, que observa esta realidad con preocupación.

¿Qué rol cumple Qatar en esta situación? En páginas anteriores se desarrolló que el emirato tiene una relación económica bastante privilegiada con Francia. Una relación que permite el ingreso de volúmenes de capital bastante importantes al país europeo, canalizados en inversiones tan diversas como la compra del PSG, del Prix de l’Arc de Triomphe y de hoteles de lujo. Al mismo tiempo, la entrada al sector audiovisual a través de BeIN Sports y la inversión en acciones de los grupos Legardere, Accor, LVMH, Total Veolia y galerías Printemps fortalecen la presencia económica de capitales qataríes.

Por otro lado, se ha desarrollado en el capítulo anterior la inversión qatarí en grandes mezquitas alrededor de Europa. Entre ellas se destacó la construida en la ciudad francesa de Mulhouse como un ejemplo claro de intención de, si no es una expansión del islam, al menos una especie de contención hacia las comunidades practicantes de esta religión que está creciendo considerablemente en número en todo el continente europeo.

Dos conclusiones pueden sacarse del rol de Qatar en Francia. La primera es que es un socio económico muy importante y que ha diversificado sus inversiones de una manera

¹¹⁷ Quiñonero, Juan Pedro. “El islam se consolida como la segunda religión de Francia”. *ABC Internacional*. <https://www.abc.es/internacional/islam-consolida-segunda-religion-francia-20230409193755-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Finternacional%2Fislam-consolida-segunda-religion-francia-20230409193755-nt.html>. (9 de abril de 2023)

¹¹⁸ ídem

bastante agresiva. La segunda es que también ha invertido en religión, en lo que respecta a la financiación para la construcción de importantes mezquitas.

Marruecos en semifinales de un mundial: un caso inédito en la historia del fútbol

Un mundial de fútbol suele dar lugar a las sorpresas. Más allá de los equipos potencia en el deporte, que normalmente suelen ser no más de 8 (Actualmente, los primeros ocho equipos en el ranking FIFA¹¹⁹ son, en orden de mejor a peor, Argentina; Francia; España; Inglaterra; Brasil; Bélgica; Países Bajos y Portugal), la historia les guarda un lugar especial a las sorpresas.

En el Mundial 2022, la selección de fútbol de Marruecos se convirtió en el primer país africano y árabe en llegar a una semifinal.

“Aunque el fútbol genera grandes pasiones en una veintena de países de Medio Oriente y África, solo tres selecciones africanas habían llegado a cuartos de final de un Mundial, pero ninguna había logrado pasar de ahí. [...] (Hasta ahora...) Los marroquíes se aseguraron estar entre los cuatro mejores del mundo. Las únicas selecciones fuera de Europa y Sudamérica en alcanzar las semifinales de un mundial habían sido EE. UU en 1930 y Corea del Sur en 2002”¹²⁰

A su vez, se observa un componente inmigratorio muy fuerte dentro del equipo, ya que “De la plantilla de 26 jugadores, 14 nacieron fuera del suelo marroquí. [...] Cuatro de ellos nacieron en Países Bajos, cuatro en Bélgica, dos en Francia, dos en España, uno en Italia y uno en Canadá”¹²¹. Todo ello da cuenta del hecho de que los padres de los jugadores decidieron migrar a estos países y tuvieron a sus hijos allí. Y, estos últimos, decidieron representar al país de origen de sus progenitores.

El rendimiento en esta Copa del Mundo incrementó el Soft Power de Marruecos claramente. Los buenos resultados obtenidos le permitieron al país ganar visibilidad en aquellos lugares donde no se lo conoce bien, a la vez que reforzó la idea de Qatar de dar a conocer el islam, debido a que Marruecos profesa de manera mayoritaria la misma rama de esa religión (Sunita)

Por otro lado, la problemática de la inmigración se observa no solo en las plantillas de las selecciones de fútbol europeas, en las cuales el número de africanos nacionalizados o hijos de estos inmigrantes se incrementa exponencialmente, sino que también el número de jugadores nacidos en Europa que eligen representar al país de sus padres ha presentado un significativo aumento.

Por todo ello, podría concluirse de manera rápida que es posible que en un futuro más selecciones que tradicionalmente no han sido candidatas lleguen a instancias decisivas. Quizás alguna gane un Mundial y rompa la hegemonía América-Europa que, desde los

¹¹⁹ Fuente: <https://inside.fifa.com/es/fifa-world-ranking/men>

¹²⁰ Autores Varios. “3 datos de la selección de Marruecos, la gran revelación de Qatar 2022”. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-63880083> (6 de diciembre de 2022)

¹²¹ ídem

inicios en 1930, ha sido la regla. El impacto de esta posibilidad podría ser considerable en el Soft Power de esos países.

Capítulo 4: Al Jazeera y redes sociales-su rol en la comunicación de Qatar.

En este capítulo se profundizará la estrategia comunicacional que lleva a cabo Qatar a través de su cadena Al Jazeera y del uso de redes sociales. En este sentido, se reintroducirá el tema de la cadena qatarí a partir de estadísticas recolectadas en el capítulo 2 del trabajo y se las comparará con otras grandes cadenas internacionales. Además, se analizará la cobertura del Mundial 2022 por parte de la cadena, utilizando estadísticas de audiencia como seguidores en redes sociales, tendencias y datos de televisoras internacionales. Por último, se cerrará el capítulo haciendo referencia a su forma de transmisión.

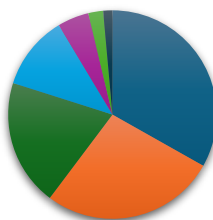
Al Jazeera: potencialidad comparada

La potencialidad de Al Jazeera se ha desarrollado en el capítulo 2. Ahora bien, ¿Cómo es esa potencialidad con respecto a otras grandes cadenas internacionales? Para desarrollar esta comparación se tendrán en cuenta solo los canales/perfiles con más seguidores de cada una de las cadenas seleccionadas.

*Cuadro y gráfico 4. 1: Facebook*¹²²

Perfil	Seguidores	Me gusta	País de origen
CCTV	49.000.000	48.000.000	China
CNN	40.000.000	34.000.000	Estados Unidos
Al Jazeera Channel	29.000.000	24.000.000	Qatar
BBC Earth ¹²³	17.000.000	11.000.000	Reino Unido
RT (Russia Today)	7.200.000	6.200.000	Rusia
DW News ¹²⁴	3.400.000	2.900.000	Alemania
IRNA ¹²⁵	2.100.000	1.900.000	Irán

Seguidores en Facebook



■ CCTV ■ CNN ■ Al Jazeera Channel ■ BBC Earth ■ RT (Russia Today) ■ DW News ■ IRNA

¹²² Fuente: datos extraídos de Facebook

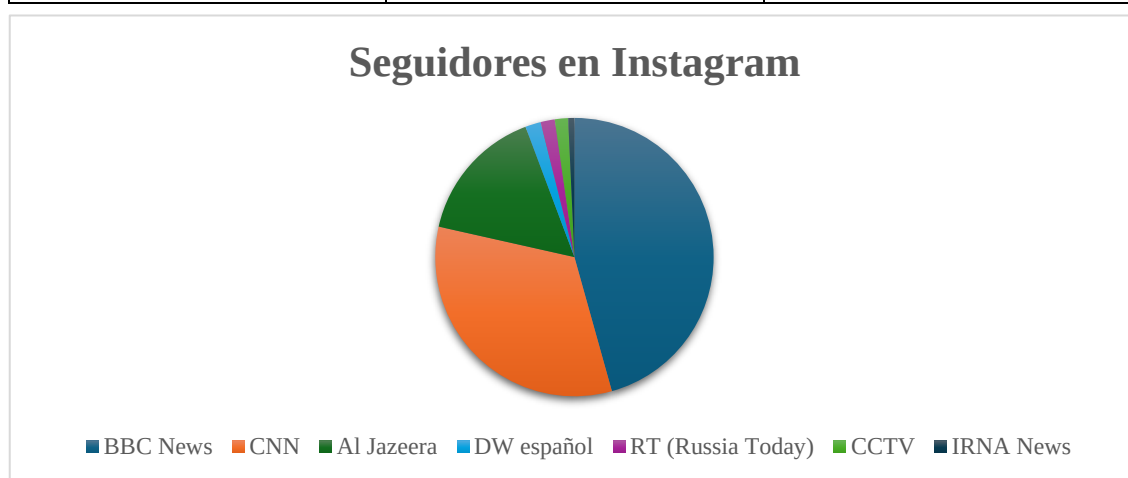
¹²³ Si bien es una derivación del perfil oficial de la BBC, se lo toma en cuenta por ser el que más seguidores e interacciones tiene.

¹²⁴ Para este perfil se tomaron estadísticas de la señal internacional en inglés, por ser la más numerosa en seguidores e interacciones.

¹²⁵ El perfil oficial de esta cadena se encuentra inactivo desde el año 2019 y no tiene verificado.

Cuadro y gráfico 4. 2: Instagram¹²⁶

Perfil	Seguidores	País de origen
BBC News	27.800.000	Reino Unido
CNN	20.000.000	Estados Unidos
Al Jazeera	9.600.000	Qatar
DW español ¹²⁷	1.100.000	Alemania
RT (Russia Today)	1.000.000	Rusia
CCTV	949.000	China
IRNA News	443.000	Irán



Cuadro y gráfico 4. 3: YouTube¹²⁸

Perfil	Suscriptores	Visitas	País de origen
Al Jazeera Arabic	17.900.000	11.330.000.000	Qatar
CNN	16.900.000	16.580.000.000	Estados Unidos
BBC News	16.600.000	5.540.000.000	Reino Unido
DW News	5.400.000	2.460.000.000	Alemania
CCTV	2.320.000	847.850.000	China
RT (Russia Today)	-	-	Rusia
IRNA	-	-	Irán

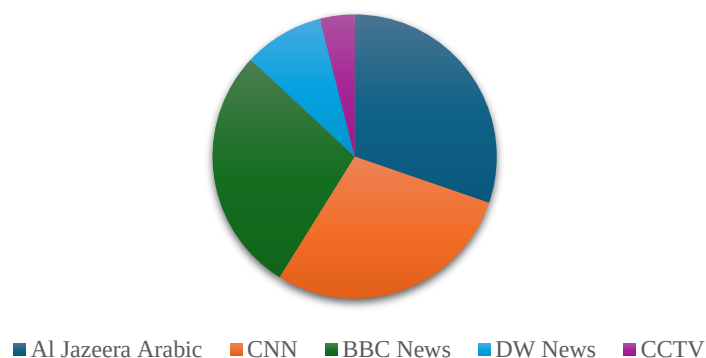
Fuente: datos extraídos de vidiq.com

¹²⁶ Fuente: datos extraídos de Instagram

¹²⁷ El perfil en español es el que más seguidores tiene en Instagram

¹²⁸ Fuente: datos extraídos de vidiq.com

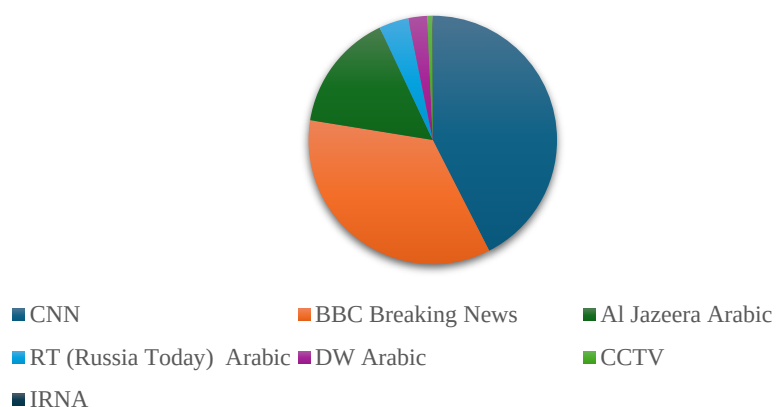
Suscriptores en YouTube



Cuadro y gráfico 4. 4: Twitter/X¹²⁹

Perfil	Seguidores	País de origen
CNN	62.800.000	Estados Unidos
BBC Breaking News	51.800.000	Reino Unido
Al Jazeera Arabic	22.800.000	Qatar
RT (Russia Today) Arabic ¹³⁰	5.700.000	Rusia
DW Arabic ¹³¹	3.600.000	Alemania
CCTV	1.000.000	China
IRNA	87.400	Irán

Seguidores en Twitter/X



¹²⁹ Fuente: datos extraídos de Twitter/X

¹³⁰ En Twitter/X la cuenta que registra mayor número de interacciones es la versión en árabe

¹³¹ Ídem

Potencialidad comprobada

A partir del análisis cuantitativo que tiene en cuenta seguidores de cada una de las cadenas seleccionadas, se puede concluir que Al Jazeera es un medio de comunicación masivo. Su estrategia hace foco en la utilización de todas las redes sociales posibles, reuniendo a un público importante interesado en las noticias emitidas.

En general, Al Jazeera se mantiene entre los primeros puestos en todas las redes sociales seleccionadas, destacándose como el canal con más suscriptores en YouTube y con el tercer puesto en Facebook, Instagram y Twitter/X.

Asimismo, es importante focalizar en el hecho de que la cadena qatarí sigue una estrategia de diversificación en diferentes perfiles que han sido omitidos para la comparación de estadísticas en este capítulo, pero que se encuentran desarrolladas en el capítulo 2. Todo ello con el objetivo de enfocarse en públicos específicos de diferentes regiones y con diferentes intereses. Esta diversificación es bastante común en los medios de comunicación masivos.

Mundial 2022 vs Mundial 2018: Audiencia comparada

Cuadro y gráfico 4. 5

Estadística	Mundial Qatar 2022	Mundial Rusia 2018
Audiencia total (incluye tv y redes sociales)	5.000.000.000	3.572.000.000
Audiencia en la final	1.500.000.000	1.120.000.000
Espectadores en estadios	3.404.252	3.031.768
Media de espectadores por partido	53.191	47.371

Fuente: informes de la FIFA¹³²

El incremento es notorio: la cifra de audiencia total, que incluye todas las interacciones desde TV hasta redes sociales ha aumentado un 29%; La final, Francia vs Argentina (2022) tuvo un 26% más de audiencia que la final Francia vs Croacia (2018); por último,

¹³² Autores Varios. “La Copa Mundial de la FIFA Catar 2022, en números”. *FIFA.com* <https://publications.fifa.com/es/annual-report-2022/tournaments-and-events/fifa-world-cup-quatar-2022/fifa-world-cup-qatar-2022-in-numbers/>. (s.f.)

Autores Varios. “Más de la mitad del planeta disfrutó de un mundial incomparable en 2018”. *Inside FIFA.com*. <https://inside.fifa.com/es/tournaments/mens/worldcup/2018russia/media-releases/mas-de-la-mitad-del-planeta-disfruto-de-un-mundial-incomparable-en-2018> (21 de diciembre de 2018)

Autores Varios. “Un mes después: 5.000 millones interactuaron con la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022”. *InsideFIFA.com*. <https://inside.fifa.com/es/tournaments/mens/worldcup/qatar2022/news/un-mes-despues-5-000-millones-interactuaron-con-la-copa-mundial-de-la-fifa>

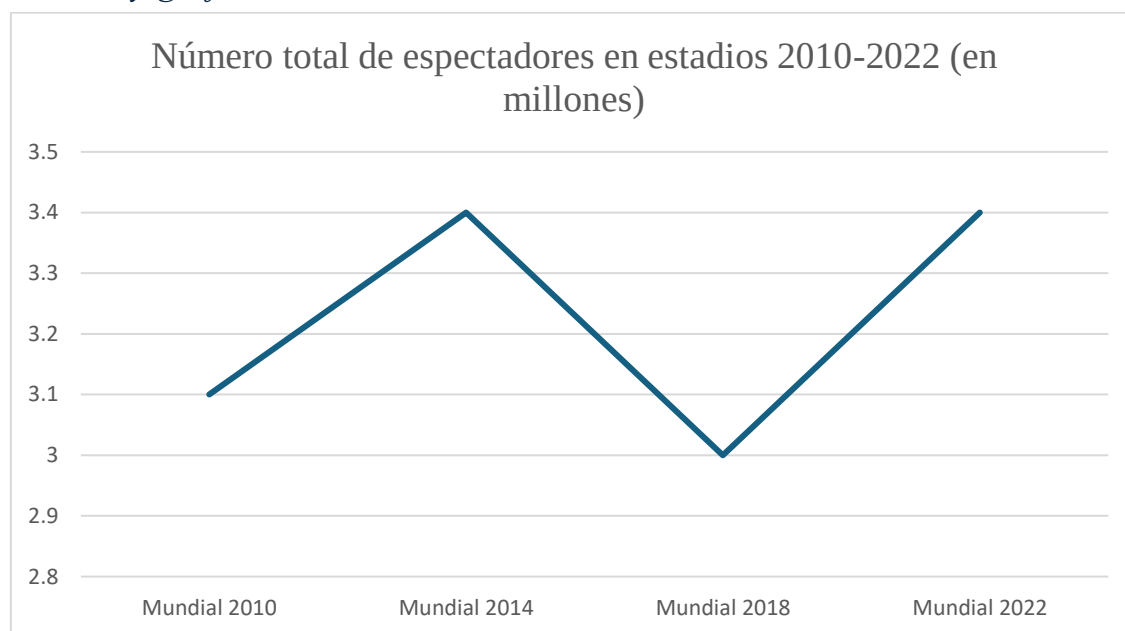
el número de espectadores presenciales en estadios gozó de una pequeña suba del 12%, lo que incrementó la media de espectadores de 47.371 a 53.191.

Estas estadísticas permiten concluir que el Mundial Qatar 2022 representa un gran paso adelante en masividad con respecto al Mundial Rusia 2018.

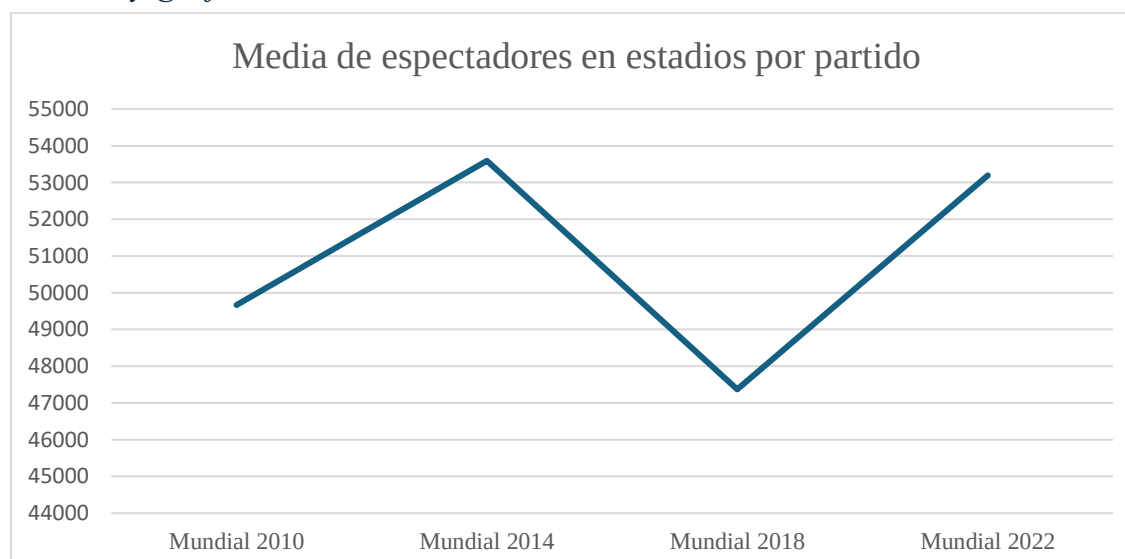
Masividad: comparación 2010 a 2022

Para un panorama más general, en los siguientes gráficos se compara el periodo¹³³ que va desde el Mundial Sudáfrica 2010 hasta el Mundial Qatar 2022.

Cuadro y gráfico 4. 6

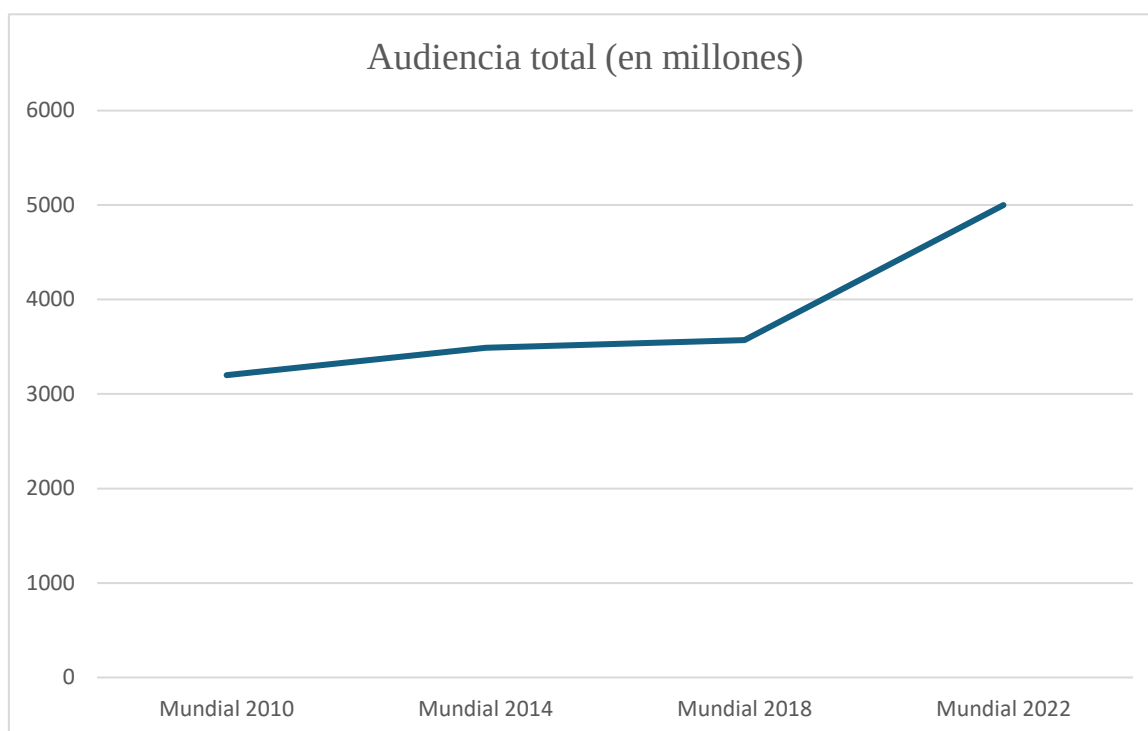


Cuadro y gráfico 4. 7



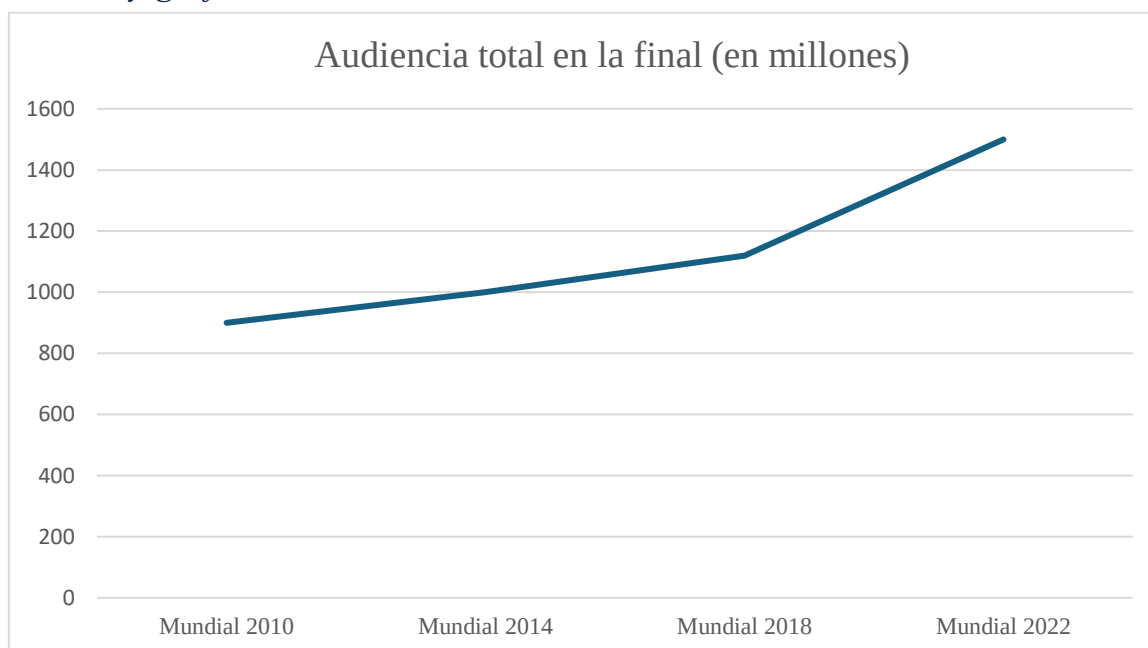
¹³³ Los datos de los mundiales 2010 y 2014 en cuanto número total de espectadores; media por partido y audiencia de la final fueron extraídos de la base de datos de Wikipedia

Cuadro y gráfico 4. 8



134

Cuadro y gráfico 4. 9



¹³⁴ En cuanto a la audiencia total, los datos se extrajeron del artículo <https://www.mediotiempo.com/futbol/copa-mundial/mil-millones-personas-vieron-mundialista-sudafrica-2010>, el cual puntualiza un dato que no ha sido encontrado en los Informes FIFA. (Audiencia Total Mundial 2010)

En cuanto al Mundial 2014, el dato de la audiencia total fue extraído del siguiente enlace <https://es.statista.com/estadisticas/1343257/telespectadores-de-la-copa-mundial-de-futbol-de-la-fifa-a-nivel-mundial/>

Las estadísticas recolectadas permiten concluir que el Mundial 2022 no presenta un gran incremento en cuanto a número de espectadores totales en estadios (y, por lo tanto, la media de asistencia tampoco se eleva demasiado). En todo caso, los niveles de asistencia son similares a los del Mundial Brasil 2014 y superiores a los obtenidos en Sudáfrica 2010 y Rusia 2018.

Sin embargo, se observa un punto de quiebre en cuanto al número de audiencia total. El mismo se mantenía en torno a los 3500 millones de espectadores en los tres Mundiales precedentes, observando un incremento del 29% para el evento organizado en 2022, llegando a los 5000 millones. Al mismo tiempo, las finales precedentes mantenían una audiencia en torno a los 1000 millones de espectadores (llegando a tocar los 1120 millones en Rusia 2018), mientras que Francia-Argentina en 2022 alcanzó cifras de 1500 millones de espectadores, es decir, un incremento del 26%. Esto permite concluir que existe una intención de utilizar medios de comunicación digitales por parte de Qatar, los cuales engrosaron las filas de las interacciones por TV y posibilitaron que el último mundial sea el de mayor masividad.

Las televisoras internacionales

En cuanto a la forma de transmisión más tradicional, la Televisión, existen datos que resulta interesante conocer. Estos han sido recopilados en el informe de la FIFA del mundial 2022¹³⁵ y permite describir un panorama general de transmisión internacional.

Cuadro y gráfico 4. 10: Cadena y número de espectadores

Cadena(s)	Número de espectadores	Lugar al que transmite
BeIN Sports	242.790.000 en la final	Oriente Medio y África
TV Asahi	36.000.000 en el partido Japón vs Costa Rica	Japón
FOX	26.000.000 en la final	Estados Unidos
TF1	24.080.000 en la final	Francia
TV Pública, TyC Sports y DirecTV	12.070.000 en la final	Argentina

De estos ejemplos resalta uno en particular: el caso de BeIN Sports. Según la página oficial de BeIN Media Group¹³⁶, esta cadena de origen qatari y cuyo presidente es Nasser Al-Khelaifi (presidente del PSG), inició sus transmisiones en noviembre del 2003 bajo el nombre de Al Jazeera Sports.

Continuó con su expansión en la década siguiente, en donde lanzó su versión francesa (2012), estadounidense (2012) y asiática (2013). En diciembre del 2013, Al Jazeera se

¹³⁵ Autores Varios. “La Copa Mundial de la FIFA Catar 2022, en números”. *FIFA.com* <https://publications.fifa.com/es/annual-report-2022/tournaments-and-events/fifa-world-cup-qatar-2022/fifa-world-cup-qatar-2022-in-numbers/>. (s.f.)

¹³⁶ <https://www.beinmediagroup.com/the-group/>

desliga de los canales deportivos, pasando estos a llamarse beIN Sports en enero del 2014, como parte de la nueva empresa beIN Media Group creada en ese año.

Durante los años siguientes siguieron su expansión a mercados como el australiano y el español, así como se desligaron de la programación exclusivamente deportiva para lanzar canales de películas en la región de Medio Oriente y el norte de África.

La evolución es clara: beIN Sports es una escisión de Al Jazeera, quién la controló hasta el año 2014. Con posterioridad, la cadena deportiva se independizó del portal de noticias y se hizo parte de la programación de una nueva empresa, también de origen qatari.

Las redes sociales: interacciones durante el Mundial

Ya se puntualizó el potencial de Al Jazeera y se la comparó con otras grandes cadenas televisivas. Ya se describieron datos de las grandes televisoras internacionales y se concluyó que, en cuanto a deporte, el canal líder es beIN Sports, que hasta 2014 fue parte de Al Jazeera. Ya se desarrolló brevemente el hecho de que, pese a que el canal deportivo ya no es parte de la cadena estatal qatari, su empresa líder está situada en Doha.

Es el turno ahora de desarrollar brevemente estadísticas de tendencias durante el mundial. Para ello, se seleccionarán solo las cuentas principales de Al Jazeera en las cuatro redes sociales analizadas durante todo el trabajo: YouTube; Twitter (X); Facebook e Instagram y se analizarán incrementos en cantidad de seguidores/suscriptores; interacciones y publicaciones durante el período septiembre 2022- febrero 2023¹³⁷. Asimismo, también se analizará el perfil oficial de FIFA World Cup bajo los mismos términos.

Para llegar a ese fin, se utilizará Social Blade¹³⁸, una página que recopila estadísticas de todo tipo de perfiles en las principales redes sociales.

Por último, teniendo en cuenta que la red social que mejor explica las tendencias es Twitter (X), se insertarán estadísticas de Twitter Trending¹³⁹ del periodo 2020-2024.

¹³⁷ La elección de este periodo obedece a la finalidad de comparar estas estadísticas con los dos meses inmediatamente anteriores y los dos meses inmediatamente posteriores.

¹³⁸ <https://socialblade.com/>

¹³⁹ <https://www.twitter-trending.com/>

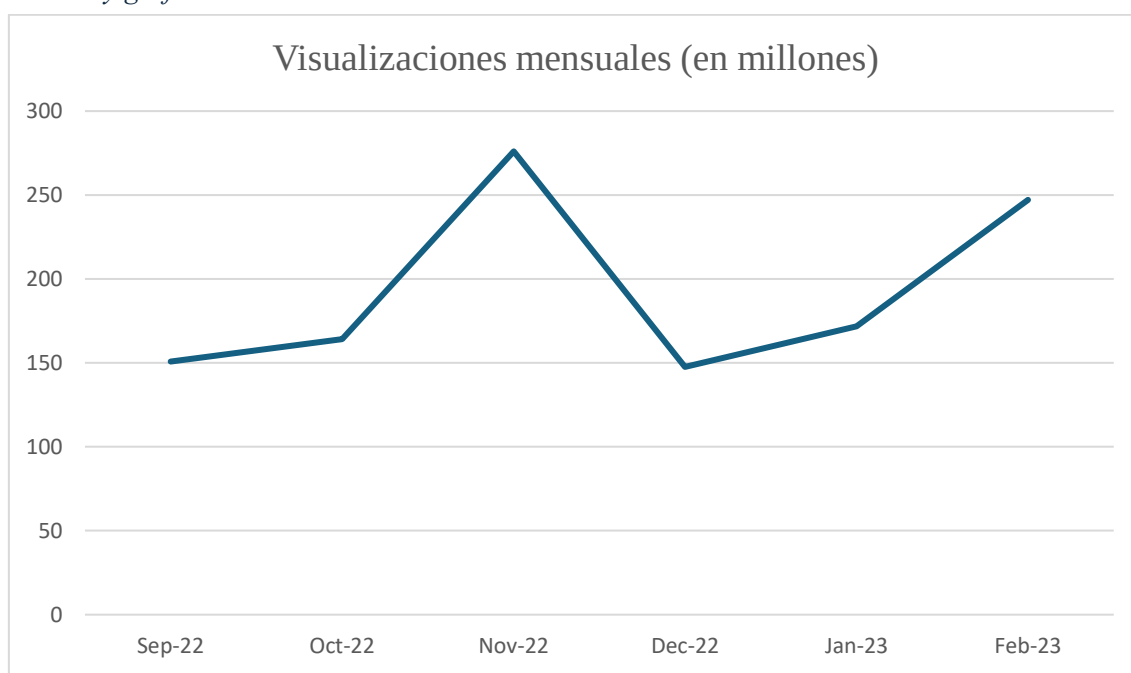
Al Jazeera

YouTube: canal Al Jazeera Arabic

Cuadro y gráfico 4. 11: Suscriptores



Cuadro y gráfico 4. 12: Visualizaciones



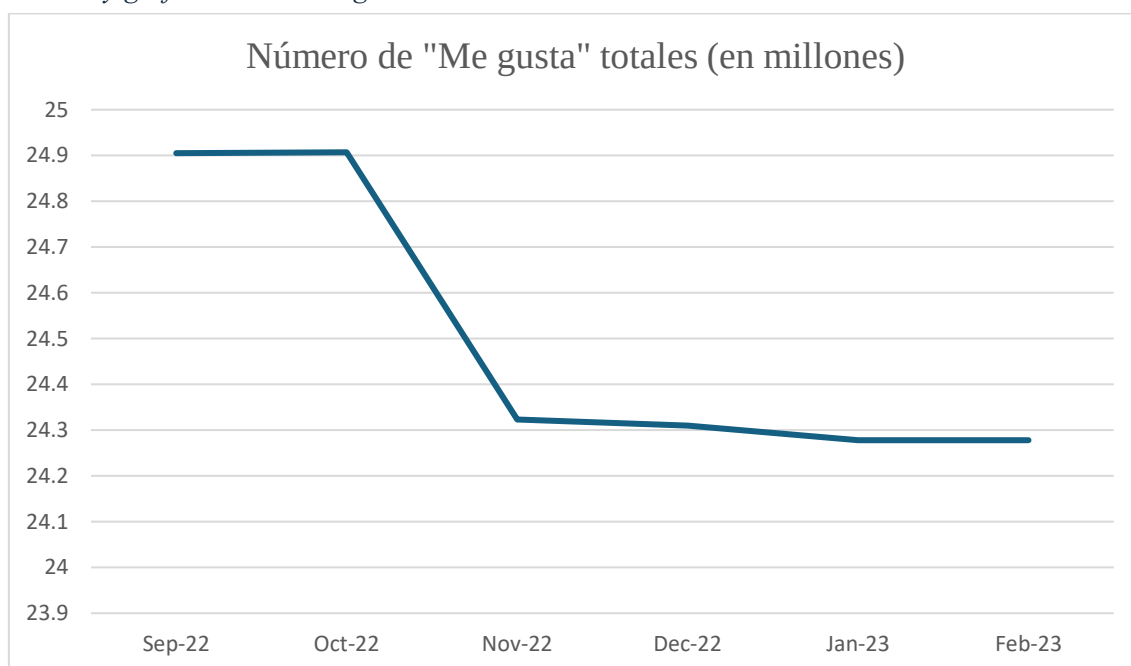
Durante el periodo del mundial (noviembre-diciembre 2022) se observa un notorio incremento en visualizaciones mensuales. En cuanto a suscriptores, la ganancia mensual se duplica en diciembre de 2022, repitiéndose esa tendencia en febrero del 2023.

Facebook: perfil Al Jazeera Channel

Cuadro y gráfico 4. 13: Seguidores¹⁴⁰



Cuadro y gráfico 4. 14: "Me gusta"

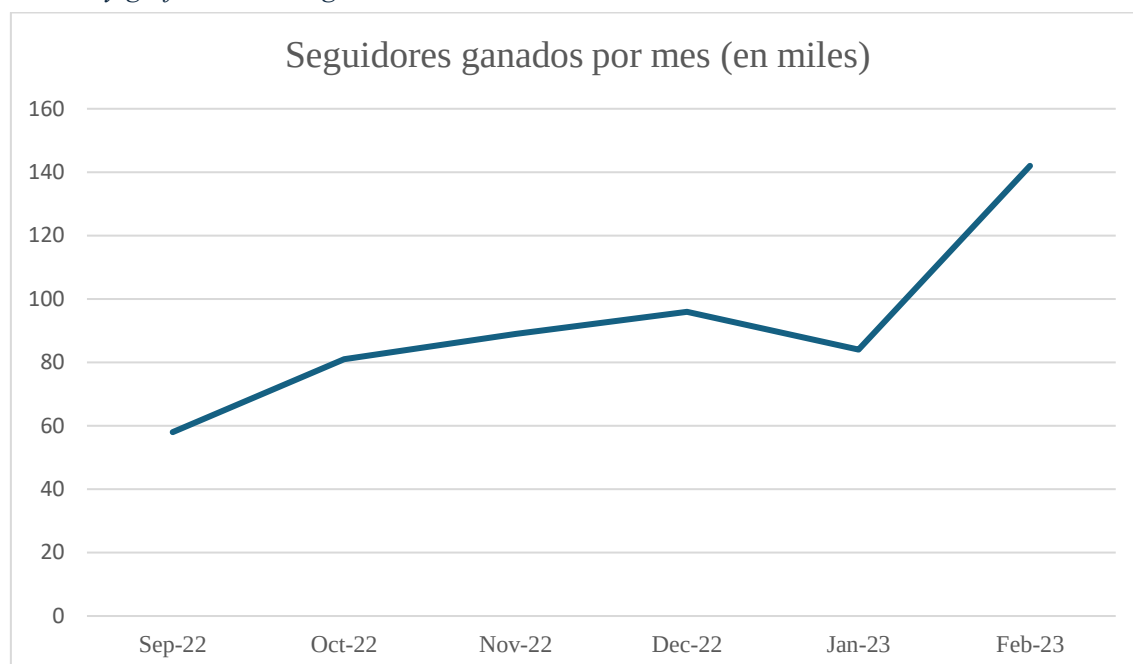


En cuanto a número de seguidores y "Me gusta" de Al Jazeera channel, no se observan incrementos en el primero, mientras que en el segundo el número cayó de manera leve.

¹⁴⁰ Para este gráfico se utilizó la estadística "personas hablando de esto", la cual refleja de manera más precisa a la cantidad de personas que mencionaron al perfil y que interactuaron frecuentemente con la página

Instagram: perfil Al Jazeera

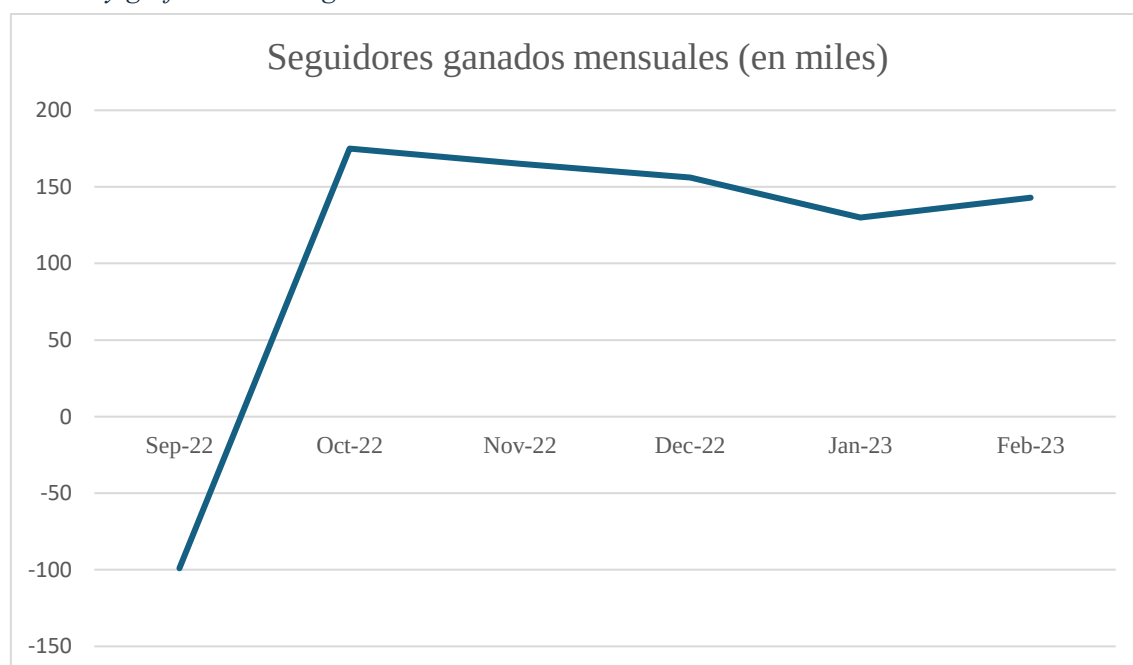
Cuadro y gráfico 4. 15: Seguidores



Como puede observarse, se asiste durante los meses de la organización del mundial a una notable suba en cuanto a número de seguidores ganados mensuales. Dicha tendencia se agudiza en febrero de 2023, por razones que escapan a la naturaleza de este trabajo.

Twitter/X: perfil Al Jazeera Arabic

Cuadro y gráfico 4. 16: Seguidores



Como puede observarse, el perfil Al Jazeera recupera los seguidores perdidos en octubre de 2022 (y gana aproximadamente 50.000 más), para mantenerse en números constantes durante el periodo de organización del mundial y posterior.

Breve conclusión

La Cadena Al Jazeera tiene una potencialidad enorme que ha aprovechado durante el mundial. Así, puede observarse que durante el periodo de organización del evento el canal de YouTube ganó 300.000 suscriptores y 423 millones de visitas; el perfil de Facebook obtuvo 229.000 personas que interactúan con la cadena, mientras que el número de “Me gusta” decreció 600.000 hasta llegar a 24.300 millones; al mismo tiempo, el perfil de Instagram incrementó sus seguidores en 185.000 personas; por último, en Twitter/X se ganaron 321.000 seguidores.

Sin embargo, estos números no son demasiado impresionantes. En algunas ocasiones, se trata de continuaciones de tendencias anteriores, mientras que en otras si hay un importante incremento en número (como en las visualizaciones del canal de YouTube durante el mes de diciembre de 2022). Todo ello podría decirse que se debe a que, probablemente, la cadena ya había explotado su potencialidad previa al mundial. Por ende, no necesitó del evento para impulsarse, sino que lo utilizó para mantenerse vigente.

Por último, cabe recalcar que el canal encargado de transmitir a todo Medio Oriente y África fue beIN Sports, una escisión de Al Jazeera, que desde el año 2014 pertenece a una empresa diferente¹⁴¹ y que ha llegado a 242.790.000 personas en la final del evento. Por ende, deberá entenderse que, si bien Al Jazeera también ha transmitido y publicado contenido del mundial, beIN Sports fue el canal que tuvo como misión principal esa transmisión.

FIFA World Cup

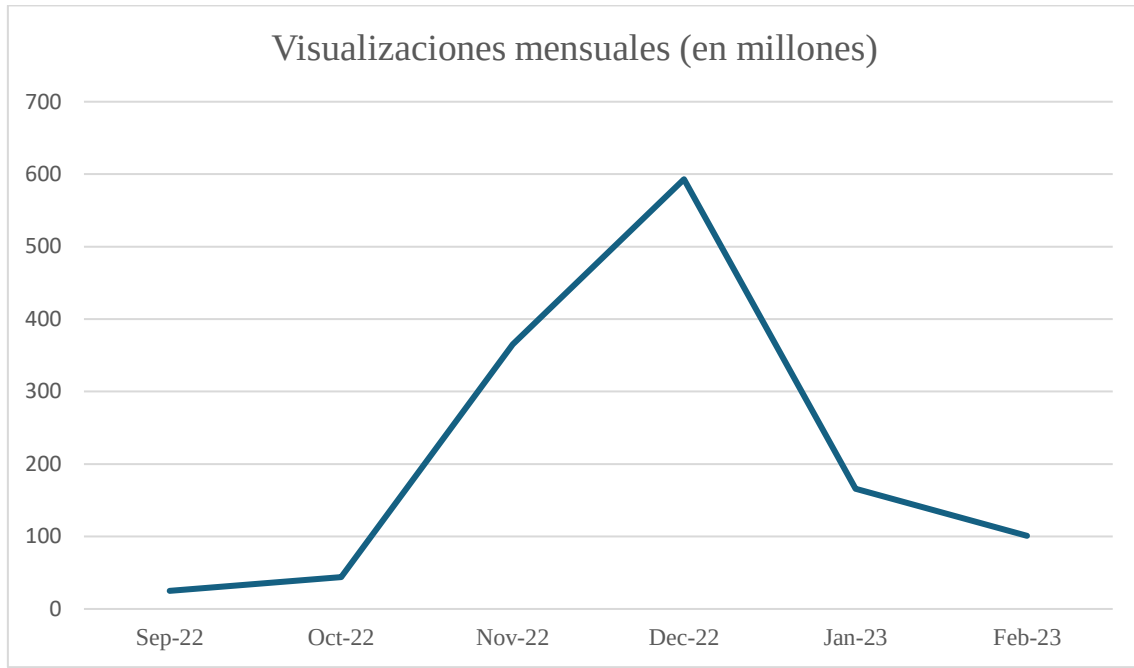
YouTube: canal FIFA

Cuadro y gráfico 4. 17: Suscriptores



¹⁴¹ BeIN Media Group es también de origen qatari.

Cuadro y gráfico 4. 18: Visualizaciones



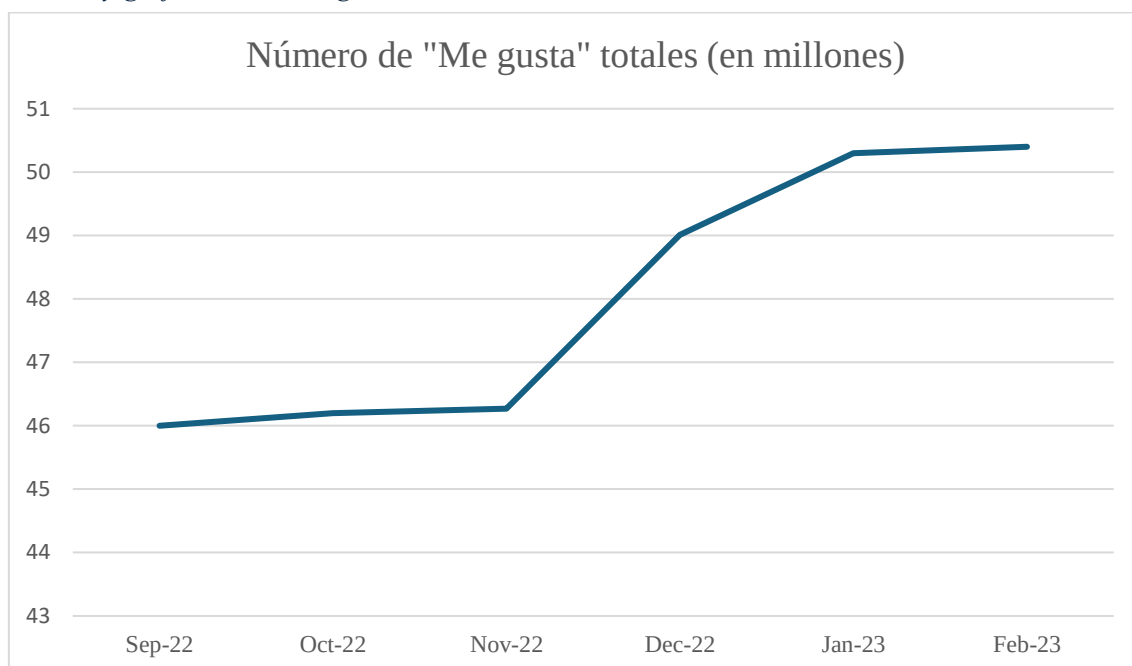
El dato es claro: durante los meses del mundial, el canal de la FIFA creció exponencialmente, ganando un total de 6.1 millones de suscriptores y 958 millones de visitas.

Facebook: perfil FIFA World Cup

Cuadro y gráfico 4. 19: Seguidores



Cuadro y gráfico 4. 20: Me gusta



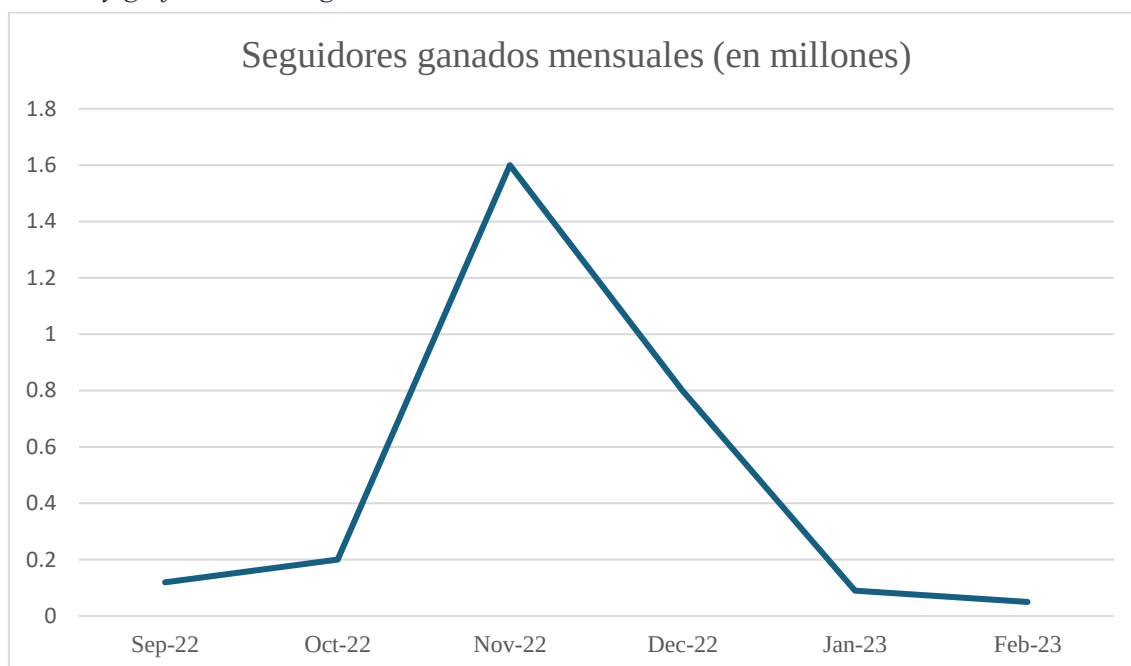
Durante los meses del mundial, el perfil de Facebook FIFA World Cup obtuvo 11 millones de seguidores (gente “hablando de esto”) y aproximadamente 4 millones de “Me gusta” más.

Instagram: perfil FIFA World Cup

Cuadro y gráfico 4. 21: Seguidores



Los seguidores ganados por mes reflejan que, durante los meses del mundial, el perfil ha ganado cerca de 9,1 millones.



Durante los meses del mundial, el perfil ha ganado 2,4 millones de seguidores.

Breve conclusión

En el perfil de la FIFA se observa de manera clara el incremento de interacciones en todas las redes, marcando un punto de quiebre respecto al periodo inmediatamente anterior y al periodo inmediatamente posterior. Por lo tanto, es probable que la verdadera potencialidad a nivel redes pase por los perfiles oficiales del ente organizador del evento y que Al Jazeera haya tenido un rol secundario en la transmisión de los contenidos del mundial.

Tendencias en Twitter/X: período 2020-2024

Para llevar a cabo esta comparación de tendencias, deben hacerse algunas aclaraciones. En primer lugar, se ha utilizado el sitio Twitter Trending¹⁴². El mismo cuenta con estadísticas actualizadas en tiempo real que permiten observar el estado actual de las tendencias mundiales.

En segundo lugar, lo cierto es que este sitio se limita a recolectar estadísticas diarias, sin rastros de informes mensuales que hubieran sido enriquecedores para este trabajo. Por lo tanto, se tomó la decisión de utilizar los días 20 de cada mes a los fines de efectuar la comparación, teniendo en cuenta que ese día (20 de noviembre de 2022) fue la fecha fijada para el comienzo del Mundial. Excepcionalmente, se tomaron datos del día 18 de diciembre de 2022 porque fue la fecha en la que culminó el evento. Por su parte, debe considerarse el hecho de que los datos del 2024 tienen fecha de corte en junio.

¹⁴² <https://www.twitter-trending.com/>

Por último, y a los fines de no abrumar con demasiados datos, se tendrán en cuenta solo las cinco tendencias mundiales más importantes de cada año, dentro de los parámetros establecidos con anterioridad.

Cuadro y gráfico 4. 23: Tendencias

Año	Tendencia nro 1 (interacciones- fecha)	Tendencia nro 2 (interacciones- fecha)	Tendencia nro 3 (interacciones- fecha)	Tendencia nro 4 (interacciones- fecha)	Tendencia nro 5 (interacciones- fecha)
2020	Juneteenth (4.169.776- 20/6)	#EndSARS (3.704.303- 20/10)	Nigeria (2.526.250- 20/10)	#GOT7_NOTBY THEMOON (2.446.934- 20/4)	#BTS_BE (2.368.081- 20/11)
2021	Biden (4.854.149- 20/1)	Father's Day (2.777.295- 20/6)	#BTS_BE (2.368.081- 20/11)	George Floyd (2.149.551- 20/4)	Pará (2.106.764- 20/4)
2022	Messi (3.542.338- 18/12)	Argentina (3.327.211- 18/12)	Mbappe (2.892.072- 18/12)	Father's Day (2.546.099- 20/6)	Qatar (2.464.943- 20/11)
2023	#ไหวตนายกรบ2 (5.960.000- 20/7)	Israel (5.920.000- 20/10)	Milei (4.980.000- 20/11)	Gaza (4.900.000- 20/10)	Argentina (4.600.000- 20/11)
2024 (hasta junio)	\$ZRO (8.800.000- 20/6)	Air drop (5.980.000- 20/1)	For You (5.580.000- 20/3)	\$BLOCK (4.940.000- 20/3)	\$GMRX (4.280.000- 20/3)

Pese a las limitaciones mencionadas anteriormente, es posible concluir que durante el año 2022 las tendencias relacionadas con el mundial se han situado dentro de las principales. Asimismo, Qatar ha sido mencionado casi 2,5 millones de veces el 20 de noviembre de 2022, el día de su partido inaugural. Es probable que esto sea histórico, aunque no se puede concluir que haya sido la primera vez que pasó¹⁴³. Sin embargo, hay una verdad ineludible: el emirato ha sido conocido por mucha gente a raíz del evento.

Es cierto que era esperable que este evento multitudinario se ubique entre las principales tendencias mundiales. Sin embargo, sus interacciones no son récord en los años señalados, ya que hay otros temas que reunieron un mayor número. Aun así, la masividad del mundial de fútbol es evidente.

Al Jazeera-forma de transmisión

Ya se planteó que Al Jazeera sigue una estrategia comunicacional de diversificación en muchos perfiles, a los fines de llegar a más gente. Ya se dijo, también, que la cadena maneja todas las redes sociales estudiadas en este trabajo y que es bastante activa en ellas.

¹⁴³ Ello escapa a este trabajo. Deberían analizarse, en ese caso, las tendencias diarias de todos los días desde el 21 de marzo de 2006, fecha en la cual la red social comenzó a funcionar.

Una breve conclusión evidenciará que la estrategia comunicacional de Al Jazeera es similar a la de los grandes medios de comunicación hegemónicos como la BBC o CNN. Asimismo, también es elevado el número de seguidores en cada una de las redes sociales, lo que hace a la cadena qatarí una potencia, al menos, regional.

Debe tenerse en cuenta el hecho de que Al Jazeera es un canal de noticias y su foco es, esencialmente, ese. Por ende, los deportes juegan un rol secundario en sus transmisiones y es por ello por lo que durante el mundial 2022 puede observarse un crecimiento moderado de las interacciones, a diferencia del perfil oficial de la FIFA World Cup que tuvo un “boom” de seguidores y likes durante el periodo noviembre-diciembre 2022.

Los lemas de Al Jazeera son “la opinión, y la opinión del otro”; “Todas las noticias, todo el tiempo”; “Periodismo sin miedo”; “Si es noticia, se pone en el aire, ya sea Bush o Bin Laden”. Lo cierto es que esta filosofía permite observar la existencia de un enfoque alternativo en las noticias y, a veces, contrario al que suele darse en los medios de comunicación dominados por occidente.

Para desarrollar este tema se tendrán en cuenta los artículos publicados en Al Jazeera English¹⁴⁴ durante el mundial 2022, en especial aquellos de opinión que, si bien no reflejan necesariamente el pensamiento de la cadena en su conjunto, si es cierto que deben seguir ciertas líneas editoriales. Con ello se aspira a describir la forma en la cual la cadena oficial qatarí toma la organización de este evento deportivo multitudinario, así como la manera en la que responde a las críticas formuladas por algunos occidentales con respecto a los derechos humanos y a las polémicas que acarrearón la construcción de los estadios.

Primero un panorama general: existieron protestas previas al evento. Muchas de ellas fueron tomadas por las selecciones de fútbol que participaron del mismo, partiendo del hecho de que “un reporte publicado a principios de mes (marzo 2021) allegó que 6500 trabajadores migrantes de India, Pakistán, Bangladesh, Nepal y Sri Lanka han muerto en Qatar desde el 2010 (fecha en la cual ganó los derechos de ser sede en 2022)”¹⁴⁵. Asimismo, “también hubo protestas en contra de las condiciones de trabajo, especialmente durante el verano, cuando la temperatura pasa los 40 grados centígrados, abuso salarial y falta de derechos para trabajadores migrantes”¹⁴⁶. Por ello, algunas selecciones de fútbol alzaron su voz en contra de la organización del evento:

“La selección holandesa vistió camisetas con las palabras *Football supports change*¹⁴⁷. Los jugadores noruegos (por su parte) utilizaron equipación con la palabra *Human Rights, On and off the pitch*¹⁴⁸. (Asimismo) el equipo titular alemán salió a la cancha con camisetas, cada una con una letra, para deletrear *Human Rights*¹⁴⁹. (Por último) El domingo, jugadores daneses también se pronunciaron a favor de la causa”.

¹⁴⁴ Se presume que es la cadena hermana de su par árabe y sigue la misma línea editorial. Enlace: <https://www.aljazeera.com/>

¹⁴⁵ Autores Varios. “Why are football teams protesting against Qatar 2022 World Cup?”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/news/2021/3/28/why-are-football-teams-protesting-against-qatar-2022-world-cup> (28 de marzo de 2021) [La traducción es propia].

¹⁴⁶ Ídem

¹⁴⁷ “El fútbol apoya el cambio”

¹⁴⁸ “Derechos humanos, dentro y fuera de la cancha”

¹⁴⁹ “Derechos humanos”

También existieron críticas con respecto a los derechos LGBTQ. Por ejemplo, “el secretario de Estados de USA Antony Blinken se manifestó en contra de la prohibición de los brazaletes de colores en la Copa del Mundo de Qatar”¹⁵⁰, argumentando que esto era una restricción a la libertad de expresión.

Ante estas acusaciones, es evidente que periodistas de Al Jazeera iban a responder. Belén Fernández, en su artículo “The massive hypocrisy of West’s World Cup Concerns”¹⁵¹ lanzó una serie de respuestas a las críticas formuladas por occidente, bajo el dicho “Mírate al espejo antes de juzgar a otros”.

Sostiene la periodista, como respuestas a las críticas del secretario de estado Antony Blinken, que no tiene en cuenta “el tiroteo en un club gay en el estado de Colorado que mató a cinco personas e hirió a otras 18”¹⁵². Asimismo,

“David Zarrinnal, me comunicó vía mail que las actitudes supremacistas y el imperio cultural de occidente se observan en la Copa del Mundo- camufladas, como siempre, en la defensa de los derechos humanos.

[...] Las personas que critican la lectura de Qatar sobre los derechos LGTBQ, dijo Zarinnal, son ignorantes de la larga historia de homosexualidad en el mundo árabe, reflejado en su poesía, su arte visual y su historia social.

[...] Gianni Infantino, el presidente italiano de la FIFA, [...] (dijo que) por todo lo que los europeos hemos estado haciendo durante los últimos 3000 años alrededor del mundo, deberíamos estar pidiendo perdón por los próximos 3000 años antes de darle lecciones morales a la gente

Él también criticó la denuncia selectiva de abuso laboral en Qatar, cuando las compañías occidentales también se han visto beneficiadas por las condiciones laborales en el país- las cuales, él considera, han mejorado considerablemente en el contexto de la Copa del Mundo- y cuando la política europea antiinmigración xenófoba es responsable de la muerte de miles y miles de refugiados en el Mar Mediterráneo y más allá”¹⁵³

En línea con las opiniones polémicas de la anterior periodista, Larbi Sadiki, en su artículo “The Qatar World Cup is about to shatter colonial myths”¹⁵⁴, sostiene que el evento “puede ayudar a descolonizar creencias acerca de las culturas árabe y musulmana”¹⁵⁵. En este sentido, “Edward Said y Gayatri Spivak han argumentado que la imaginación Euroamericana ha venido imponiendo que es lo *bueno*, mientras determinaba como lo *oriental* es representado”¹⁵⁶.

¹⁵⁰ Fernández, Belén. “The massive hypocrisy of the West’s World Cup concerns”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2022/11/28/the-massive-hypocrisy-of-the-west-s-world-cup-concerns>. (28 de noviembre de 2022) [La traducción es propia]

¹⁵¹ Ídem

¹⁵² Ídem

¹⁵³ Ídem

¹⁵⁴ Sadiki, Larbi. “The Qatar World Cup is about to shatter colonial myths”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2022/11/18/qatar-2022-world-cup-football-colonial> (18 de noviembre de 2022) [La traducción es propia].

¹⁵⁵ Ídem

¹⁵⁶ Ídem

El periodista argumenta que la Copa del Mundo ofrece la oportunidad de “reiniciar esas narrativas”¹⁵⁷, a la par que sostiene que “la edición qatarí de la Copa del Mundo puede ayudar a descolonizar creencias sobre las sociedades árabe y musulmana utilizando esas culturas para enriquecer la experiencia global del fútbol¹⁵⁸”. Asimismo “también hay otra oportunidad de compartir la afinidad al multiculturalismo para contrarrestar la visión occidental del *fanático musulmán*”¹⁵⁹.

Lo cierto es que la “forma de transmisión” del Mundial de Fútbol difirió de la occidental. A la par que se respondían críticas sobre los derechos humanos en el emirato, planteando la “hipocresía de occidente”, también se resaltaba que el evento era una gran oportunidad para mostrar al mundo como realmente es la vida en Qatar. Al mismo tiempo, los periodistas de Al Jazeera lanzaban filosas críticas que bien pueden ser parte de un punto de vista alternativo.

En conclusión, Al Jazeera no fue la cadena encargada de transmitir los partidos del mundial, esa fue beIN Sports. Sin embargo, resulta evidente que se aprovechó el evento y se lo cubrió en forma de noticias y artículos de opinión, como así también videos informativos.

¹⁵⁷ Ídem

¹⁵⁸ Ídem

¹⁵⁹ Ídem

Capítulo 5: La sharía y su rol en el estado qatari

En este capítulo se reintroducirá el tema de la religión en Qatar, desarrollado durante el capítulo 2, a los fines de comprender la importancia que esta tiene en el emirato; se analizarán los discursos sobre la sharía y que pasó en el mundial con ella (por ejemplo, la situación de las mujeres y la comunidad LGBT en los estadios, hechos que desataron polémicas antes del mundial). Además, y trayendo a colación el hecho comprobado de que Qatar utiliza a la religión en su política exterior, se desarrollarán estadísticas de “captación” de nuevos fieles, es decir, las mismas describirán el número de adeptos del islam en el mundo actualmente y vislumbrarán un escenario posible para 2050. Por último, y en línea con lo anterior, se insertarán estadísticas que reflejen la imagen que esta religión posee, particularmente en Europa y generalmente a nivel mundial.

La religión en Qatar

Qatar es un país musulmán que profesa la rama sunita del islam. En ella se veneran a todos los profetas mencionados en el Corán, pero particularmente a Mahoma, quién es considerado El Profeta. Según la ficha país publicada en junio de 2024 de la Oficina de Información Diplomática de España¹⁶⁰, de la población religiosa del emirato el 77% son musulmanes (90% sunníes, 10% chiíes). El restante 23% se divide entre un 9% de cristianos y un 14% de hinduistas, budistas y creyentes de otras religiones.

A nivel regional, la religión sitúa a Qatar al lado de países como Arabia Saudita, Afganistán, Pakistán, Jordania, Kuwait, Yemen, Emiratos Árabes Unidos, Egipto, Túnez, Libia, Turquía y Siria; mientras que al frente se encuentran países como Irán, Irak, Bahrein y Azerbaiyán, quienes practican la rama chiita del islam. Esta sostiene, en síntesis, que Ali (yerno de Mahoma) es, junto a sus descendientes, el que tiene el derecho a liderar a los musulmanes.

En este sentido, el emirato posee una base de creyentes mayoritariamente musulmana (77%) y suní (90%). Asimismo, el hecho de que la dinastía Al Thani, que gobierna desde 1971, profese el islam suní hace de esta rama la que más peso tiene, con diferencia, dentro del estado.

Para entender a mayor profundidad el rol que Qatar le asigna a la religión, conviene remitirse a la nueva constitución del emirato, aprobada el 29 de abril de 2003 y en vigor desde el 9 de abril de 2004¹⁶¹:

- a. Art 1: Qatar es un Estado árabe, soberano e independiente. Su religión es el islam, y la ley islámica es la fuente principal de sus legislaciones [...].
- b. Art 10: En su nombramiento ante este Príncipe, el Heredero Aparente¹⁶² toma el siguiente juramento: “Juro por Dios, el Grande, respetar la ley islámica, la

¹⁶⁰ Autores Varios. “Qatar: estado de Qatar”. *Oficina de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España*. (junio de 2024)

¹⁶¹ Autores Varios. “Qatar 2003”. *BCN Chile*. <https://www.bcn.cl/procesoconstituyente/comparadordeconstituciones/constitucion/qat> (s.f.)

¹⁶² Según el artículo 8, el gobierno del estado es hereditario en la familia de Al Thani y en los descendientes varones de Hamad Ben Khalifa Hamad Ben Hamad Ben Abd-Allah Ben Jassim. La herencia de las reglas va al hijo designado por el Príncipe (Emir) como Heredero Aparente.

Constitución y la Ley, y mantener la independencia del país, y salvaguardar su integridad territorial, Proteger las libertades e intereses del pueblo, y ser leal a la Patria y el Príncipe”.

c. Art 21: La familia es el núcleo de la sociedad. Sus pilares son la religión, la moral y el amor de la Patria [...].

d. Art 51: El derecho a la herencia es inviolable y se rige por la ley islámica.

Como puede observarse, el islam es la religión del estado y la ley islámica¹⁶³ es tomada como principal fuente para la legislación. Ello quiere decir que la sharía impera en el orden público con notoriedad, ya que los legisladores deberán atenerse a lo que ella dice. Asimismo, el Heredero debe pronunciar un discurso en el que jura respetar la ley islámica, trayéndola al centro de la vida política. Al mismo tiempo, se consagra como pilar de la familia a la religión. Por último, la herencia se rige por la sharía: todo lo atinente a ella está contenido en la ley islámica y no requiere adopción por parte del derecho civil qatari.

A modo de breve conclusión, la religión es importante en Qatar. Particularmente, el islam suní, que es la rama que profesa la mayoría de los musulmanes dentro del emirato (90%), así como la familia real gobernante. Esta relevancia se consagra constitucionalmente en los artículos mencionados, particularmente en el hecho de que la sharía es fuente principal de legislación.

La sharía: interpretaciones y discursos

“La sharía puede definirse como la parte normativa (es decir, los textos de los que se desprende una obligación legal o ético-moral) de las fuentes sagradas del islam (es decir, del Corán y las tradiciones del Profeta Muhammad o hadices). [...] Los textos con valor normativo del Corán y de las tradiciones del Profeta no siempre son unívocos y a veces se contradicen entre sí, aunque solo sea aparentemente”¹⁶⁴

El carácter a veces contradictorio de la sharía lleva a que la misma requiera una labor de interpretación:

“Para obtener a partir de esos textos un corpus de normas legales y ético-morales aplicables a situaciones concretas de la vida diaria se requiere de una labor previa de interpretación por parte de expertos.

La ciencia que se ocupa de la interpretación de la sharía se denomina *fiqh*. El término *fiqh*, que puede traducirse como jurisprudencia islámica, se refiere tanto a la ciencia de la interpretación de la sharía como al resultado de su aplicación en forma de normas específicas o doctrina legal propiamente dicha. A lo largo de la historia de las sociedades islámicas, dichas normas se han ido recogiendo en compilaciones y compendios de doctrina legal, en comentarios de dichas compilaciones y compendios y en comentarios de esos comentarios. Por tanto, mientras que la sharía se refiere a los textos de la revelación divina,

¹⁶³ Ley islámica y sharía son sinónimos

¹⁶⁴ SERRANO RUANO, Delfina. “¿Qué es la sharía? Introducción sobre sus métodos, historia, tradición intelectual e instituciones”. *Revista AWRAQ*. MMXXII, nro. 20. 9-21

la jurisprudencia o *figh* es producto del esfuerzo intelectual humano. La sharía es sagrada, perfecta e inmutable. Su interpretación, sin embargo, no es infalible y puede cambiar con el tiempo y en función del contexto social, político, económico, geográfico, etc.”¹⁶⁵

Como puede observarse, la sharía posee una rica y diversa historia desarrollada en diversos compendios y compilaciones, en los cuales hay comentarios de abundante cantidad de doctrinarios.

“Para garantizar la validez de las normas legales obtenidas a partir de la interpretación de la sharía es necesario seguir una elaborada y sofisticada metodología a la que se denomina con la expresión *usul al-figh* (fundamentos de la jurisprudencia islámica).

En el ámbito *sunní* (es decir, el mayoritario), dicha metodología establece que cuando no es posible encontrar un texto en el Corán y en los hadices del Profeta aplicable a un caso legal concreto, se puede establecer una analogía con otro caso que si tenga precedente textual. [...] (Para que esta analogía funcione, los casos) deben compartir la misma *razón de ley*.

El ejemplo que suele ponerse para ilustrar esta situación es el de las bebidas alcohólicas. En el Corán solo se menciona la prohibición del consumo de vino de uva. Sin embargo, por analogía con esta bebida, el *figh* prohíbe el consumo de cualquier bebida alcohólica obtenida a partir de otra materia prima pues la razón de la prohibición del vino de uva es que produce embriaguez- La analogía o *qiyas* se considera la cuarta de las fuentes legales islámicas después del Corán, los hadices proféticos y el consenso (*iyma*)”¹⁶⁶

La rigurosa metodología empleada no quiere decir que no existan divergencias. De hecho, es lo que ha motivado la división de la interpretación en diversas escuelas:

“Cada rama del islam¹⁶⁷ generó sus propias escuelas jurídicas. Dentro del sunismo hay cuatro escuelas: la malikí, la hanafí, la shafii y la hanbalí. Las dos escuelas (chiitas) más importantes son la imamí y la zaydí, mientras que la rama jariyí dio lugar a la escuela ibadí”¹⁶⁸

Asimismo:

“En la práctica, a la hora de interpretar la sharía intervienen otras fuentes cuya clasificación como secundarias no implica que no hayan tenido una gran relevancia en el desarrollo histórico de la jurisprudencia islámica. Se trata de los principios de necesidad (*darura*), de evitar el mayor de dos daños, de equidad (*istihsan*), de interés público (*maslaha*) y de la costumbre local (*urf, ada*). Estos principios pueden invocarse en determinadas ocasiones para justificar el abandono de una norma o [...] justificar la elección de una opinión frente a otra.

[...] Una norma basada en el Corán o en un hadiz del Profeta es jerárquicamente superior a otra basada en el consenso o en la analogía, mientras que una norma basada en el consenso es superior a otra basada en la

¹⁶⁵ Ídem. Pág 9

¹⁶⁶ Ídem. Pág 10

¹⁶⁷ Sunita, chiita y jariyí.

¹⁶⁸ Ídem. Pág 10

analogía. Una norma basada en una fuente primaria tiene más peso legal que otra basada en una fuente secundaria”¹⁶⁹

Al mismo tiempo, conviene aclarar que:

“[...] A lo máximo a lo que podemos llegar es a establecer que una concepción particular o regla está de acuerdo o en discrepancia con la sharía, no como la expresión religiosa de la verdadera voluntad divina [...] sino en el sentido de que está de acuerdo con las fuentes de autoridad, las cuales forman una parte fundamental de la historia de la sharía y son utilizadas como puntos de referencia en las discusiones entre los musulmanes.

Como ya se ha adelantado, el concepto de sharía no solo tiene una dimensión legal, sino que las obligaciones en las que consiste son también de tipo ético-moral, teológico y social. [...] Puesto que la mística islámica busca también legitimar sus planteamientos teóricos y sus prácticas en los textos sagrados y en el ejemplo del Profeta Muhammed, puede afirmarse que también forma parte de la sharía.

Este carácter multidimensional constituye otra gran diferencia entre los conceptos de *sharía* y *figh*. El *figh*, por su parte, aúna el ámbito de lo religioso y de lo legal en el sentido de que incluye no solo normas de derecho público y privado al uso (*muamalat*) sino también las relativas al cumplimiento de los rituales religiosos (*ibadat*) como la oración, el pago del azaque o limosna legal, la peregrinación a La Meca, el ayuno del mes de Ramadán y al funcionamiento de las instalaciones religiosas como las mezquitas y cementerios”¹⁷⁰

Según Delfina Serrano Ruano, en la actualidad existen cuatro tipos de estado nación de mayoría islámica:

- “1) Sistemas completamente secularizados. El ejemplo más significativo dentro de este apartado sigue siendo Turquía. Indonesia tampoco se declara estado confesional islámico. [...] A este grupo hay que sumar a Malasia
- 2) Sistemas dominados por la sharía de los que son representativos Arabia Saudita y Yemen, por una parte, e Irán del lado chiita.
- 3) Sistemas en los que predomina el derecho occidental excepto en materia de estatuto personal (derecho de familia y derecho hereditario), administración de fundaciones pías (donde las hay) y regulaciones sobre la realización de los rituales islámicos. En estas áreas, sin embargo, el *figh*¹⁷¹ se aplica sobre la base de las codificaciones, con la excepción de Egipto. Es el tipo más común
- 4) Sistemas legales reislamizados. [...] surgieron de sistemas del tipo mixto [...] después de que movimientos islamistas tomaran el poder a partir de la década de los setenta del siglo pasado. Como principales ejemplos pueden citarse a Sudán, Libia, Pakistán y Afganistán. [...] En la mayor parte de los casos la reislamización se limitó a la reintroducción de los castigos corporales, a la imposición de un código de vestimenta islámico y a una vigilancia del

¹⁶⁹ Ídem. Pág. 11

¹⁷⁰ Ídem. Pág. 12

¹⁷¹ Interpretación de la sharía

comportamiento de los musulmanes en público [...] llegando incluso a la invasión del espacio privado por parte de la policía de costumbres”¹⁷²

¿En que lugar se encuentra Qatar? Resulta indudable que su legislación toma a la sharía como principal fuente de legislación. Así lo dice el artículo 1 de su Constitución, que consagra los principios fundamentales del estado. Al mismo tiempo, la ley islámica rige en su totalidad en cuestiones de familia y herencia. Por su parte, el Heredero Aparente al trono jura por la sharía.

Por ende, el sistema de derecho imperante en Qatar no es secularizado, siendo viable su ubicación en la categoría número 2.

La sharía en el mundial de fútbol 2022

La homosexualidad

“Se puede afirmar que la represión contra gais y lesbianas es hoy mayor en el mundo islámico que en sociedades de tradición cristiana, budista, hinduista, confuciana o judía”¹⁷³ dice Amerise Atahualpa, periodista en BBC News Mundo.

¿Qué dicen las leyes sagradas al respecto? En primer lugar, el Corán hace una referencia clara al tema dentro del relato “la destrucción de Sodoma y Gomorra” en donde:

“Cuando el profeta Lot recibe a dos mensajeros enviados por Alá, los sodomitas le solicitan tener sexo con ellos. Él les responde:

¿Cometéis una atrocidad que ninguna criatura ha cometido antes? Ciertamente, por concupiscencia, os llegáis a los hombres en lugar de llegaros a las mujeres. ¡Sí, sois un pueblo inmoderado!”¹⁷⁴

Sin embargo, “el Corán es ambiguo, no habla directamente de la homosexualidad ni del castigo que deben sufrir los homosexuales”¹⁷⁵ señala Susana Mangana, directora de la cátedra de islam y mundo árabe de la Universidad Católica de Uruguay.

Entonces, la verdadera razón de la polémica con la homosexualidad debe buscarse en otras fuentes:

“En la sunna¹⁷⁶, la segunda fuente de la legislación islámica, la homosexualidad se compara al adulterio, (por ejemplo). [...]

Si un hombre que no está casado es sorprendido cometiendo sodomía, será apedreado hasta la muerte, recoge uno de estos escritos en el Sunan Abu Dawud, uno de los seis libros de los Kutub al-Sittah.

¹⁷² Ídem. Págs. 17-18.

¹⁷³ Atahualpa, Amerise. “Que dice el Corán sobre la homosexualidad y por qué esta se castiga en el mundo musulmán”. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-63880959> (11 de diciembre de 2022)

¹⁷⁴ Ídem

¹⁷⁵ Ídem

¹⁷⁶ Conjunto de textos o hadices, como se denominan los dichos o hechos de Mahoma de transmisión tradicional, así como el iymá (consenso de la comunidad) y el qiyas (interpretación analógica de las enseñanzas sagradas).

[...] Sin embargo, en el mundo islámico existe un debate permanente sobre la veracidad de los textos sagrados, y algunos expertos aseguran que los hadices que prescriben severos castigos contra la homosexualidad no son auténticos.

Por ejemplo, Mohamed el Moctar el Shinqiti, director del Centro Islámico de South Plains, en Texas, mantiene que no hay hadices auténticos del Profeta que señalen un castigo para los homosexuales ni tampoco información de que Mahoma castigara a alguien por tener relaciones con otra persona del mismo sexo”¹⁷⁷

¿Qué dice la sharía? Ella deriva necesariamente del Corán, los hadices, doctrina islámica y costumbres:

“Ni siquiera en la sharía se dice que la homosexualidad es adulterio; pero por extensión se ha interpretado que tener una relación homosexual fuera del matrimonio es un crimen y, por tanto, todo acto homosexual es un crimen.

[...] Y no es un crimen menor: el adulterio o zina, considerado un hadd¹⁷⁸, se castiga con penas que van desde unos azotes o latigazos hasta la muerte por lapidación.

[...] si el adulterio consiste en una relación homosexual, los jueces en los países islámicos más radicales tenderán a considerarlo más grave y a aplicar sanciones más severas

[...] (Sin embargo, algunos expertos señalan que...) en el pasado, la homosexualidad era algo relativamente tolerado en las sociedades musulmanas. [...] El islam toleró la homosexualidad hasta el siglo XX cuando, como rechazo a lo que consideran la moral corrompida de la sociedad occidental, empezaron a expresarse mucho más en contra”¹⁷⁹

Como puede observarse, la homosexualidad es un tema muy polémico dentro del islam. Sin embargo, lo que sí puede afirmarse del texto citado es que la interpretación es, en general, restrictiva y que los sistemas legales suelen seguirla, al estar basados en la sharía.

En lo que respecta a Qatar,

“La homosexualidad, que en su código penal está definida como sodomía, está absolutamente prohibida. La ley qatarí establece penas de entre 1 y 3 años para esos actos, incluso para quien instigue o seduzca a un hombre a cometer sodomía.

El artículo 290 dice que quien haga gestos, se atreva a decir o cantar cosas inmorales o hacer actos obscenos en espacios públicos o abiertos será castigado con hasta 6 años de prisión y una multa de hasta 3000 riyales (Aproximadamente 825 dólares estadounidenses)”¹⁸⁰

¹⁷⁷ Atahualpa, Amerise. Op.Cit.

¹⁷⁸ Crimen grave

¹⁷⁹ Atahualpa, Amerise. Op.Cit.

¹⁸⁰ Bleyan, Vardan. “LGBT, alcohol, religión y sexo: todo lo que está prohibido en Qatar y sus penas de cárcel”. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/437395-todo-lo-que-estara-prohibido-en-qatar> (18 de noviembre de 2022)

Sin embargo,

“El director del comité organizador de la Copa del Mundo, Nasser Al-Khater, afirmó que su país recibirá a los aficionados de la comunidad LGBT y que permitirá su asistencia a los partidos, aunque exigió que no haya demostraciones públicas de afecto porque están mal vistas y esto aplica a todos”¹⁸¹

Puede concluirse que, pese a que Qatar condena la homosexualidad como delito, durante el Mundial de fútbol 2022 hizo una excepción y abrió las puertas a personas de la comunidad LGBT. Sin embargo, ello subordinado al hecho de que las “demostraciones públicas de afecto” no existan.

Situación de las mujeres

En un informe de Human Rights Watch publicado en 2022, se describió la situación de la mujer en la vida cotidiana de Qatar:

“El sistema de tutela masculina de Qatar niega a las mujeres el derecho de tomar muchas decisiones clave en sus vidas.

En un reporte de marzo de 2021, Human Rights Watch encontró que las mujeres en Qatar deben obtener permiso de sus tutores masculinos -padres, hermanos, tíos, abuelos, y cuando están casadas, sus esposos- para ejercer muchos de sus derechos básicos, incluyendo casarse, estudiar afuera con becas gubernamentales, trabajar en muchos puestos de gobierno, viajar al extranjero hasta ciertas edades, y recibir algunas formas de cuidado reproductivo

[...] Los descubrimientos de Human Rights Watch están basados en análisis de 27 leyes [...] y 73 entrevistas”¹⁸²

El informe comienza describiendo la situación de la mujer respecto al matrimonio y al divorcio:

“Las leyes qataríes requieren que las mujeres obtengan el permiso de sus tutores para casarse [...]. Los hombres pueden casarse con cuatro mujeres al mismo tiempo, sin necesidad del permiso de un tutor o de su esposa o esposas.

Cuando una mujer se casa, la tutela se transfiere de su padre a su esposo. La ley familiar dice que una esposa puede perder su derecho a ser mantenida financieramente si es considerada desobediente, lo cual incluye el hecho de que ella no obtenga el permiso de su esposo para trabajar o viajar, así como si deja la casa o se niega a tener sexo, sin justificación. [...] (Asimismo) la mujer divorciada no tiene la custodia legal de sus hijos”¹⁸³

En lo que respecta a los derechos de educación, trabajo y viajar al extranjero:

“Mientras más mujeres que nunca están estudiando en la universidad, muchas otras han denunciado que sus tutores les prohibieron estudiar afuera o en

¹⁸¹ Ídem

¹⁸² Autores Varios. “Human Rights Guide for Reporters: 2022 FIFA World Cup in Qatar”. *Human Rights Watch*. (2022). Pag. 22 [la traducción es propia]

¹⁸³ Ídem. Pág. 23.

universidades mixtas en Qatar. [...] Las mujeres indirectamente necesitan el permiso de su tutor para obtener una beca.

[...] (Al mismo tiempo, las mujeres) necesitan el permiso de su tutor para entrar o bajarse de un taxi o auto no registrado por su familia con la universidad, para vivir en residencias estudiantiles y para viajar como parte de sus estudios

Pese al número cada vez más alto de mujeres altamente educadas en Qatar, su participación en el trabajo continúa siendo la mitad que la de los hombres. Aunque la ley no requiere el permiso del tutor para que las mujeres trabajen, no posee legislación que prohíba la discriminación contra la mujer en el proceso de reclutamiento.

[...] Por último, el hombre puede también imponer prohibiciones de viajar a su mujer o hijos, a cualquier edad, y las autoridades no le informan a la esposa cuando esa prohibición pesa sobre ellos. La mujer tampoco está autorizada a viajar con sus hijos sin el permiso del padre de estos, una prohibición no impuesta a este último¹⁸⁴.

Acerca de las restricciones en movimiento, en Qatar:

“[...] Hasta antes de enero del 2020, la mujer qatarí necesitaba el permiso del tutor para obtener una licencia de conducir. Pese a que esa ley ha sido derogada, muchos tutores todavía pueden seguir teniendo el poder de impedir que ellas obtengan esa licencia.

[...] Algunos hoteles le prohíben a la mujer qatarí no casada de menos de 30 años alquilar una habitación”¹⁸⁵

Por último, respecto al acceso a la salud:

“[...] la ley qatarí requiere que, en caso de aborto por anomalías fetales, la mujer necesite el consentimiento de su padre. [...] Se ha denunciado, también, que se necesita el consentimiento del esposo para acceder a otras formas de cuidado reproductivo relacionadas con la fertilidad, pese a que la base legal para esos requisitos no está clara. (Por último, también se ha dicho que) se requiere una prueba de matrimonio para acceder a cuidado sexual y reproductivo”¹⁸⁶

Como puede observarse, la legislación qatarí es considerablemente conservadora y desigual en el trato entre mujeres y hombres. Ello ha motivado las denuncias expuestas más arriba, así como críticas de otras ONG como Amnistía Internacional, que focalizaron en esta delicada temática, así como en otras polémicas.

Ahora bien, ¿Qué pasó en el mundial 2022, respecto a los derechos de las mujeres? Natalia Junquera, enviada especial del diario El País en Qatar, planteó en el Pódcast Hoy en el País, que “es muy llamativo [...] venir con los ojos de Occidente y observar que, con 30 grados, los hombres van en manga corta y que las mujeres van tapadas hasta los

¹⁸⁴ Ídem. Pág. 24.

¹⁸⁵ Ídem. Pág. 25.

¹⁸⁶ Ídem

pies con una tela negra”¹⁸⁷. Asimismo, también observa que “llama mucho la atención que en muchos sitios soy la única mujer [...] Esto es porque acá en Qatar, las mujeres son una doble minoría [...] el 70% de la población es masculina”¹⁸⁸

Con respecto a la asistencia a los estadios, Junquera puntualizó que “en los estadios, la mayoría de las aficionadas son extranjeras [...]”¹⁸⁹. Al mismo tiempo, “[...] (En una entrevista con dos mujeres qataríes, las mismas afirmaron que) el sistema de tutela es una forma de protegerlas [...] y que la sharía es como una especie de paraguas que las protegía¹⁹⁰”. Ellas hacen parte de la corriente conservadora del islam y justifican lo que para occidente resulta complicado de entender.

Por otro lado, Junquera dice que “hay otro tipo de voces [...] hay una mujer que se presenta a ella misma como madre, mujer, árabe, musulmana y feminista [...] y cuestiona el sistema de tutela”¹⁹¹. “[...] su perfil es una rareza [...] y busca relacionarse con qataríes jóvenes”.¹⁹² Ella hace parte de la corriente que cuestiona el sistema desigual imperante en Qatar.

A modo de conclusión, la desigualdad de género en Qatar es notoria y está fundamentada, principalmente, en el sistema de tutela que algunas mujeres justifican y otras empiezan a cuestionar. Durante el mundial no se han observado episodios de violencia contra mujeres, pero sí es cierto lo que describe Natalia Junquera en cuanto al hecho de la norma de vestimenta (que regía para mujeres qataríes) y la asistencia a los estadios (la mayoría de las mujeres que iban eran extranjeras).

¹⁸⁷ Junquera, Natalia; Ayuso, Bárbara. “Podcast: ¿Como ven el Mundial las mujeres de Qatar? *El País*. <https://elpais.com/podcasts/hoy-en-el-pais/2022-12-13/podcast-como-ven-el-mundial-las-mujeres-de-qatar.html>. (13 de diciembre de 2022)

¹⁸⁸ Ídem

¹⁸⁹ Ídem

¹⁹⁰ Ídem

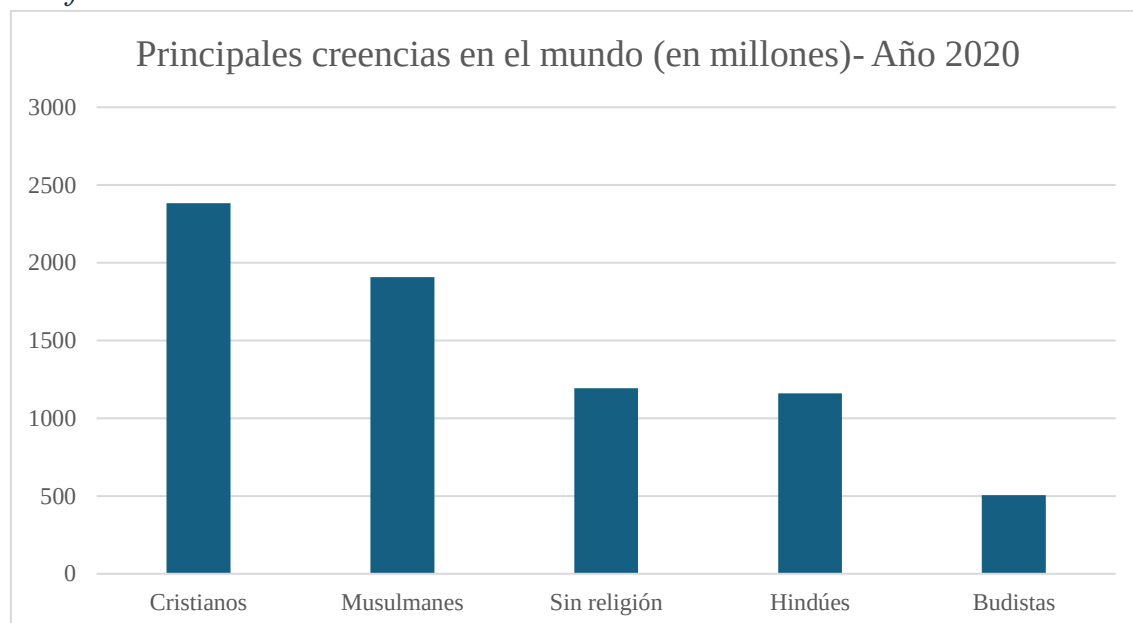
¹⁹¹ Ídem

¹⁹² Ídem

Número de adeptos al islam- situación actual y futura

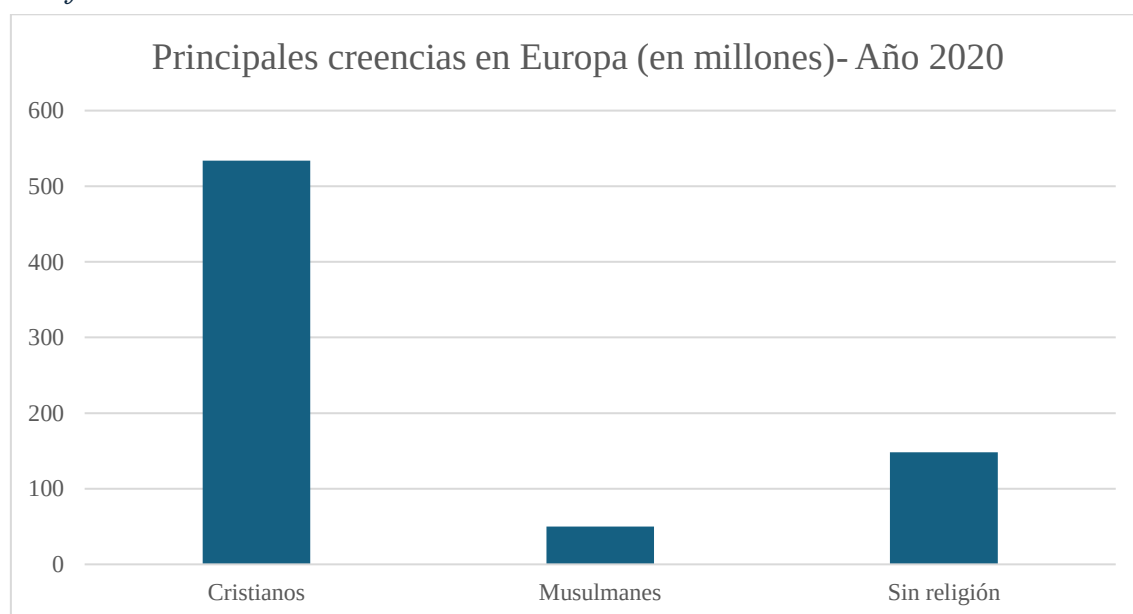
Para desarrollar esta problemática, se utilizarán datos extraídos de informes de Pew Research Center, un think tank estadounidense con sede en Washington D.C.

Gráfico 5. 1¹⁹³



Como puede observarse, el islam es la segunda religión con mayor número de fieles en el mundo. Estimaciones de la misma consultora reflejan que aproximadamente el 24,9% de la población es musulmana.

Gráfico 5. 2¹⁹⁴

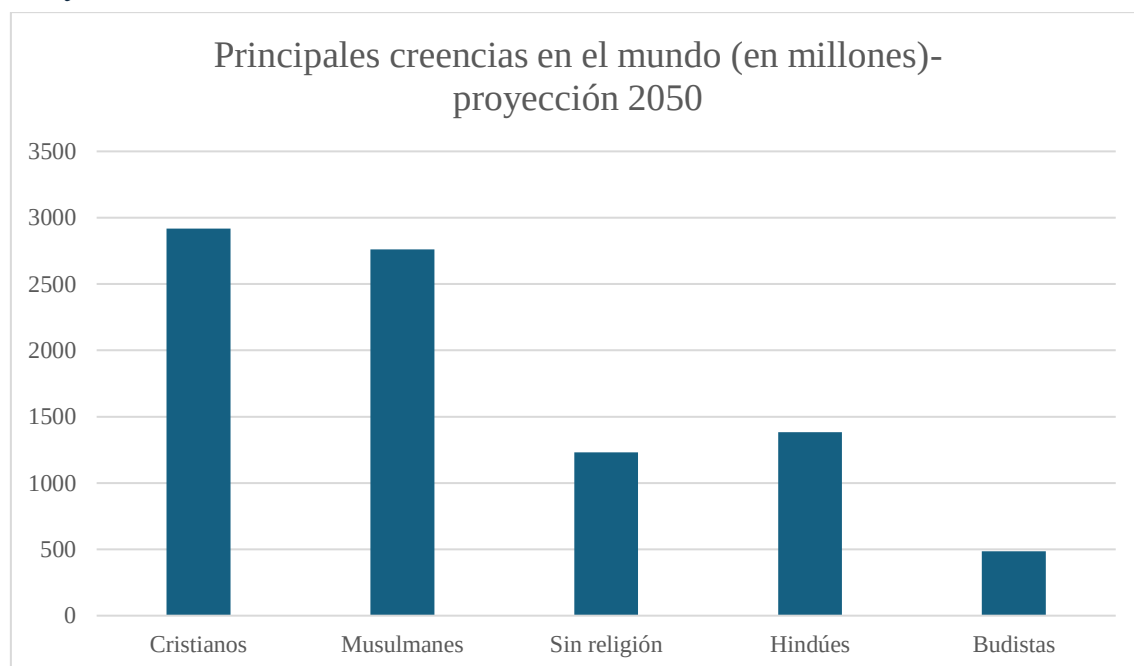


¹⁹³ Autores Varios. Religious Composition by Country, 2010-2050. *PEW Research Center*. <https://www.pewresearch.org/religion/feature/religious-composition-by-country-2010-2050/>. (21 de diciembre de 2022)

¹⁹⁴ Ídem

En Europa, el porcentaje de musulmanes actuales alcanza aproximadamente un 6,8% de la población total. Como puede observarse, constituyen una minoría relativamente importante.

Gráfico 5. 3¹⁹⁵



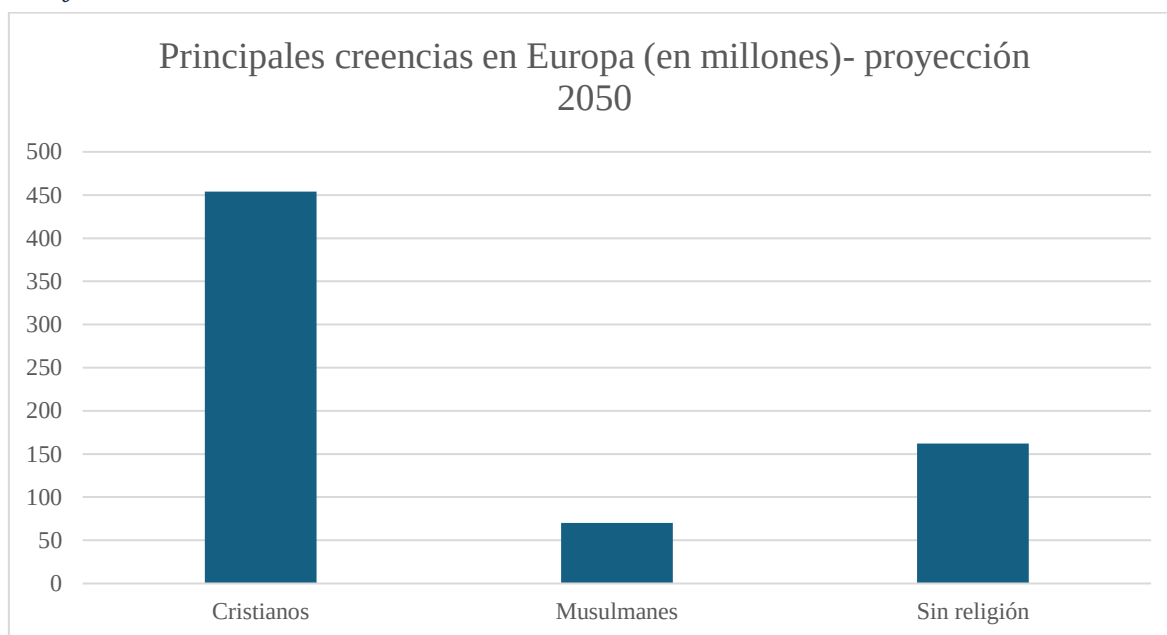
Como puede observarse, se espera que el porcentaje de musulmanes en el mundo llegue al 29,7% de la población mundial según la misma consultora. Esto es un 4,8% más.

Según Pew Research Center, esto se debe a “la baja edad y el alto grado de fertilidad dentro de grupos musulmanes [...] En 2045-2050, el crecimiento anual de musulmanes se proyecta sobre un 1% anual, mientras que la población mundial crecerá a ritmos de 0,4% anual”.¹⁹⁶

¹⁹⁵ ídem

¹⁹⁶ Autores Varios. “The future of world religions: population growth projections, 2010-2050”. *PEW Research Center*. <https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/muslims/> (2 de Abril de 2015)

Gráfico 5. 4¹⁹⁷



Se espera que para el año 2050, el número de musulmanes aumente hasta un 10,2% de la población total europea. Es casi el doble que el porcentaje actual (6,8%). Este incremento puede deberse, en parte, a la inversión qatarí en la construcción de grandes mezquitas a lo largo de Europa (Por ejemplo, la de Mulhouse y la de Salah-Eddine). También es cierto que la inmigración (en especial a Francia, siendo este un caso particular desarrollado en anteriores capítulos) y el mayor porcentaje de fertilidad en familias musulmanas son factores claves que contribuyen al crecimiento relativo de la población islámica.

Imagen del islam: Europa y el mundo

Resulta complicado medir la imagen del islam en el mundo. Para ello, habría que recolectar datos de encuesta de todos y cada uno de los 195 países que componen el sistema internacional, algo que resulta inviable para esta investigación¹⁹⁸.

Por ende, se tomó la decisión de focalizarse en algunos países representativos en donde el islam puede llegar a resultar un problema para un número considerable de sus habitantes. Al mismo tiempo, se tomaron datos del caso argentino por poder constituir este una representación de lo que podría llegar a ser también el caso de toda América. Debe recordarse que la mayoría del continente profesa el cristianismo (89% en América Latina y el Caribe y 74,6% en Norte América¹⁹⁹)

Por último, se parte de la base de que, al menos, el 24,9% de la población mundial, siendo musulmana, no tiene una opinión negativa de la religión que profesa. En general ellos suelen estar dispersos por Asia-Pacífico (25,7%);²⁰⁰ África subsahariana (31,4%);²⁰¹ y

¹⁹⁷ Autores Varios. "Religious Composition by Country, 2010-2050". *PEW Research Center*. <https://www.pewresearch.org/religion/feature/religious-composition-by-country-2010-2050/>. (21 de diciembre de 2022)

¹⁹⁹ Según estimaciones del PEW Research Center en el año 2020

²⁰⁰ Ídem

²⁰¹ Ídem

Medio Oriente- África del Norte (93,1%).²⁰² En América el culto solo lo profesa el 1%²⁰³ de la población total, mientras que en Europa el número es relativamente alto (6,8%)²⁰⁴ y se espera que aumente exponencialmente para el año 2050²⁰⁵.

Gráfico 5. 5²⁰⁶

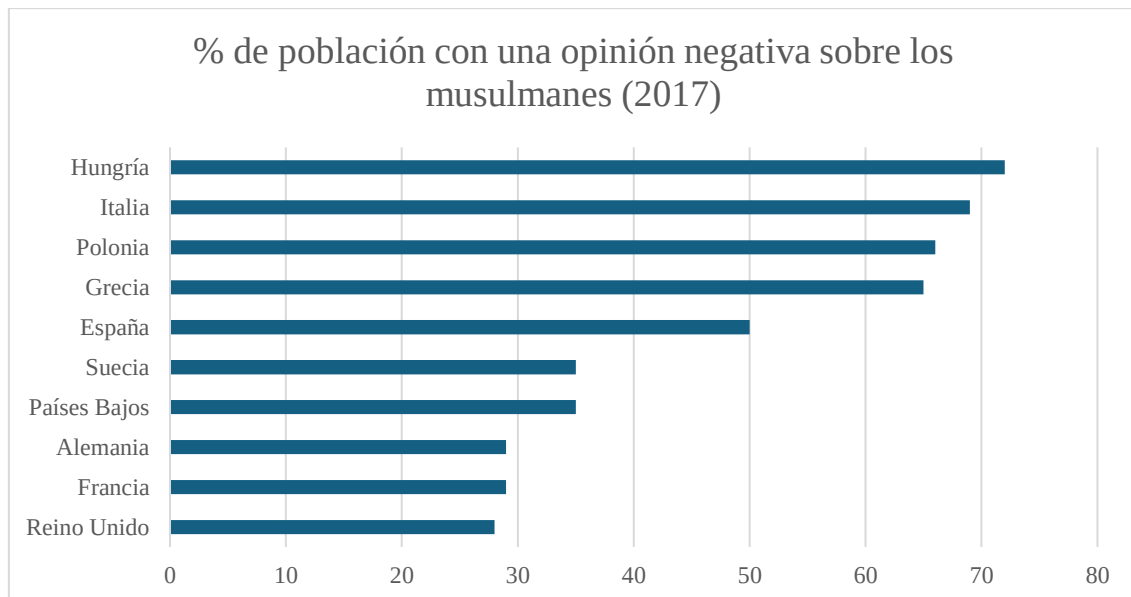
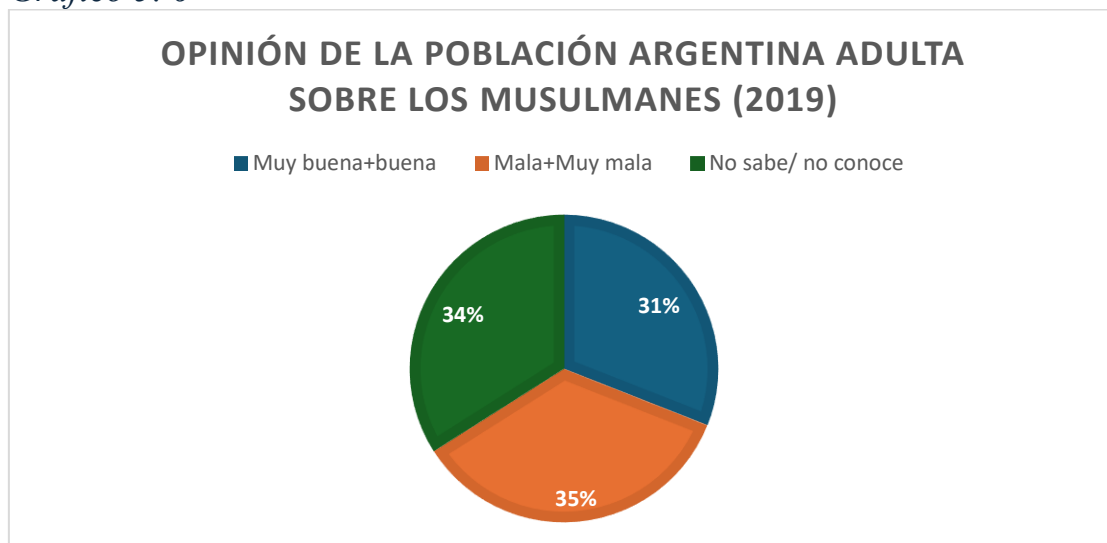


Gráfico 5. 6²⁰⁷



²⁰² Ídem

²⁰³ Ídem

²⁰⁴ Ídem

²⁰⁵ Ídem

²⁰⁶ Lipka, Michael. "Muslims and islam: key findings in the U.S. and around the world". *PEW Research Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/> (9 de agosto de 2017). Los datos están basados en encuestas a aproximadamente 1000 personas por país a lo largo del año 2016.

²⁰⁷ CIS (2019). Informes de Opinión Pública CIS UADE-VOICES! Religión. *Centro de Investigaciones Sociales (CIS)*. Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy. ISSN 2618-2173. Enero 2019. Los datos están basados en 1002 entrevistas a la población argentina adulta (+16 años) realizadas en octubre de 2018

Como puede observarse, el caso europeo es bastante variado. En él se puede concluir que, dependiendo del país y que tan fuerte haya sido la inmigración musulmana/la conversión de religión las personas tienen opiniones más o menos favorables. Lo cierto es que allí se observa como esta religión va ganando protagonismo hasta llegar a un hipotético 10% en el año 2050.

En cuanto a América, lo cierto es que con los datos argentinos puede decirse que, en general, este continente es fuertemente cristiano y no parece ser que ello vaya a cambiar en un futuro cercano. Si se observa un fuerte desconocimiento del islam, que en el caso argentino llega al 34% de los encuestados.

Todo ello parece indicar que, probablemente, el foco de conversiones y de “expansión” del islam que persigue Qatar como objetivo oculto detrás de la financiación de mezquitas está en Europa.

Capítulo 6: Utilización del mundial 2022 como instrumento de Soft Power

A lo largo de este capítulo, se describirá brevemente el “Qatar National Vision 2030”, haciendo foco exclusivamente en la parte del deporte. Al mismo tiempo, y teniendo en cuenta las cuantiosas inversiones realizadas para la Copa del Mundo, se intentará dilucidar el monto invertido en Centros de Información, que bien pueden ayudar a entender una cultura diferente.

Asimismo, se describirá al fútbol como un lugar de “encuentro de culturas”, viendo su rol amplificado en el Mundial 2022, en tanto es un evento deportivo multitudinario que puede servir al fin de difundir valores islámicos compatibles con el deporte. Por último, se analizará el impacto que el evento ha tenido en el fútbol de Qatar y su audiencia, así como también se describirá el incremento en el índice de Soft Power, elaborado por la consultora Brand Directory, en el emirato y en otros dos países de la región conocidos también por ser grandes inversores (Arabia Saudita y E.A.U)

Qatar National Vision 2030

El Qatar National Vision 2030 es un plan estratégico a mediano-largo plazo establecido en el año 2008, con el objetivo de modernizar al país y convertirlo en una potencia regional. En este sentido, se pone foco en el deporte y en su utilización como blanqueador.

“De cara al exterior, el blanqueamiento deportivo se manifiesta en cinco actividades diferentes, que se pueden combinar en una estrategia deliberada, como ha hecho Qatar: propiedad de equipos de fútbol profesional, patrocinio de equipos y competiciones, organización y participación en competiciones internacionales, y uso de deportistas conocidos como embajadores”²⁰⁸

Lo cierto es que la parte deportiva del plan²⁰⁹ ha sido bastante exitosa. En primer lugar, Qatar consiguió en el año 2010 los derechos para organizar el mundial 2022. Al mismo tiempo, Qatar Airways, la aerolínea de bandera, le pagó “163 millones de dólares al FC Barcelona para patrocinar sus camisetas”.²¹⁰ Un año después, el Qatar Sports Investment compró al Paris Saint Germain por 100 millones de euros. Además,

“En 2011, (Qatar) contrató como embajadores iniciales a Pep Guardiola, Gabriel Batistuta y Zinedine Zidane, por cifras que se desconocen y durante 10 años mantuvo como una suerte de embajador plenipotenciario de Qatar 2022 a David Beckham”²¹¹

Este plan estratégico se diversifica a través de otras grandes inversiones a nivel deportivo. Debe destacarse,

²⁰⁸ Arbuniés, Pablo. “Qatar: invertir en escaparate deportivo para ganar talla geopolítica”. Global Affairs and Strategic Studies. Navarra. (noviembre-2022).

²⁰⁹ El plan estratégico abarca más áreas que escapan al análisis de este trabajo.

²¹⁰ Arbuniés, Pablo. Op.cit.

²¹¹ Serrichio, Sergio. “Los números del Mundial más caro de la historia: costos y sombras de Qatar 2022”. Infobae. <https://www.infobae.com/economia/2022/12/17/los-numeros-del-mundial-mas-caro-de-la-historia-costos-y-sombras-de-qatar-2022/> . (17 de diciembre de 2022)

“[...] A partir de 2012 la Qatar Tourism Authority pagó al PSG durante 4 años 200 millones de euros anuales en concepto de sponsoreo.

La billetera qatarí le permitió entonces al PSG contratar futbolistas de la talla del sueco Zlatan Ibrahimovic y el uruguayo Edinson Cavani, y años después, comprar a Kylian Mbappé, y más tarde al brasileño Neymar y al argentino, Lionel Messi.

[...] Qatar hizo esfuerzos con la fundación de la Aspire Football Dreams, academia de reclutamiento de talento futbolístico, que en los últimos 10 años dice haber evaluado a unos 400.000 jóvenes aspirantes en varios países de África, amén de Tailandia y Vietnam, en Asia, y Paraguay, en América Latina. Los mejores candidatos de cada país son luego entrenados en centros de Aspire en Senegal y en Doha, la capital qatarí, cuyas instalaciones suelen usar clubes del nivel del Manchester United, Bayern Múnich, Liverpool y Everton. El primer director de la Aspire Academy fue Iván Bravo, exdirector de estrategia del Real Madrid”²¹²

Es indudable que, con tamaña inversión y diversificación, Qatar busca fortalecer su imagen de socio fiable. Particularmente para el mundial 2022 se han invertido cerca de 210.000 millones de euros, una cifra astronómica que supera con creces las estimaciones de los dos mundiales anteriores: Brasil 2014, con 15.000 millones de euros; y Rusia 2018, con 10.000 millones.

No es menos cierto que debía construirse infraestructura deportiva que el emirato no tenía antes de obtener los derechos de organización, pero no deja de sorprender la magnitud de la inversión: 8 estadios de fútbol nuevos (de los cuales solo 3 quedaron para la posterioridad), una red de transporte totalmente modernizada para la ocasión (estimaciones sugieren que, por el mundial, llegaron un millón de turistas) y nuevos hoteles de lujo edificadas en la capital. Todo ello hace a la imagen del país e incrementa su Soft Power, ya que ir a un lugar lujoso con infraestructura construida para la ocasión sin duda resulta atractivo y fortalece una reputación de socio fiable.

Asimismo, puede decirse que esta diversificación no se agotó en la organización de la Copa 2022, ya que anteriormente se venían observando intenciones de hacer del deporte una herramienta a través de la cual el Plan de Acción 2030 pudiera llegar a sus objetivos. De hecho, la inversión en una Academia de talentos como la Aspire Academy, desarrollada más arriba, manifiesta claramente el deseo de un plan de largo plazo.

Por último, el resto de las inversiones en sponsoreo, embajadores y clubes de fútbol fortalecen claramente la presencia del emirato en el mundo. El hecho de tener presencia en un deporte que es un “encuentro de culturas” es, sin duda, un gran impulso para el Soft Power de un país.

La inversión en centros de información

Entiéndase por centro de información a todo aquel establecimiento que los turistas pueden visitar a los fines de descubrir que actividades pueden realizar en el país al que van a

²¹² Ídem

viajar. Al mismo tiempo, estos centros pueden ayudar a entender la cultura extranjera, en caso de lugares no muy conocidos.

Por ello, se parte del hecho de que es bastante probable que no se conozca demasiado sobre Qatar, especialmente en Occidente. Con esa idea en la cabeza, los centros de información fueron establecidos en aeropuertos, estaciones de transporte y puntos turísticos importantes.

Lamentablemente no existe una cifra exacta de cuánto dinero se invirtió en estos Centros de Información. Esta encaja dentro de los 210.000 millones de euros estimados para la organización total del evento, un número en el que se encuentran categorías tan dispares como la construcción de estadios y la modernización de redes de transporte.

Pese a ello, está claro que estos Centros tuvieron un rol importante y sirvieron a la finalidad de hacer conocer al turista el lugar que estaba visitando, ofreciendo excursiones a lugares, museos, parques, entre otras atracciones. Entre ellas destacan, por su finalidad cultural, las visitas al Museo de Arte islámico, al Souq Waqif, al Katara Cultural Village y al Corniche de Doha, entre otras tantas. Por su parte, los folletos servían de guías para entender las costumbres locales.

Todo ello permite que el visitante se informe y se inmiscuya en una cultura rica, lo cual complementa la sola asistencia a los partidos del Mundial. El objetivo bien puede ser que el turista se “lleve una parte de Qatar” consigo mismo.

El fútbol como encuentro de culturas: el rol del mundial 2022 para la difusión de valores islámicos y su compatibilidad con el deporte

Que el fútbol es un espacio para el encuentro de culturas es indudable. A lo largo de 90 minutos, países tan diferentes como Arabia Saudita y Argentina, como Qatar y Ecuador, como Irán y Estados Unidos, como Japón y España y como Corea del Sur y Ghana, por mencionar algunos ejemplos, se enfrentan. Ello necesariamente deriva en el hecho de que estos países conozcan la idiosincrasia del otro y de sus aficionados, así como lleva a una mezcla entre personas de origen muy diferente.

Ya se ha desarrollado con anterioridad a lo largo de todo este trabajo el hecho inédito de que un país como Qatar, relativamente desconocido por Occidente, sea sede de una Copa del Mundo. También se ha mencionado que este constituye el ejemplo del primer mundial celebrado en Medio Oriente, región caracterizada por una concepción de la religión que pocas semejanzas guarda con las ideas secularizadas de muchos países europeos y americanos. Asimismo, objeto de polémicas es siempre el tema de las mujeres. Explorar todas las interpretaciones que de ello se hace dentro del islam excede la magnitud de este trabajo, pero se describió como en Qatar el sistema es tildado de desigual por organizaciones de derechos humanos como Human Rights Watch.

Al frente está una forma de vivir que para muchos occidentales es inaceptable: el rol de la religión, consagrada en el artículo 1 de la constitución qatarí como fuente de legislación (la ley islámica, además, siempre es objeto de interpretación); el sistema de tutela masculina; la sucesión hereditaria en el trono; entre muchas otras instituciones que no guardan semejanza con la forma general de vivir de Occidente.

Al mismo tiempo, es indudable que el fútbol está dominado por Europa y América. Entre estos dos continentes se reparten los 22 campeonatos mundiales: 12 para el primero y 10 para el segundo y suelen protagonizar todos los cruces finalistas: solo en dos ocasiones países de otros continentes (Corea del Sur en 2002 y Marruecos en 2022) han llegado a semifinales. Por ello es sabido que el fútbol es hegemoníicamente occidental, pese a que es sin duda un deporte practicado en todo el mundo.

Entonces coexisten dos elementos: un deporte dominado por occidente y una sede de mundial ubicada en Medio Oriente. ¿Cómo aprovecharon los qataríes la innumerable cantidad de turismo producto del mundial para difundir los valores islámicos? Para responder a esa pregunta se desarrollará la experiencia del equipo del medio La Gaceta, enviado para la celebración del Mundial.

“Es recomendable la visita al Centro Cultural Sheikh Abdulla Bin Zaid Al Mahmoud²¹³, instalado en un imponente edificio que también alberga una mezquita y que está rematado por una impresionante almena. Desde allí, cinco veces al día se propagan las plegarias que los musulmanes acompañan con unción, siempre arrodillados y orientados en dirección a La Meca (ubicada en Arabia Saudita) [...]

Si quieren aprender sobre el islam estaremos felices de responder todas sus preguntas. Siéntanse cómodos y pidan un típico café qatari antes de iniciar el recorrido, son las palabras de bienvenida. La recepción se completa, justamente, con un pocillo en el que humea el cafecito, al que agregan cardamomo y una pizca de azufre. De allí, los visitantes son agasajados con un obsequio: una mochila verde con la palabra respeto estampada, que guarda una remera y otros regalitos tan lindos como útiles”²¹⁴

Se observa entonces cordialidad y amabilidad como norma, que complementan una estrategia de seducción hacia todos aquellos no musulmanes.

En palabras del periodista Guillermo Monti,

“En una galería, guías preparados para llevar el recorrido en distintos idiomas aguardan a los visitantes. Es curioso ver mezclados los colores de tantas camisetas en un ámbito que tiene más de museo que de fútbol. Pero es la clase de magia que genera un Mundial, esa fusión entre deporte y cultura que lo hace un fenómeno único. Es un camino de 13 pasos, con 13 paneles, cada uno con su explicación: 1) qué es el islam; 2) la creación según la cosmogonía musulmana; 3) la vida después de la muerte; 4) la unicidad de Dios y sus nombres; 5) los propósitos de los profetas; 6) los pilares del islam (rezar, ayunar, ser caritativos, peregrinar); 7) los libros del islam; 8) los valores del islam (políticos, económicos, sociales y humanos); 9) el conocimiento del Corán; 10) la importancia del medio ambiente; 11) el rol de las mujeres, de

²¹³ Centro cultural público inaugurado en la mezquita Fanar (en el año 2008). Su objetivo es promover la cultura qatari, la fe islámica y la enseñanza del idioma árabe en la ciudad, permitiendo el ingreso de no musulmanes.

²¹⁴ Monti, Guillermo. “LA GACETA en Qatar: con el Mundial como excusa, así difunden los qataríes el islam”. *La Gaceta*. <https://www.lagaceta.com.ar/nota/971757/deportes/la-gaceta-qatar-mundial-como-excusa-asi-difunden-qataries-islam.html> (1 de diciembre de 2022).

los niños y de las minorías; 12) la contribución del islam a la historia de la civilización; y 13) todo sobre Mahoma”²¹⁵

Por su parte, Monti agrega en su artículo que,

“[...] allí se enseña el Corán tanto a musulmanes como a no creyentes. La impresionante biblioteca, abierta a todo público, lo ratifica. La primera lección es entender qué significa el saludo Salam Alaikom, recibido en forma permanente por quienes visitan el mundo árabe: la paz sea contigo. Luego se explica el porqué de las cinco oraciones que los musulmanes realizan a diario, cuánto duran (no más de seis minutos) y cuál es la función del imán, no un sacerdote como pueden verlo los cristianos, sino un guía que conduce las plegarias.

En el segundo piso se puede ingresar a la mezquita -siempre descalzos, en señal de respeto al pisar ese suelo sagrado- y acompañar en silencio a quienes están rezando

En otro sector la invitación es a acomodarse en los sillones para acceder a una experiencia de realidad virtual, que permite adentrarse en las imponentes peregrinaciones a La Meca. [...] (Por su parte) se conservan distintas copias manuscritas del Corán. Se calcula que la más antigua [...] data del siglo VII.

La despedida es con otro obsequio. [...] un calígrafo escribe el nombre de los visitantes en grafía árabe”²¹⁶

Como fácilmente puede concluirse de esta breve descripción del recorrido por el Centro Cultural, se observa una recepción cuidada hacia los turistas, que complementa una explicación detallada sobre el islam. Es en este Centro en donde se reconoce la pretensión de expansión de esta religión por parte del estado qatari.

¿Los valores del islam son compatibles con el deporte? Si, por las siguientes razones,

En primer lugar, el islam enfatiza en la disciplina, el esfuerzo personal y el autocontrol. Estos valores se reflejan en el futbolista cuando entrena, mantiene una dieta equilibrada y controla sus emociones durante el juego. En segundo lugar, el concepto de Ummah (comunidad) refleja el espíritu de equipo que se debe tener en un partido de futbol. Por último, la idea de justicia (Adl) se refleja en la idea de “fair play” o juego limpio.

Ello refiere a los valores ideales que tiene el islam (y que también tienen otras religiones), que bien pueden ser prácticas de buenas costumbres y moral. Ahora bien, ¿Qué pasa con los jugadores de fútbol musulmanes durante el Ramadán? A modo de breve descripción, el Ramadán es el mes del ayuno, oración, reflexión y comunidad. En él se conmemora la primera revelación de Mahoma y se ayuna desde el amanecer hasta el ocaso (permitiéndose dos comidas, una antes del amanecer denominada suhur y otro a la noche, denominada iftar).

Un pensamiento lógico indicaría que, durante el Ramadán, los jugadores musulmanes tendrían menos rendimiento debido al ayuno. Sin embargo, jugadores profesionales convertidos al islam como Mohamed Salah, Sadio Mané y Karim Benzema han

²¹⁵ Ídem

²¹⁶ Ídem

conseguido el máximo rendimiento deportivo aún durante este mes. Cabe aclarar que la fecha depende del mes lunar, pero a modo de ejemplo, el próximo comenzará el 28 de febrero de 2025 y culminará el 29 de marzo de 2025.

El impacto del mundial en el fútbol de Qatar: Audiencias

¿Cómo impactó la organización de la Copa del Mundo 2022 en la cantidad de interacciones de la Qatar Stars League, la máxima categoría de fútbol local? Para responder a esta pregunta se utilizará nuevamente la página SocialBlade.com²¹⁷ y se tomará el lapso septiembre 2022- febrero 2023²¹⁸.

Youtube: Canal “QSL”

Gráfico 6. 1: Suscriptores

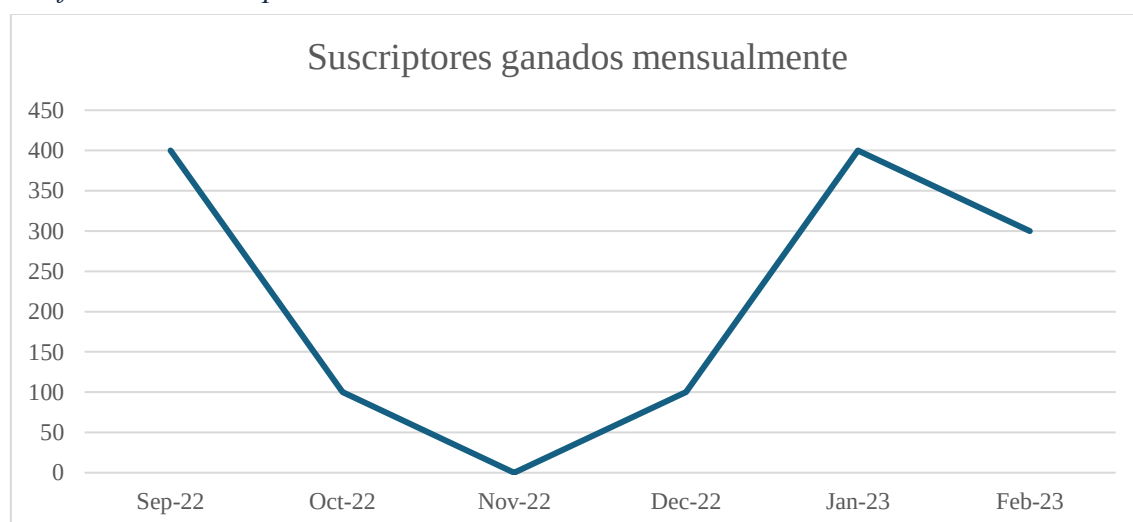
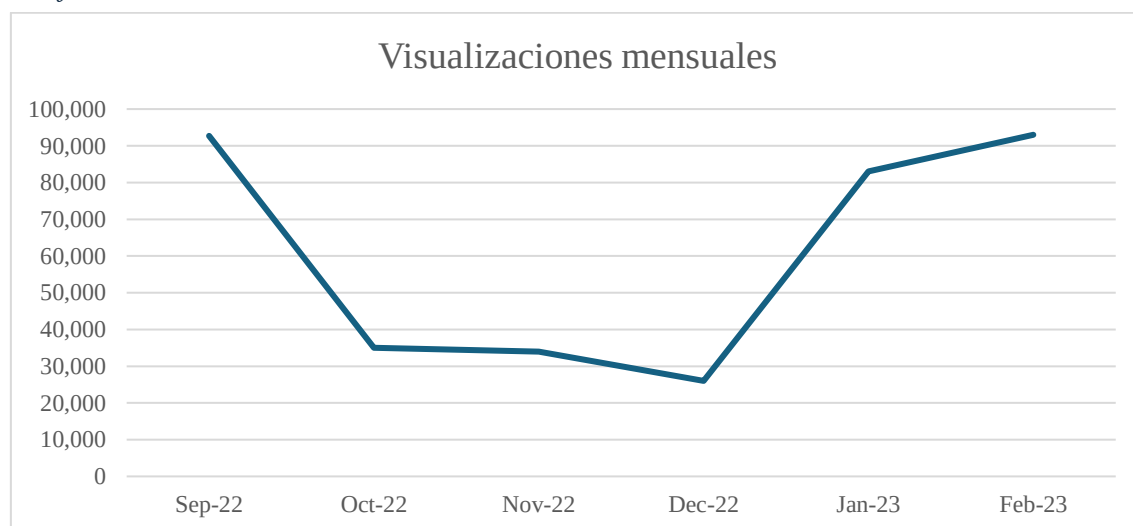


Gráfico 6. 2: Visualizaciones



Como puede observarse, existe un “repunte” en el interés por la liga nacional qatarí luego del mundial. Ello puede explicarse por el hecho de que todas las ligas locales se

²¹⁷ Todas las estadísticas son extraídas de <https://socialblade.com/>. Allí se busca cada perfil analizado y se extraen los números de esos análisis

²¹⁸ Al igual que anteriores estadísticas, la elección de este periodo obedece a la finalidad de comparar los dos meses anteriores y los dos posteriores a la Organización del Mundial

encontraban en pausa debido, justamente, a la celebración de la Copa. No obstante, luego del evento, no se observa ningún incremento con respecto a los meses previos a él.

Facebook: perfil “QSL”

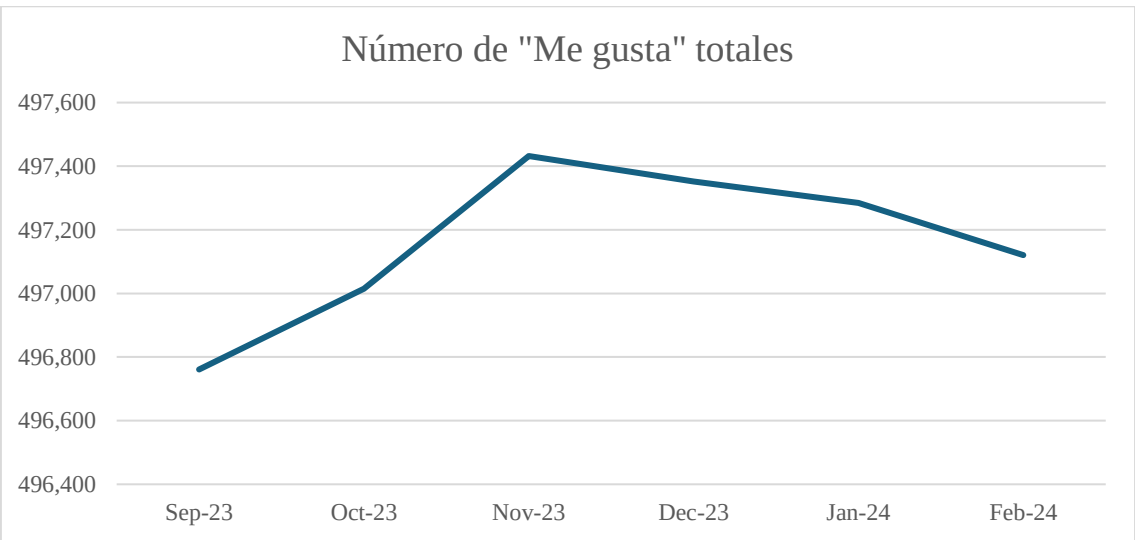
Gráfico 6. 3: Seguidores

Lamentablemente no existen datos detallados para el periodo septiembre 2022-febrero 2023, por lo que se seleccionará el periodo septiembre 2023-febrero 2024. Ello obedece a la necesidad de dar un panorama general actual sobre los seguidores.



Gráfico 6. 4: “Me gusta”

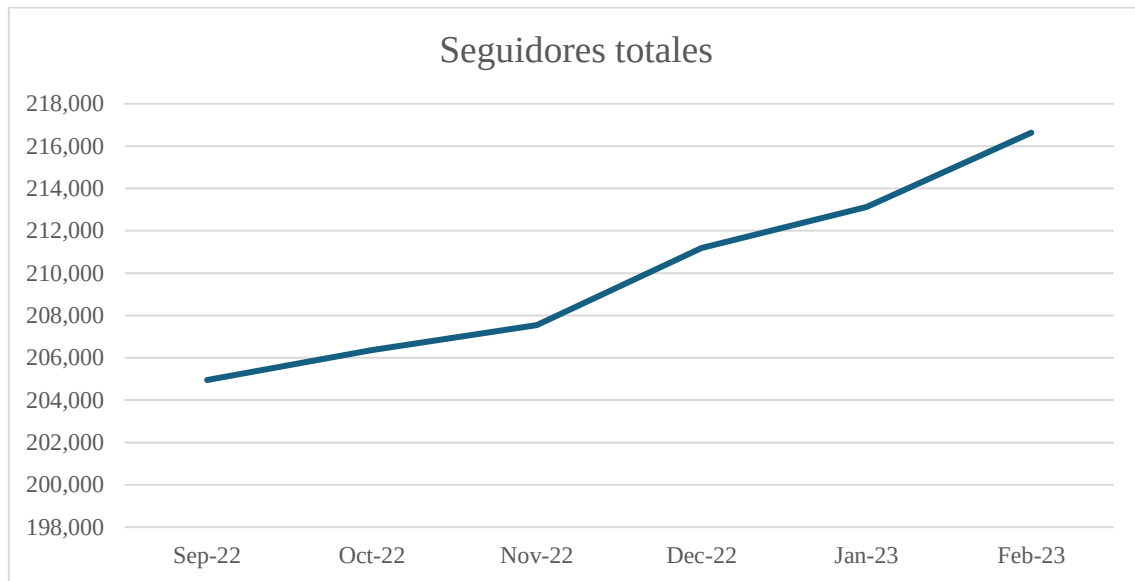
Mismo caso que el anterior. Para este perfil no hay estadísticas sobre el periodo que se desea seleccionar (septiembre 2022-febrero 2023), por lo que, en su lugar, se describirá septiembre 2023-febrero 2024



Como se observa, el perfil no tiene grandes variaciones en el período analizado en cuanto a número de Me gusta (se mantiene en torno a los 497.000). Si es cierto que los seguidores tienen un gran pico en noviembre de 2023, cuando llegan a 31.335 y una gran bajada en febrero de 2024, cuando caen a apenas 2.937, por lo que esta estadística es bastante más fluctuante.

Instagram: perfil “QSL”

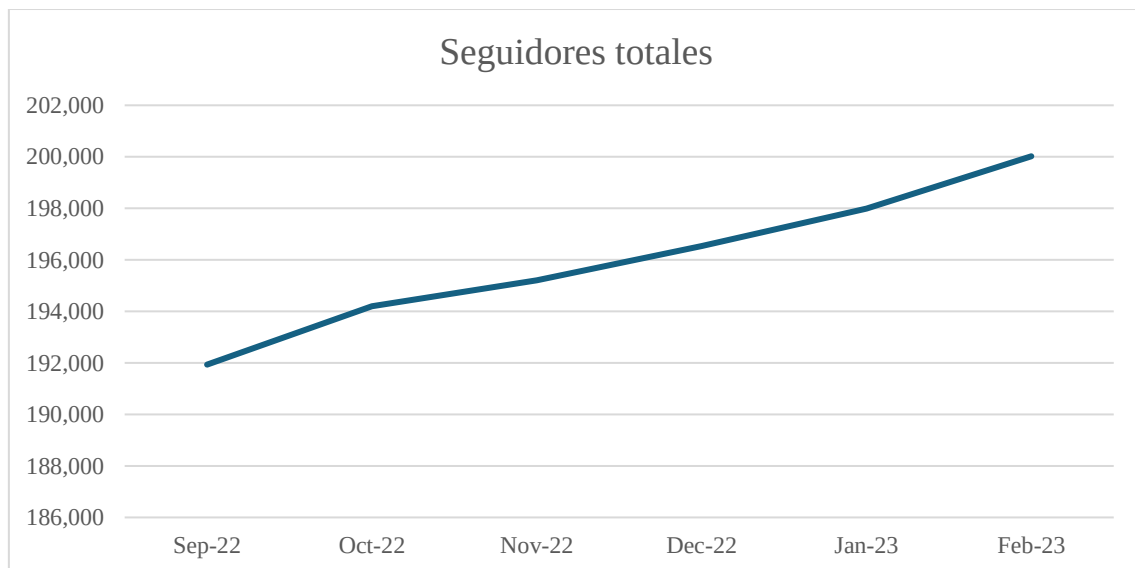
Gráfico 6. 5: Seguidores



El número de seguidores totales sigue una tendencia alcista constante en el periodo analizado. Posiblemente se deba a una mayor exposición de la liga local provocada por la celebración del Mundial.

Twitter/X: perfil “QSL”

Gráfico 6. 6: Seguidores



219

Los seguidores totales siguen una tendencia alcista hasta llegar a los 200.000 en febrero de 2023.

²¹⁹ El dato de febrero de 2023 no está disponible, por lo que se tomó la decisión de utilizar el del mes siguiente en su lugar (marzo de 2023)

Breve conclusión

Los datos analizados arrojan que hubo cierto incremento en el interés por la liga nacional de Qatar. Sin embargo, la tendencia no es demasiado impresionante ni se observa un punto de quiebre. Parece ser que el ritmo de crecimiento se vio brevemente profundizado.

La excepción en el análisis se hace en el caso de Facebook, en donde no existen estadísticas fiables del periodo que se pretende analizar en todas las redes sociales. Allí la tendencia de septiembre 2023-febrero 2024 muestra grandes fluctuaciones en el caso de los seguidores, mientras que el número total de “Me gusta” se mantiene constante.

Índice Soft Power²²⁰

Llegó el momento de medir el Soft Power de Qatar y de algunos de sus países vecinos (Arabia Saudita y E.A.U). Se entiende que medir un indicador tan blando resulta complicado, ya que no se trata de dimensionar poder militar (que bien puede ser contar número de soldados, tanques, aviones, etc.) o poder económico (con indicadores como PBI total, PBI per cápita, entre muchos otros).

Pese a ello, existen un informe anual de Soft Power elaborado por la consultora Brand Directory²²¹, llamado “Soft Power Index”. Para resumir brevemente el método, conviene decir que se basa en consultas a expertos (como académicos, diplomáticos, políticos, periodistas, analistas, abogados, entre otros) y en encuestas online a adultos de 18 a 75 años en 75 países distintos (el número comenzó siendo de 54206 y aumentó hasta llegar a aproximadamente 170000 en 2024).

Esas encuestas online preguntan sobre los 7 pilares del Soft Power:

- a. Comercio e intercambio: como la economía, los negocios, las marcas, impuestos, comercio, inversión en infraestructura
- b. Gobernanza: leyes, derechos humanos, porcentaje de crimen, seguridad, constitución y élites políticas
- c. Relaciones Internacionales: relaciones diplomáticas, organizaciones internacionales, resolución de conflictos, asistencia internacional y acción climática
- d. Cultura y legado: turismo, deporte, comida, bellas artes, literatura, música, cine, gaming y moda
- e. Comunicación y medios: medios tradicionales, redes sociales y marketing
- f. Ciencia y educación: educación universitaria, ciencia y tecnología
- g. Gente y valores: valores y confianza
- h. Familiaridad
- i. Influencia
- j. Reputación

²²⁰ Se omiten dentro de los pilares analizados, dos de aquellos que por su circunstancialidad impiden una comparación fiable: Respuesta al Covid-19 (2020-2022) y futuro sostenible (2022-). Nótese que estos se encuentran sumados en la puntuación total de Soft Power, ya que se procuró traspasar los datos tal cual están indicados en los informes.

²²¹ <https://brandirectory.com/softpower/>

Todos los pilares se transforman en un puntaje numérico, que luego es sumado junto con los demás, llegando al Soft Power total de una nación.

Para este trabajo, se tomará el periodo 2020-2024. La finalidad es observar el incremento (o no incremento) del poder blando de Qatar y sus dos vecinos Arabia Saudita y E.A.U, teniendo en cuenta situación previa (dos años anteriores) y situación posterior (dos años después) con respecto a la celebración del Mundial de fútbol.

Qatar

Tendencias: pilares comparados

Gráfico 6. 7: Comercio e intercambio; Gobernanza; RRII; Cultura y legado.

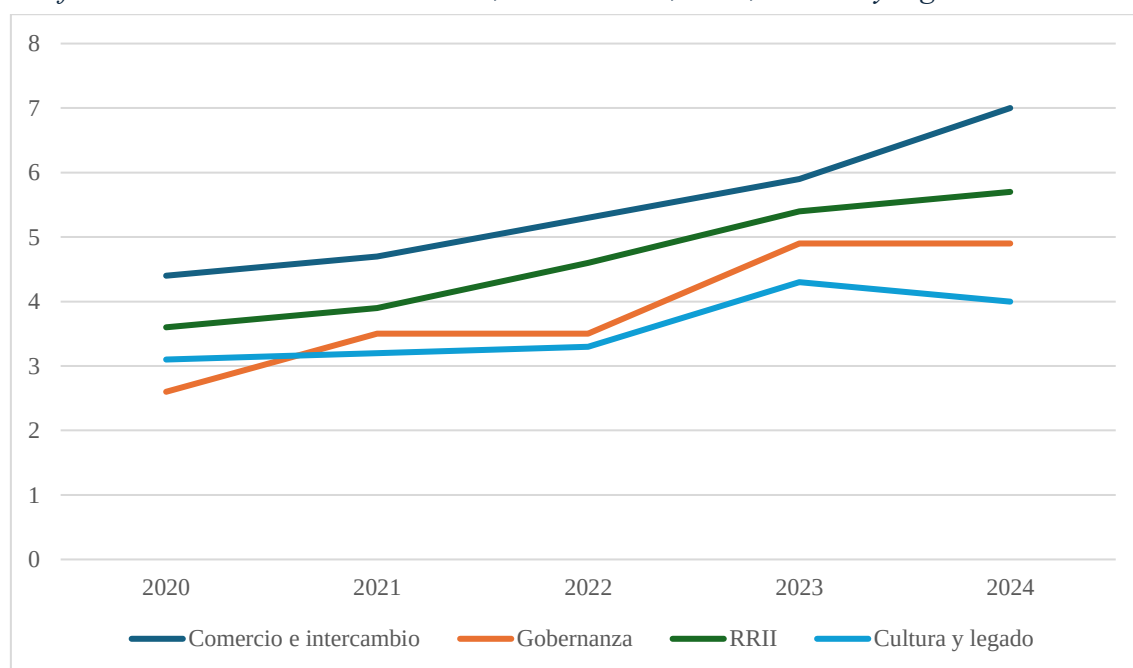


Gráfico 6. 8: Comunicación y medios; ciencia y educación; gente y valores

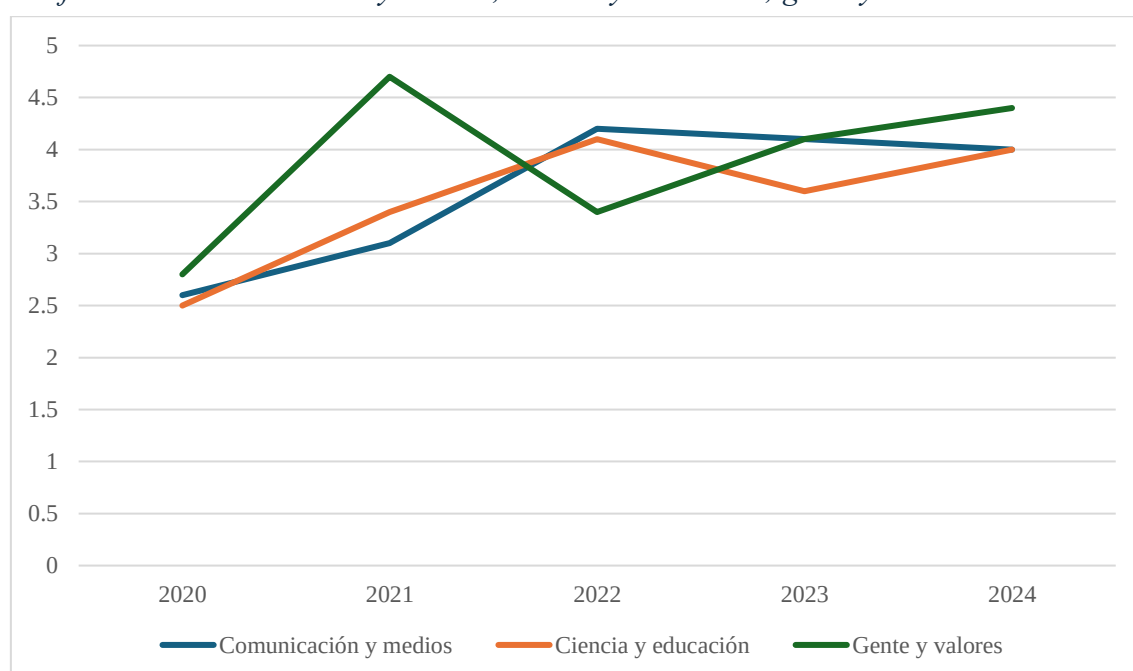


Gráfico 6. 9: Familiaridad; influencia; reputación

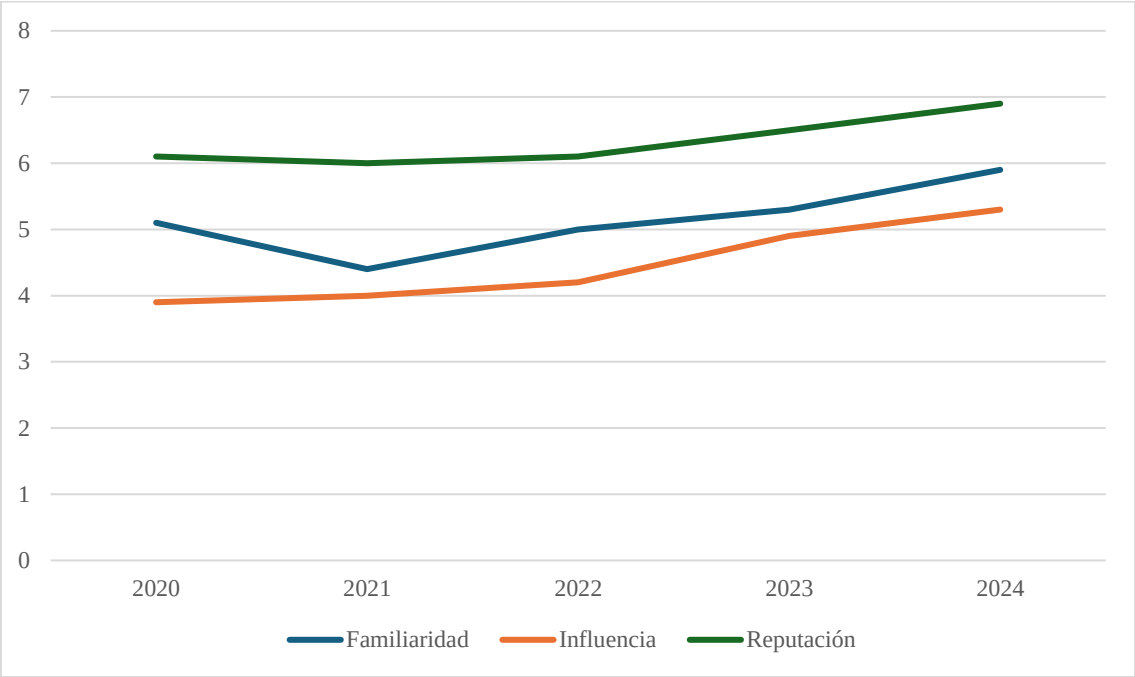
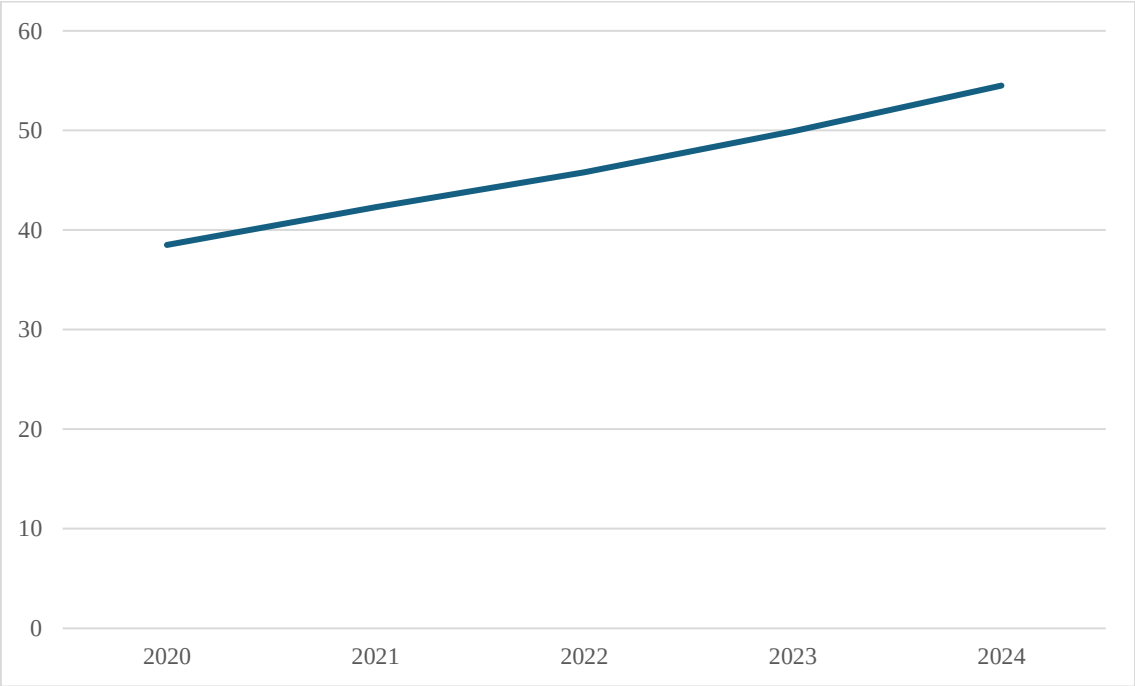


Gráfico 6. 10: Tendencia, puntaje total



Arabia Saudita

Tendencias: pilares comparados

Gráfico 6. 11: Comercio e intercambio; Gobernanza; RRII; Cultura y legado

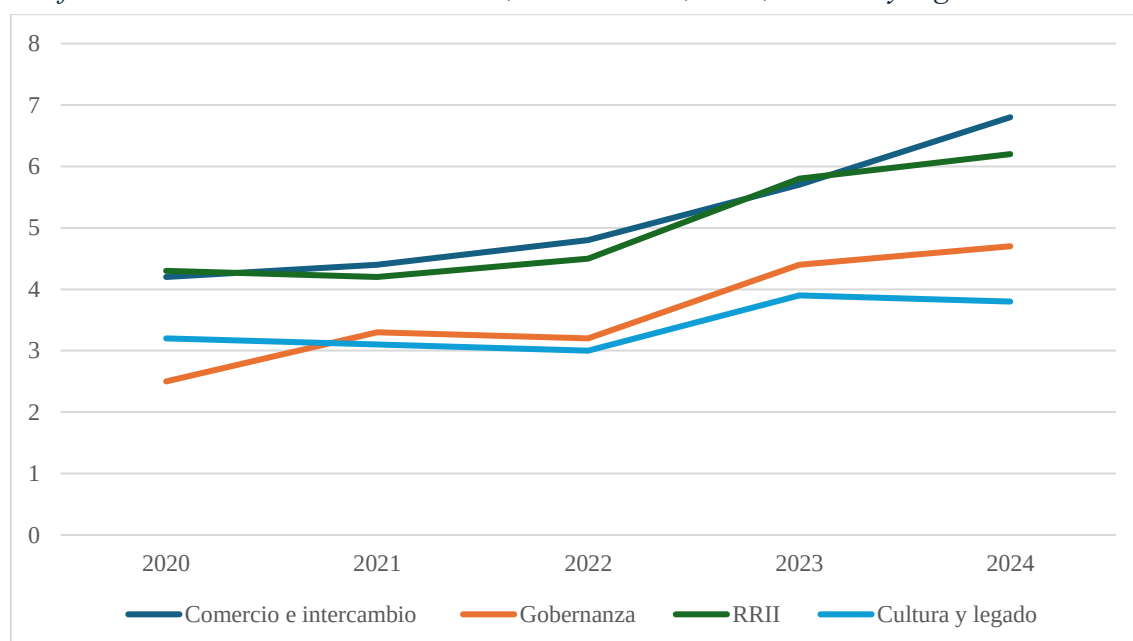


Gráfico 6. 12: Comunicación y medios; ciencia y educación; gente y valores

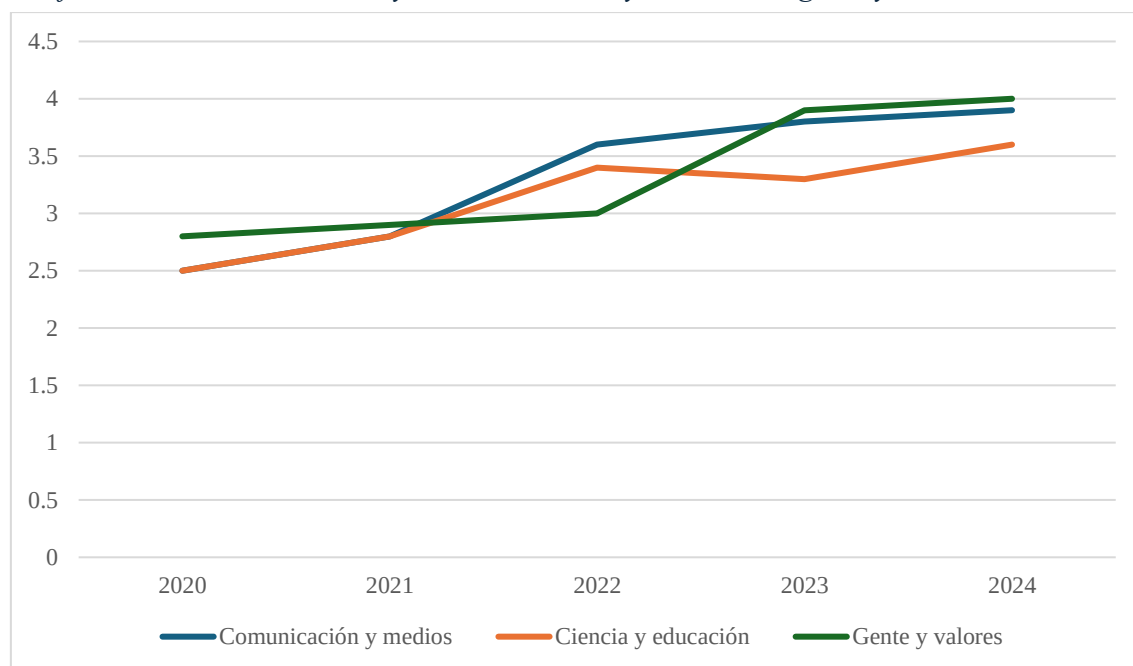


Gráfico 6. 13: Familiaridad; influencia; reputación

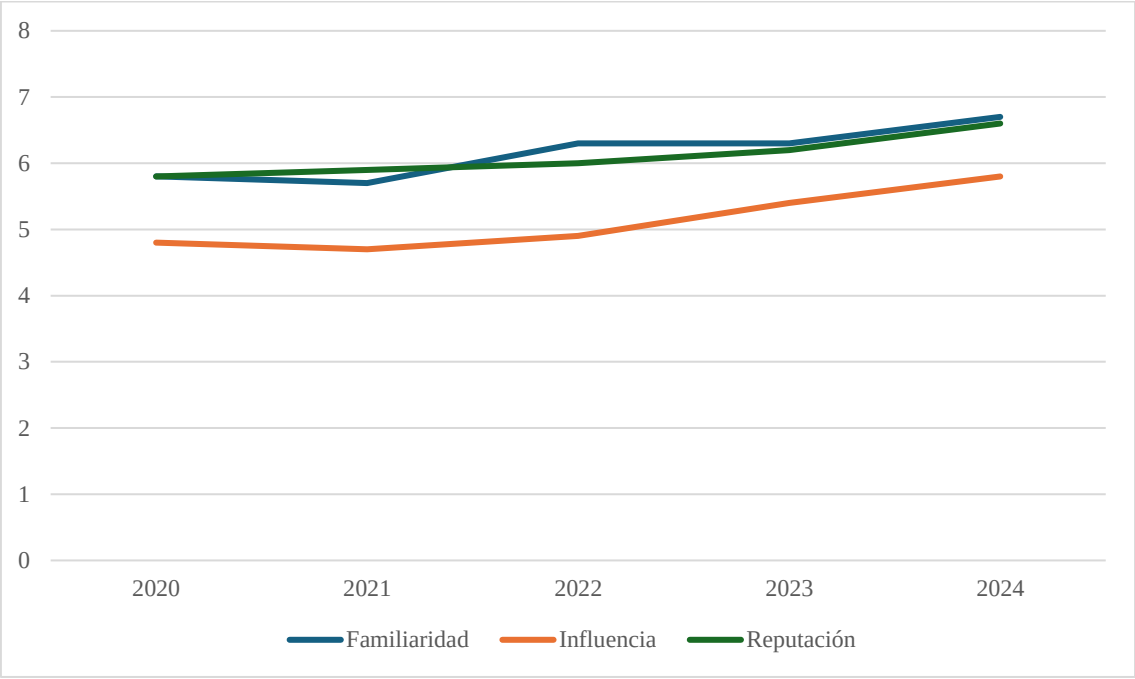
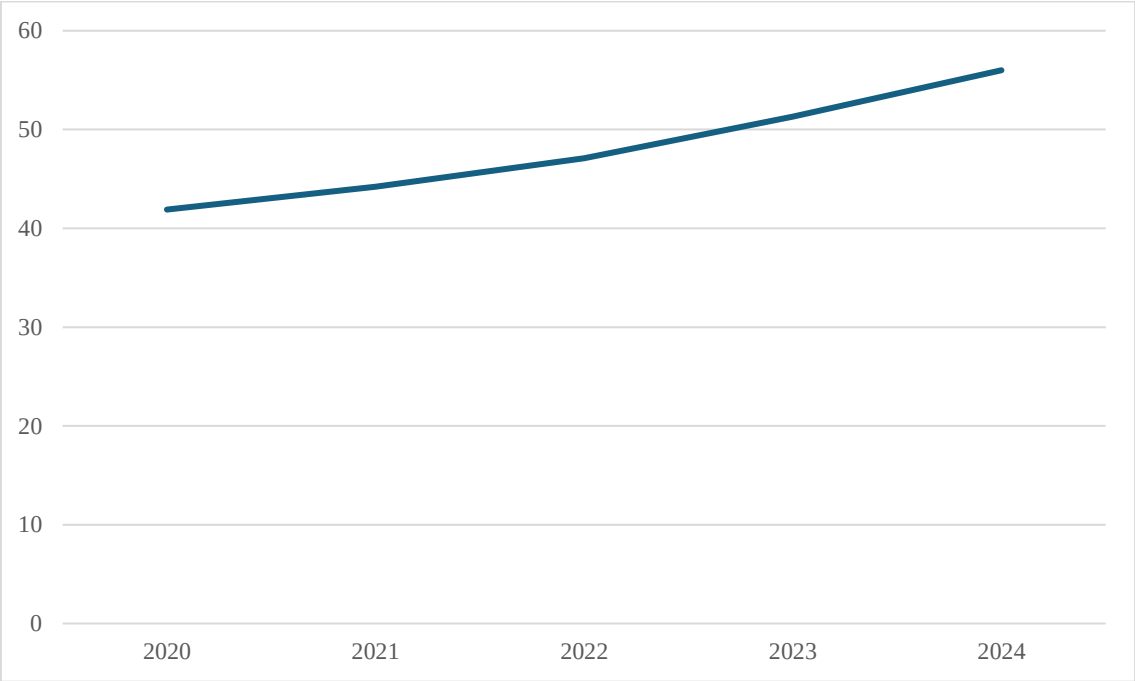


Gráfico 6. 14 Tendencia: puntaje total



Emiratos Árabes Unidos (E.A.U)

Tendencias: pilares comparados

Gráfico 6. 15: Comercio e intercambio; gobernanza; RRII; Cultura y legado

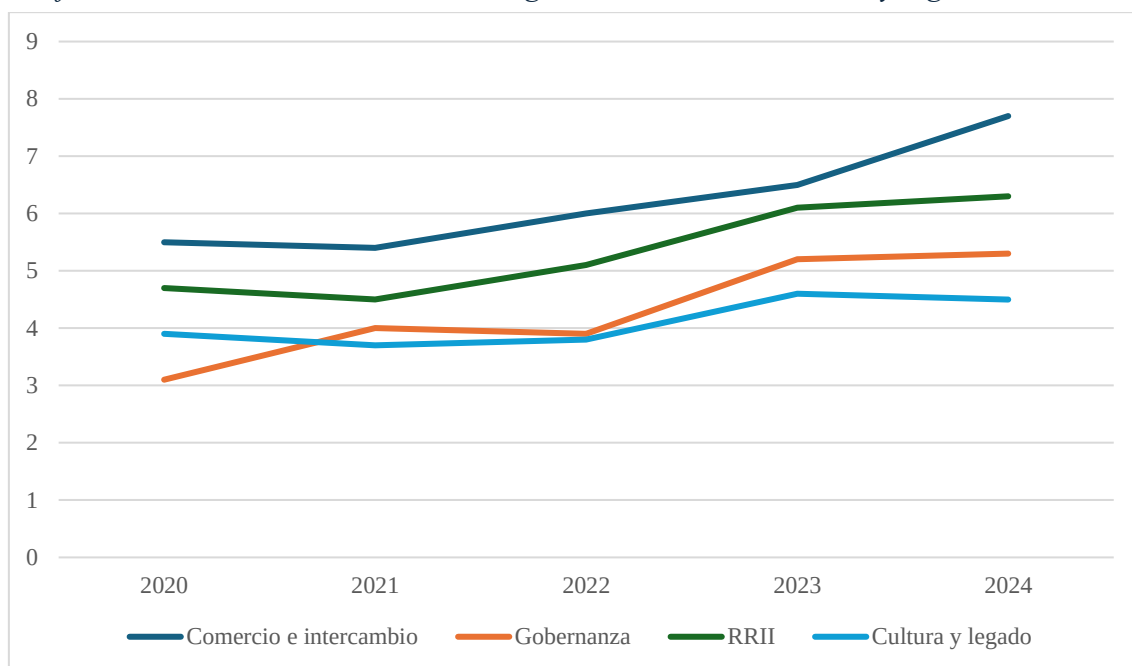


Gráfico 6. 16: Comunicación y medios; ciencia y educación; gente y valores

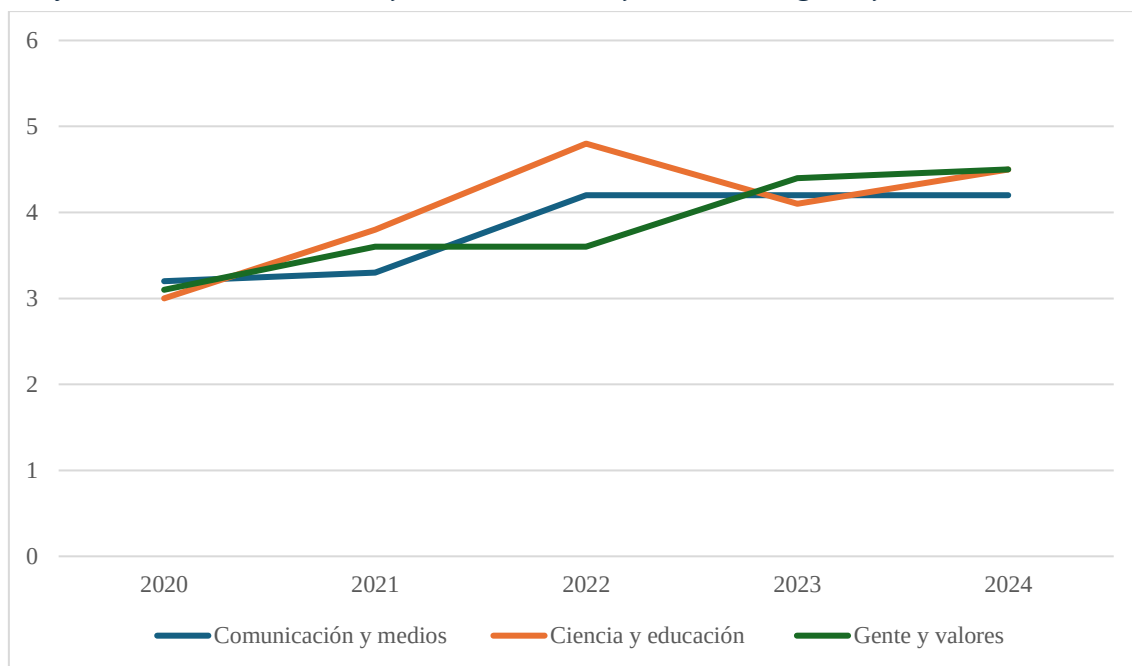


Gráfico 6. 17: Familiaridad; influencia y reputación

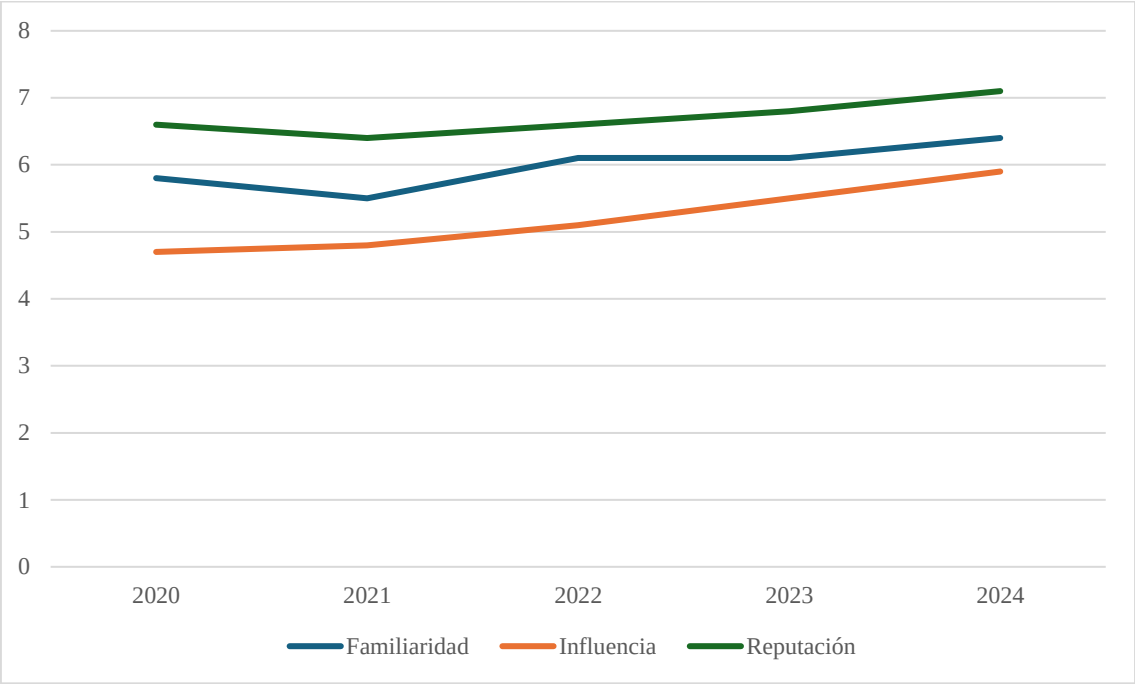


Gráfico 6. 18 Tendencia: puntaje total

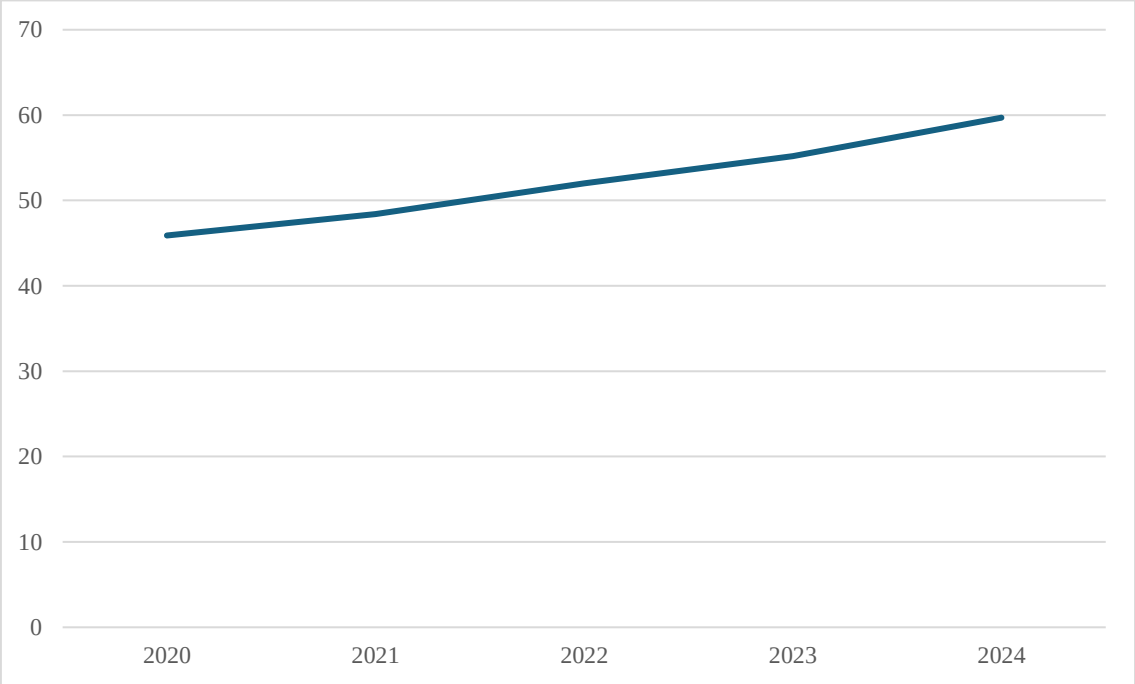
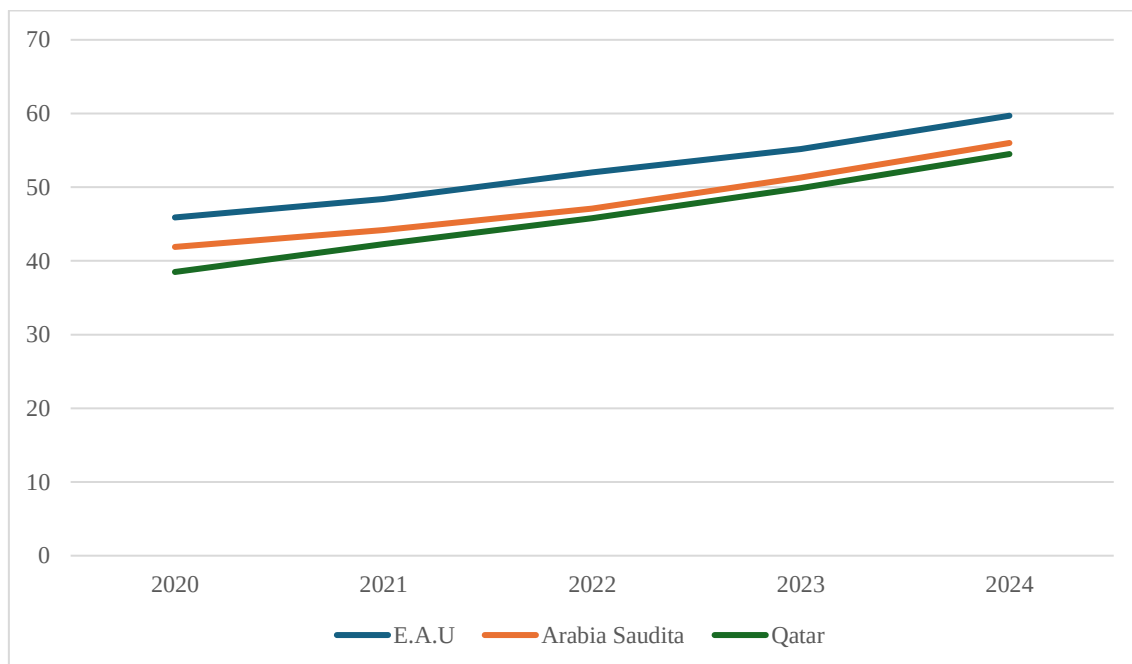


Gráfico 6. 19 Puntaje total comparado 2020-2024: Qatar, Arabia Saudita y E.A.U



Conclusiones parciales

En todos los países analizados se observa un incremento en el Soft Power Total, llevando a Emiratos Árabes Unidos al puesto 10 (+13,8); a Arabia Saudita al puesto 18 (+14,1); y a Qatar al puesto 21 (+16). La tendencia es alcista, aunque se observa que el pequeño emirato comienza a recortar distancias con sus rivales.

Analizando cada pilar en particular, podrá describirse un incremento en todos ellos con respecto al 2020. Ello no omite las variaciones propias de cada caso en particular durante los años analizados, pero si permite concluir que hay notables aumentos con respecto al primer año observado.

Por ello puede decirse que la celebración del Mundial de fútbol 2022 contribuyó enormemente no solo al Soft Power de Qatar (+16 en puntuación total), llevándolo a puestos altos del ranking (del 31 al 21), sino que también ayudó a la región en general, ya que se observan incrementos en las mediciones de sus países vecinos E.A.U (+13,8 en puntuación total; llevándolo del puesto 18 al 10) y Arabia Saudita (+14,1 en puntuación total; llevándolo del puesto 26 al 18). Ello podría significar no solo una mejora de la imagen regional, sino también un incremento de la reputación del islam.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo se reunió suficiente información para responder a todas y cada una de las preguntas de sistematización que se plantearon al inicio de la investigación. Contestarlas llevará a cumplir los objetivos específicos planteados. Y ello conducirá a responder la pregunta general y a su consiguiente objetivo

Objetivo específico 1: Describir la política exterior de Qatar y su estrategia comunicacional para difundir el islam

¿Cómo es la política exterior de Qatar y su estrategia comunicacional para difundir el islam?

Partiendo de la base que Qatar no tiene particularidades geopolíticas destacables en cuanto a tamaño y población, el emirato ha decidido formular su política exterior en base a dos pilares fundamentales: el deporte y la religión.

El deporte forma parte del Qatar National Vision 2030 y consiste en diversificar inversiones en diferentes áreas, como clubes de fútbol; patrocinadores en camisetas; embajadores deportivos y organización de eventos multitudinarios. Todo ello hace al objetivo de mostrarse como un socio fiable.

La religión es muy importante en el emirato y en la región. De mayoría suní, el pequeño estado busca ganar singularidad internacional al intentar convertirse en un referente de un modelo político inspirado en principios conservadores del islam. Este intento de difusión halla su alianza con los “Hermanos Musulmanes” y su estructura en las inversiones para la construcción de mezquitas y centros culturales alrededor del mundo y principalmente en Europa.

La estrategia comunicacional de Qatar basa toda su eficacia en Al Jazeera, una cadena internacional fundada en 1996 y financiada casi en un 90% por la familia real Al Thani. Este canal informativo busca su singularidad bajo su lema “la opinión y la opinión del otro”, que lo ha llevado a entrevistar a Bin Laden, por dar un ejemplo.

Al Jazeera basa todo su conglomerado en la división en canales y perfiles por temáticas. Estos perfiles en su conjunto suman cerca de 150 millones de seguidores y 20.000 millones de interacciones (visitas, espectadores en vivo, número de Me gusta, entre otras). Al mismo tiempo, y comparada con otras grandes cadenas internacionales, el canal qatari se ubica en puestos bastante altos.

Objetivo específico 2: Clasificar la tipología comunicacional de Qatar a través de sus medios audiovisuales y redes sociales

¿Cuál es la tipología comunicacional de los medios audiovisuales y redes sociales qataríes?

La tipología comunicacional de Qatar se basa, casi exclusivamente, en la cadena Al Jazeera. Como se ha desarrollado más arriba, su estrategia consiste en utilizar todas las redes sociales posibles, procurando llegar a cada vez más personas.

En este sentido, debe destacarse que la cadena posee una potencialidad enorme si se la compara con otros grandes conglomerados como CCTV, CNN, BBC, RT, DW News e IRNA. Asimismo, toda la información que brinda Al Jazeera se basa en la máxima de su lema “la opinión y la opinión del otro”, por lo que es esperable que se utilicen enfoques alternativos a los occidentales, lo cual se ha observado claramente en algunos artículos de opinión analizados, como “The massive hypocrisy of West’s World Cup Concerns” de Belén Fernández y “The Qatar World Cup is about to shatter colonial myths” de Larbi Sadiki. Estos escritos critican la visión Euroamericana de “lo bueno” y su “doble moral” al criticar los abusos de derechos humanos en la construcción de la infraestructura necesaria para llevar a cabo el evento.

Particularmente el caso del Mundial 2022 como la Copa con más espectadores totales (cerca de 5000 millones) y su clara potencialidad de Soft Power en tanto refleja masividad y cultura popular, no parece haber impactado demasiado en la cadena Al Jazeera. Es cierto que, durante el evento, ganó 300.000 suscriptores y 423 millones de visitas en YouTube; 185.000 seguidores en Instagram y 321.000 más en Twitter/X; pero ello no representa un cambio de tendencia demasiado pronunciado.

En tal sentido, puede concluirse que el canal encargado de cobertura en vivo y transmisiones para Medio Oriente y África fue beIN Sports (que hasta 2014 pertenecía a Al Jazeera) y que compartió el contenido con cerca de 242.000.000 personas en la final del evento.

Objetivo específico 3: Comprender la problemática de la imagen de la sharía como prioridad de la política exterior de Qatar

¿Cómo influye la imagen de la sharía en la política exterior de Qatar?

Qatar es un país musulmán que profesa la rama sunita del islam. Según datos publicados por la Oficina de Información Diplomática de España en junio de 2024, de la población religiosa total del emirato el 77% son musulmanes (y dentro de ese porcentaje, el 90% son sunitas).

Al mismo tiempo, Qatar le asigna un rol muy importante a la religión en su organización interna. El artículo 1 de su Constitución en vigor desde el 9 de abril de 2004, plantea que la Ley Islámica (sharía) es fuente principal de legislación. Por ende, todo el cuerpo legal se basará en lo que ella dice.

Delfina Serrano Ruano, escritora en la revista AWRAQ, divide a los estados nación de mayoría islámica en cuatro categorías: secularizados; dominados por la sharía; dominados por derecho occidental excepto en estatuto personal, administración de fundaciones pías y rituales islámicos; y sistemas legales Re islamizados. Se ubica a Qatar dentro de la categoría número 2 como un Estado dominado por la sharía, ya que su cuerpo legal debe tomarla como fuente.

Respecto a dos temas la legislación qatarí conserva grandes diferencias con respecto a las sociedades occidentales: la homosexualidad y la situación de las mujeres. En el primer caso, la misma está penada por ley (1 a 3 años), por lo que Nasser Al-Khater, director del comité organizador de la Copa del Mundo, tuvo que aclarar que su país si recibiría a aficionados de la comunidad LGBT, aunque exigió la no demostración pública de afecto.

En el segundo caso, aún más polémico, han existido diversas denuncias acerca del sistema de tutela masculino. Una de ellas, con un exhaustivo análisis de 27 leyes y 73 entrevistas, ha sido publicada por Human Rights Watch en marzo de 2021. Allí se describen numerosas situaciones de desigualdad: la necesidad de permiso de tutores para casarse; la necesidad de permiso para estudiar, para bajarse de un taxi o auto no registrado por su familia, para vivir en residencias estudiantiles, para viajar como parte de los estudios, entre otras.

Al respecto se complementa la información con una entrevista sobre la situación de la mujer durante el mundial 2022. En ella Natalia Junquera, enviada por el diario El País, observa las diferencias en vestimenta, la falta de mujeres en los estadios (la mayoría eran extranjeras) y en la calle (el 70% de la población es masculina). Al mismo tiempo, hablando con mujeres qataríes, describe como hay algunas que están de acuerdo con el sistema de tutela, mientras que otras cuestionan el orden imperante.

Por ende, la imagen de la ley islámica en occidente es difícil de justificar. Particularmente la situación de las mujeres y de los homosexuales hace que, en materia de política exterior, sea difícil plantear que existe una “buena imagen” de la sharía y su interpretación²²² qatarí. Sin embargo, es cierto que no existieron grandes polémicas durante la celebración del mundial, lo cual es altamente beneficioso para la imagen país ya que, pese a lo que se establece en la legislación, se pudo convivir pacíficamente durante el evento.

Por último, y pasando al número de adeptos musulmanes, se espera que para el año 2050 (según Pew Research Center) la cantidad suba a aproximadamente 2.761 millones de personas (en 2020 eran 1907 millones), acortando distancias con el cristianismo, que pasaría de 2382 millones de creyentes en 2020 a 2918 millones. Imposible es pronosticar si ello resultará en una “mejor imagen” de la interpretación qatarí, pero si puede plantearse que, al menos, habrá más población cercana a los textos de la ley islámica.

Objetivo específico 4: Comprender la relevancia del fútbol como Soft Power para difundir los valores del islam y su compatibilidad con el deporte

¿Qué importancia tiene el fútbol como elemento de Soft Power para difundir los valores del islam?

El fútbol es parte de una estrategia a largo plazo, bautizada como “Qatar National Vision 2030”. Al respecto, su eje está puesto en el denominado “blanqueamiento deportivo”, que permitirá a Qatar darse a conocer al mundo. Ello sería imposible sin las inversiones necesarias, y el emirato no escatimó en gastar dinero.

Algunos ejemplos de inversiones son: la consecución de los derechos (2010) para organizar el mundial 2022, evento para el cual gastó más de 200.000 millones de euros; el pago (2010) de 163 millones de dólares al FC Barcelona para patrocinar sus camisetas a través de Qatar Airways; la compra (2011) del PSG mediante el Qatar Sports Investment; el contrato como embajador (2011-2022) plenipotenciario a David Beckham;

²²² En el capítulo 5 se profundiza lo que significa “interpretación” dentro del islam. Todo ello hace parte de una rica doctrina y jurisprudencia

la fundación de Aspire Football Dreams como academia de reclutamiento futbolístico; etcétera.

Todo este plan de inversiones encuentra su fundamento en que el fútbol, como parte de la cultura popular del Soft Power, permite que se encuentren cosmovisiones diferentes del mundo. Ello también permite “difundir los valores islámicos” a través de visitas turísticas (como la planificada²²³ al Centro Cultural Sheikh Abdulla Bin Zaid Al Mahmoud durante el mundial 2022).

Al mismo tiempo, el islam si es altamente compatible con el fútbol en los valores de la disciplina, el esfuerzo personal, el autocontrol, la justicia, entre otros. Y esos valores se transmiten no solo en el juego, sino también fuera de él.

Por último, los números del informe anual de Soft Power elaborado por Brand Directory, demuestran que Qatar ha incrementado fuertemente todos sus índices, acercándose al puesto 21 de 193 en el ranking. En la región está por debajo de Arabia Saudita (puesto 18) y Emiratos Árabes Unidos (puesto 10). Pese a ello, en el periodo 2020-2024, parece estar acortando las distancias.

Objetivo general: Analizar la utilización del fútbol como instrumento de Soft Power en Qatar 2022

¿Cómo fue utilizada la organización del mundial 2022 por parte de Qatar?

Que el fútbol es Soft Power es indudable: se ubica dentro de la cultura popular, categoría desarrollada por Joseph Nye en su teoría. Su potencialidad es muy alta: es el deporte más practicado del mundo. Su masividad alcanza picos altísimos (5.000 millones de espectadores) durante la celebración del mundial, el evento futbolístico masivo por excelencia.

La organización de un mundial era parte del plan estratégico qatarí “Qatar National Vision 2030” publicado en el año 2008. Su potencialidad radicaba en que, por primera vez en la historia, se llevaba al evento más popular del deporte más popular a Medio Oriente. Ello necesariamente provocaría, a priori, una exposición inusitada para un emirato tan pequeño. Y así fue, numerosos eran los artículos de opinión publicados, además de que el estudio de la idiosincrasia qatarí creció exponencialmente. A la par también se criticaban ciertas condiciones (como la situación de las mujeres y los homosexuales) en informes publicados por Amnistía Internacional y Human Rights Watch.

El intento de boicot, observado en las manifestaciones de algunos equipos europeos, no dañó para nada a la organización del mundial, ya que todas las selecciones clasificadas acudieron al torneo. Por ende, el evento transcurrió con total normalidad.

Qatar supo aprovechar toda la masividad que le da a un país organizar un mundial. En primer lugar, las cuantiosas inversiones en infraestructura (se calculan montos de 200.000 millones de dólares), estadios y comodidades le daban una imagen de lujo y ostentación a todos los turistas que iban (seguramente se pretenda dar una imagen de destino turístico a Doha para el futuro también). En segundo lugar, se pretendió que las situaciones más

²²³ Para más información, consultar capítulo 6

criticadas con anterioridad al mundial, como la de las mujeres y los homosexuales, no fueran conflictivas (y ello se logró, el evento transcurrió con notable tranquilidad).

En tercer lugar, y en línea con el objetivo de expandir una concepción del islam, se organizaron visitas a Centros Culturales para todo aquel que esté interesado en ellas. Es destacable la visita al Centro Cultural Sheikh Abdulla Bin Zaid Al Mahmoud que permitía a no musulmanes ingresar y que hacía un culto a la cordialidad y al buen trato al visitante²²⁴. Por último, se pretendió llegar a más audiencias (5.000 millones de espectadores durante todo el evento es la cifra estimada) a través del uso de las redes sociales. Sin embargo, ello no se reflejó en la masividad de Al Jazeera, ya que el encargado de transmitir directamente fue beIN Sports. Pese a ello, la cadena qatarí si alcanzó a cubrir con artículos de opinión y noticias al evento.

Todo ello hace a un objetivo blando bastante más grande: dar la imagen de socio fiable. ¿Qué mejor manera de hacerlo a través de la demostración del poder de la billetera? Al fin y al cabo, toda la inversión hecha solo es posible si el estado que la hace tiene un plan a futuro claro y, sobre todo, si posee los fondos suficientes.

El otro objetivo blando es el de “islamizar” al turista. Nótese que el término ha sido definido en capítulos anteriores y para nada tiene que ver con la concepción peyorativa que se le suele dar en Europa. Este objetivo se traduce en inversiones en mezquitas, Centros de Información y Centros Culturales y obedece a la necesidad de dar a conocer el islam a occidente.

Por último, el objetivo del “blanqueamiento deportivo” provoca inversiones en diferentes medidas de imagen, como embajadores deportivos y patrocinios en camisetas. Ello llevará a más de uno a preguntarse de donde sale el sponsor con el que cerró contrato su equipo favorito, y esto provocará búsquedas en internet que aumentarán la notoriedad a nivel país.

Todos estos objetivos son parte de una “Guerra deportiva” entre Arabia Saudita, Qatar y Emiratos Árabes Unidos por ver quien cierra mejores jugadores para la liga local, quien cierra mejores acuerdos de organización de eventos deportivos, quien invierte más en el fútbol europeo, entre otras cuestiones. Al parecer, el pequeño emirato tiene una gran ventaja al haber sido el primer país de Medio Oriente en albergar la máxima cita del fútbol, constituyendo este hito un hecho fundamental de Soft Power. Pese a ello, es de esperarse que el deporte más popular del mundo comience a volcarse a Medio Oriente.

²²⁴ Ídem

Sugerencias para futuras investigaciones

Resultaría conveniente desarrollar, a partir de un enfoque en la teoría del Soft Power, la relación que tienen Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos con el fútbol. Estos son dos países que siguen una estrategia similar de inversión, la cual ha sido brevemente descrita en este trabajo a los fines de comparar y de no desviarse del fin último de esta investigación.

Al mismo tiempo, conviene que en un futuro esta información se vea actualizada con los nuevos eventos multitudinarios que parecen estar comenzando a tener lugar en Medio Oriente.

Por último, y en línea con la falibilidad de esta investigación, resultaría apropiado evaluar a futuro la evolución del Soft Power de Qatar durante los años posteriores a 2024. Ello convendría al objetivo de entender si realmente el impacto es tan anunciado como las estadísticas sugieren o, si por el contrario, se trata tan solo de un breve impulso que poco hace a la imagen general del país.

Apéndice

Capítulo 1: Introducción ¿Qué es el Soft Power?

Apéndice 1. 1: Publicidad del mundial 1934



Fuente: TyC Sports. Link de acceso: <https://www.tycsports.com/mundial/mundial-italia-1934-la-copa-del-mundo-que-gano-el-fascismo-id454388.html>

Apéndice 1. 2: Publicidad del mundial 1978



Fuente: ANRed. Link de acceso: <https://www.anred.org/2008/03/23/publicidad-y-dictadura-cronica-de-una-relacion-estrategica/>

Capítulo 2: La política exterior de Qatar

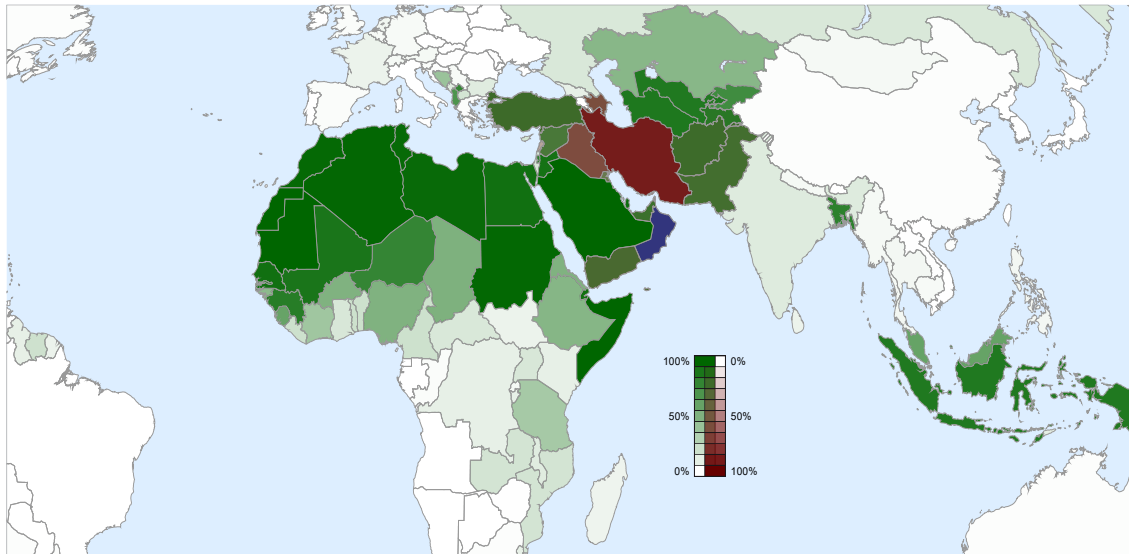
Apéndice 2. 1: Mapa de Medio Oriente



Fuente: El Orden Mundial. Link de acceso: <https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/mapa-politico-oriente-proximo/>

Capítulo 4: Al Jazeera y redes sociales- su rol en la comunicación de Qatar

Apéndice 4. 1: Mapa religioso de Medio Oriente



Fuente: Wikipedia. Link de acceso: https://es.wikipedia.org/wiki/Mundo_isl%C3%A1mico#/media/Archivo:Islam_by_country.svg
Porcentaje de creyentes sobre población. En verde los suníes, en rojo los chiíes y en azul los ibadíes.

Referencias bibliográficas

1. ¿Y ahora adónde vamos?: nuevos desafíos en el Medio Oriente / Ornella Fabani... [et al.]; compilación de Ornella Fabani; Ignacio Rullansky; editado por Ornella Fabani; Ignacio Rullansky. - 1a ed. adaptada. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, 2023.
2. Arbuniés, Pablo. "Qatar: invertir en escaparate deportivo para ganar talla geopolítica". *Global Affairs and Strategic Studies*. Navarra. (noviembre-2022).
3. Atahualpa, Amerise. "Que dice el Corán sobre la homosexualidad y por qué esta se castiga en el mundo musulmán". *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-63880959> (11 de diciembre de 2022)
4. Autores Varios. "¿Por qué Qatar fue acusado de apoyar a terroristas?" *CNN español*. <https://cnnespanol.cnn.com/2022/11/18/por-que-han-acusado-qatar-apoyar-terroristas-orix/> (18 de noviembre de 2022)
5. Autores Varios. "3 datos de la selección de Marruecos, la gran revelación de Qatar 2022". *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-63880083> (6 de diciembre de 2022)
6. Autores Varios. "Al Jazeera permite por primera vez a una locutora lucir el velo islámico". *Urgente24*. <https://urgente24.com/93604-al-jazeera-permite-por-primera-vez-a-una-locutora-lucir-el-velo-islamico>. (26 de noviembre de 2023)
7. Autores Varios. "Al margen del fútbol, Catar quiere terminar con las ideas falsas del islam". *France 24*. <https://www.france24.com/es/minuto-a-minuto/20221204-al-margen-del-f%C3%BAtbol-catar-quiere-terminar-con-las-ideas-falsas-sobre-el-islam> (4 de diciembre de 2022)
8. Autores Varios. "Financiamiento catari del islam en Europa" *Swissinfo.ch*. <https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/inversiones-catar%C3%A0des-en-suiza-financiamiento-catar%C3%A0del-islam-en-europa/44881318>
9. Autores Varios. "Human Rights Guide for Reporters: 2022 FIFA World Cup in Qatar". *Human Rights Watch*. (2022)
10. Autores Varios. "La Copa Mundial de la FIFA Catar 2022, en números". *FIFA.com* <https://publications.fifa.com/es/annual-report-2022/tournaments-and-events/fifa-world-cup-quatar-2022/fifa-world-cup-qatar-2022-in-numbers/>. (s.f.)
11. Autores Varios. "Más de la mitad del planeta disfrutó de un mundial incomparable en 2018". *FIFA.com* <https://inside.fifa.com/es/tournaments/mens/worldcup/2018russia/media-releases/mas-de-la-mitad-del-planeta-disfruto-de-un-mundial-incomparable-en-2018> (21 de diciembre de 2018)
12. Autores Varios. "Mil millones de personas vieron la final mundialista de Sudáfrica 2010". *Medio Tiempo*. <https://www.mediotiempo.com/futbol/copa-mundial/mil-millones-personas-vieron-mundialista-sudafrica-2010>
13. Autores Varios. "Mundial 2022.Cuál es la religión de Qatar". *El Cronista*. <https://www.cronista.com/mundial-qatar-2022/mundial-2022-cual-es-la-religion-de-qatar/> (13 de octubre de 2022)

14. Autores Varios. “Qatar 2003”. *BCN Chile*.
<https://www.bcn.cl/procesoconstituyente/comparadordeconstituciones/constitucion/qat> (s.f.)
15. Autores Varios. “Qatar: estado de Qatar”. Oficina de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España. (2024)
16. Autores Varios. “Religious Composition by Country, 2010-2050”. *PEW Research Center*. <https://www.pewresearch.org/religion/feature/religious-composition-by-country-2010-2050/>. (21 de diciembre de 2022)
17. Autores Varios. “Seis claves para entender el conflicto entre Qatar y los países del golfo Pérsico”. *Infobae*.
<https://www.infobae.com/america/mundo/2017/06/05/seis-claves-para-entender-el-conflicto-entre-qatar-y-los-paises-del-golfo-persico/> (5 de julio de 2017)
18. Autores Varios. “The future of world religions: population growth projections, 2010-2050”. *PEW Research Center*.
<https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/muslims/> (2 de Abril de 2015)
19. Autores Varios. “Un mes después: 5.000 millones interactuaron con la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022”. *InsideFIFA.com*.
<https://inside.fifa.com/es/tournaments/mens/worldcup/qatar2022/news/un-mes-despues-5-000-millones-interactuaron-con-la-copa-mundial-de-la-fifa>
20. Autores Varios. “Why are football teams protesting against Qatar 2022 World Cup?”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/news/2021/3/28/why-are-football-teams-protesting-against-qatar-2022-world-cup> (28 de marzo de 2021)
21. Azcoiti, Biosca Javier. “Qatar está pagando el precio de haber apoyado la Primavera Árabe”. *Eldiario.es*. https://www.eldiario.es/internacional/qatar-primavera-arabe-jazeera_128_3080979.html (11 de noviembre de 2017)
22. BeIN media group. <https://www.beinmediagroup.com/the-group/>
23. Belmonte, Nerea. “Al Jazeera, un eco de la diplomacia qatari”. *Atalayar*.
<https://www.atalayar.com/articulo/reportajes/al-jazeera-un-eco-de-la-diplomacia-qatari/20220414075141156007.html> . (15 de abril de 2022)
24. Bleyan, Vardan. “LGBT, alcohol, religión y sexo: todo lo que está prohibido en Qatar y sus penas de cárcel”. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/437395-todo-lo-que-estara-prohibido-en-qatar> (18 de noviembre de 2022)
25. Cañas, Alejandro. “¿Cuál es la religión predominante en Qatar y que otras religiones están permitidas?”. *As*. <https://as.com/actualidad/cual-es-la-religion-predominante-en-qatar-y-que-otras-religiones-estan-permitidas-n/> (20 de noviembre de 2022)
26. CASTAÑO RIAÑO, Sergio. “La influencia de Qatar en el desarrollo del islam político en Europa y su impacto en España”. *Investigaciones históricas, época moderna y contemporánea*. 42 (2022)
27. CIS (2019). Informes de Opinión Pública CIS UADE-VOICES! Religión. *Centro de Investigaciones Sociales (CIS)*. Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy. ISSN 2618-2173. Enero 2019.
28. Cueto, José Carlos. “Cuáles son las principales alianzas de poder en Medio Oriente detrás de la actual tensión en le región”. *BBC News Mundo*.
<https://www.bbc.com/mundo/articles/crgkrpeeepeo> (28 de enero de 2024)

29. Dentice, Giuseppe. “Deporte, cultura y grandes eventos: el sentido del poder blando”. Afkar ideas. Nro. 67. Italia, noviembre de 2022
30. Dougherty, James E. “Enfoques teóricos de las Relaciones Internacionales”. **Teorías en pugna en las Relaciones Internacionales**. 1ra ed. Nuevo Hacer, Buenos Aires, 1993
31. Fernández, Belén. “The massive hypocrisy of the West’s World Cup concerns”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2022/11/28/the-massive-hypocrisy-of-the-west-s-world-cup-concerns> (28 de noviembre de 2022)
32. Herrero, Amado. “Francia y Qatar: historia de una larga e incómoda amistad”. *Eldiario.Ar*. https://www.eldiarioar.com/mundo/francia-qatar-historia-larga-e-incmoda-amistad_1_9803668.html (17 de diciembre de 2022)
33. <https://brandirectory.com/softpower/>
34. <https://datosmacro.expansion.com/paises/arabia-saudita>
35. <https://datosmacro.expansion.com/paises/catar>
36. <https://es.statista.com/estadisticas/600552/los-paises-con-el-mayor-producto-interior-bruto-pib-per-capita/>
37. <https://inside.fifa.com/es/fifa-world-ranking/men>
38. <https://oec.world/es/profile/country/are?yearlyTradeFlowSelector=flow1>
39. <https://oec.world/es/profile/country/irn?yearlyTradeFlowSelector=flow1>
40. <https://oec.world/es/profile/country/irq?yearlyTradeFlowSelector=flow1>
41. <https://oec.world/es/profile/country/sau?subnationalTimeSelector=timeYear&yearlyTradeFlowSelector=flow1>
42. <https://vidiq.com/youtube-stats/channel/UC0LSnqrwqtMwl2YwfUpO66g/>
43. <https://vidiq.com/youtube-stats/channel/UCfiwzLy-8yKzIbsmZTzxDgw/>
44. <https://vidiq.com/youtube-stats/channel/UCNye-wNBqNL5ZzHSJj3l8Bg/>
45. https://www.embassypages.com/qatar_es
46. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/mundial-catar-audiencia-global-medios-television-digital-2022>
47. <https://www.swissinfo.ch/spa/sociedad/inversiones-catar%0c3%ades-en-suiza-financiamiento-catar%0c3%ad-del-islam-en-europa/44881318>
48. Junquera, Natalia; Ayuso, Bárbara. “Podcast: ¿Como ven el Mundial las mujeres de Qatar? *El País*. <https://elpais.com/podcasts/hoy-en-el-pais/2022-12-13/podcast-como-ven-el-mundial-las-mujeres-de-qatar.html>. (13 de diciembre de 2022)
49. Leiva, Eduardo Mesa. “Mundiales bajo sospecha: propaganda y corrupción en la historia del torneo”. *La Vanguardia.com*. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20221119/8608067/mundiales-sospecha-propaganda-corrupcion-historia-torneo.html>
50. Levinsky, Sergio. “El mundial, bajo la lupa de un analista de inversiones: Para sacar rédito de su imagen, Qatar gastó más del doble de lo que gastó Europa por la crisis”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/deportes/2022/12/27/el-mundial-bajo-la-lupa-de-un-analista-de-inversiones-para-sacar-redito-de-su-imagen->

- [qatar-gasto-mas-del-doble-de-lo-que-gasto-europa-por-la-crisis/](#) (27 de diciembre de 2022)
51. Lipka, Michael. "Muslims and islam: key findings in the U.S. and around the world". *PEW Research Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/> (9 de agosto de 2017)
 52. López, Juan Manuel. "Mundial y política: cuando el fascismo se consagró campeón del mundo". *Goal.com*. <https://www.goal.com/es-ar/noticias/mundial-y-politica-cuando-el-fascismo-se-consagro-campeon-del-mundo/1lemgb3nhk6wh14ow7bkd5prvg> (21 de Abril de 2018)
 53. Losada, Rubén. "Qatar y China, una alianza estratégica más allá de la Copa Mundial de la FIFA 2022". *Foro diplomático*. <https://forodiplomatico.com/qatar-china-alianza-copa-mundial-fifa/> (12 de diciembre de 2022)
 54. Marroquín, Emmanuel. "Los cinco jeques dueños de clubes de fútbol". *TUDN*. <https://www.tudn.com/futbol/los-cinco-jeques-duenos-del-clubes-de-futbol> (7 de octubre de 2021)
 55. Martínez, Damian. "Irán-Arabia Saudita: la Guerra Fría de Medio Oriente". *Córdoba Global*. https://cbaglobal.com.ar/iran-arabia-saudita-la-guerra-fria-de-medio-oriente/?srsltid=AfmBOooooeIMuCTQYm4m5Uc_LwDJDYX36B72P1nR8tGtB9YV41YLwGZV (s.f.)
 56. Martínez, Patricio. "Qatar: un pequeño gigante". *Pueaa Unam*. <http://pueaa.unam.mx/blog/qatar-un-pequeno-gigante> (s.f.)
 57. Monti, Guillermo. "LA GACETA en Qatar: con el Mundial como excusa, así difunden los qataríes el islam". *La Gaceta*. <https://www.lagaceta.com.ar/nota/971757/deportes/la-gaceta-qatar-mundial-como-excusa-asi-difunden-qataries-islam.html> (1 de diciembre de 2022).
 58. Nye, Joseph. **Soft Power: the means to success in world politics**. Public Affairs, Nueva York, 2004.
 59. Padinger, Germán. "¿Por qué Qatar se convirtió en un aliado importante de Estados Unidos en Medio Oriente? *CNN Estados Unidos*. <https://cnnespanol.cnn.com/2022/11/09/por-que-qatar-aliado-estados-unidos-orix/> (9 de noviembre de 2022)
 60. Pascal, Boniface. "La geopolítica del deporte". Anuario Internacional CIDOB 2021. MMXXI. Barcelona. (octubre-2021). P 146-147
 61. Pont, Elisa. "Sunismo y chiismo, las dos ramas del islam". *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190528/462436747454/sunitas-chiitas-islam.html#:~:text=Desde%20la%20fundaci%C3%B3n%20del%20Islam,los%20sunitas%20y%20los%20chiitas>. (28 de mayo de 2019)
 62. Quiñonero, Juan Pedro. "El islam se consolida como la segunda religión de Francia". *ABC Internacional*. <https://www.abc.es/internacional/islam-consolida-segunda-religion-francia-20230409193755->

- [nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Finternacional%2Fislam-consolida-segunda-religion-francia-20230409193755-nt.html](https://www.abc.es/internacional/Fislam-consolida-segunda-religion-francia-20230409193755-nt.html). (9 de abril de 2023)
63. Sadiki, Larbi. “The Qatar World Cup is about to shatter colonial myths”. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/opinions/2022/11/18/qatar-2022-world-cup-football-colonial> (18 de noviembre de 2022)
 64. SERRANO RUANO, Delfina. “¿Qué es la sharía? Introducción sobre sus métodos, historia, tradición intelectual e instituciones”. *Revista AWRAQ*. MMXXII, nro. 20. 9-21
 65. Serrichio, Sergio. “Los números del Mundial más caro de la historia: costos y sombras de Qatar 2022”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/economia/2022/12/17/los-numeros-del-mundial-mas-caro-de-la-historia-costos-y-sombras-de-qatar-2022/> . (17 de diciembre de 2022)
 66. Socialblade. <https://socialblade.com/>
 67. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1343257/telespectadores-de-la-copa-mundial-de-futbol-de-la-fifa-a-nivel-mundial/>
 68. Twitter trending. <https://www.twitter-trending.com/>
 69. Woodyatt Amy; Shveda, Krystina; Cubero, Antonio Jarne. “Arabia Saudita intenta alterar el orden mundial del fútbol. Los motivos podrían sorprenderte”. *CNN Deportes*. <https://cnnespanol.cnn.com/2023/09/20/arabia-saudita-alterar-orden-mundial-futbol-motivos-podrian-sorprenderte-trax#:~:text=El%20PIF%20tiene%20US%24%20777.000,que%20m%C3%A1s%20gastan%20en%20jugadores>. (20 de septiembre de 2023)

Hoja de evaluación

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA
SISTEMA PRESENCIAL
TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN (TESIS) DE LA CARRERA DE LICENCIATURA
EN RELACIONES INTERNACIONALES
MUNDIAL DE QATAR 2022: FÚTBOL (NUEVO SOFT POWER) E ISLAMIZACIÓN

AUTOR: Mateo Tomás Delgado
Director: Mg. Juan Víctor Soto

Firma:
Firma:

EVALUACIÓN
CALIFICACIÓN:

TRIBUNAL:

Nombre y Apellido:
Nombre y Apellido:
Nombre y Apellido:

Firma:
Firma:
Firma:

LUGAR Y FECHA: Salta, 12 de diciembre de 2024

OBSERVACIONES: