

Los patrocinadores instan a la Fifa a asegurar los derechos laborales en las obras del Mundial de Qatar

Palco23

21 may 2015 - 04:58

La polémica sobre el Mundial de Qatar 2022 no cesa. A las denuncias de corrupción en la elección de la candidatura y las quejas de los clubes por el cambio de fechas del torneo, se le añade ahora la presión de algunos patrocinadores. Adidas, Sony y Visa ya reclamaron el año pasado a la Fifa que aclarara el caso de presuntos sobornos para que Qatar se adjudicara, y ahora la multinacional de servicios de pago ha pedido aclaraciones sobre la explotación laboral de los trabajadores en la construcción de los estadios.

Visa, consciente del daño reputacional que podría sufrir su marca, asegura que siguen "preocupados por los informes que salen de Qatar en relación con la Copa del Mundo y las condiciones de los trabajadores migrantes". Por ello, aseguran que ya han expresado a la Fifa su "grave preocupación" por esta cuestión e insta al organismo a "tomar todas las acciones necesarias para trabajar con las autoridades y organizaciones apropiadas para remediar esta situación y garantizar la salud y seguridad de todos los involucrados".



Protestas contra las condiciones laborales en Qatar.

La reacción de uno de los principales patrocinadores de la Fifa se produce después que un equipo de la **BBC** fuera retenido por las autoridades del emirato cuando realizaban un reportaje sobre las condiciones laborales. Antes, Amnistía Internacional denunció que Qatar no había avanzado en ninguna de las reformas prometidas para dignificar el trabajo de estas personas. Informaciones periodísticas no desmentidas por el país advertían de la explotación en régimen de esclavitud de unos 3.000 norcoreanos.

La organización de derechos humanos también denunciaba que se utilizará la fórmula denominada *kafala* en árabe, por la que el empleador se adueña del obrero al retener su pasaporte y garantizarse la potestad de firmar o no el permiso para que pueda salir del país si lo desea. "Se debe hacer más en Qatar para garantizar unas condiciones de trabajo justas para todos de manera uniforme", admitió Joseph Blatter, presidente de la Fifa, tras reunirse el pasado 15 de marzo con Tamim bin Hamad Al Thani, jeque de Qatar.

Toda esta polémica ha provocado que distintas marcas hayan decidido no renovar sus acuerdos de patrocinio con la Fifa después del ciclo que culminó con la celebración del Mundial de Brasil 2014. Los primeros en descolgarse fueron Sony y Emirates, mientras que a principios de año fueron Castrol, Continental y Johnson&Johnson las que pusieron fin a la relación comercial. "Los cambios al final de un ciclo de patrocinio son clásicos en la industria del deporte y siempre se han producido, desde el inicio de la comercialización relacionada con el Mundial", argumentó entonces Thierry Weil, director de marketing de la Fifa.