

Investigando el mundo turbio de la FIFA

ANDY ROBINSON :: 23/07/2014

Blatter ha creado una organización cuasi criminal con el fin de aferrarse al poder. "El 40% de las entradas que llegan al mercado negro salen de la puerta trasera de la FIFA"

Todo el mundo sabía en Rio durante el Mundial que, si estabas dispuesto a llevar 2.000 o hasta 3.000 reales (660 o hasta 1.300 euros) en tu cartera en las calles de Rio de Janeiro y, además, correr el riesgo de ser detenido por compra ilícita, encontraríais en el puente que cruzaba la Avenida Maracanã en frente del famoso estadio a chicos dedicados a la reventa. "Nosotros pagaremos lo que sea", me dijo un hincha chileno horas antes de que un centenar de sus compatriotas, desesperados porque no podían pagar lo que se pedía, irrumpieron en la sala de prensa del estadio e intentaron entrar a la fuerza para ver a su selección ganar a España.

Lo que los aficionados quizás no supieran es que empresas socias de la FIFA -bajo la polémica presidencia del suizo Sepp Blatter- son el origen de algunas de las entradas que acaban vendiéndose en el mercado negro por precios desorbitados.

Pero el periodista de investigación británico Andrew Jennings, autor del nuevo libro electrónico 'Omertà: Sepp Blatter's FIFA Organised Crime Family' cree que es lo habitual en las turbias estrategias comerciales de la federación internacional de fútbol. "La reventa de entradas del mundial ocurre de forma habitual; es uno de los escándalos mas grandes del fútbol", dijo en una entrevista mantenida esta semana desde su residencia en Londres. "Blatter quiere que creas que, cuando ellos (las agencias oficiales de venta de la FIFA) no están vendiendo las entradas, están vigilando para aplastar toda actividad en el mercado negro", afirma en su libro. Pero la realidad es radicalmente distinta, dice Jennings. "Un tipo de la reventa me dijo que hasta el 40% de las entradas que llegan al mercado negro salen de la puerta trasera de la FIFA: me quedé de piedra; había pensado quizás el 10%", afirma. La red internacional de reventa de paquetes de entradas del Mundial de Brasil investigada por el fiscal de Rio de Janeiro, Marcos Kac, con la presunta involucración de ejecutivos de la empresa oficial de distribución de entradas VIP, puede ser otro ejemplo.

Jennings sostiene en su nuevo libro que Blatter ha creado una organización cuasi criminal en la FIFA con el fin de aferrarse en el poder, basada en sobornos, evasión fiscal, y un reguero de irregularidades en la comercialización de los mundiales. "Hice investigaciones sobre la mafia siciliana en los años ochenta, luego empecé a olisquear en la FIFA en los años noventa y en el 2000 me di cuenta de que había vuelto a la cultura oscura de Sicilia y el Omerta", afirma en el libro.

A veces las afirmaciones de Jennings -que tiene 71 años- contra Blatter y la corrupción en la FIFA son tan fuertes, su seguimiento del tema tan obsesivo, que uno llega a pensar: "¿No será Andrew uno de esos periodistas veteranos británicos un poco amarillistas, con alguna agenda personal; procedente de una cultura mediática tabloide, más interesada en el tamaño del cuerpo del titular que el rigor de la información?". Pero lo cierto es que, como

periodista de investigación, Jennings tiene buen pedigrí. Fue integrante en los años sesenta del famoso equipo Insight del 'Sunday Times', uno de los puntos de referencia del periodismo de investigación antes de la llegada de Rupert Murdoch que lo desmanteló. Jennings destapó, en el programa Panorama de la 'BBC' titulado "Los Sucios Secretos secretos de la FIFA" emitido en el 2010, el escándalo en el cual el ex presidente brasileño de la FIFA Joao Havelange [que obligó a la FIFA a declarar a Pelé como mejor jugador de la historia] y su yerno y ex miembro de comité ejecutivo de la federación Ricardo Teixeira se habían embolsado millones de dólares en sobornos. Ambos se vieron forzados a dimitir.

"Yo tengo el 100% de respeto por Jennings por todo lo que ha hecho en la lucha contra FIFA", escribe, en el prefacio del libro, Romário, el ex futbolista y ahora figura destacada de la campaña contra la FIFA en Brasil, candidato al senado.

Tras una serie de escándalos - muchos de ellos destapados por Jennings- la FIFA se percibe en amplios segmentos de la opinión pública en Brasil como una organización corrupta, plagada de nepotismo que ha convertido el Mundial en un evento hecho a la medida de la elite corporativa global. El éxito relativo de la organización del Mundial y la ausencia hasta al fecha de grandes protestas no ha mejorado la imagen de la FIFA en las calles de Rio o Sao Paulo

En este contexto hay que entender la investigación del fiscal Kac sobre una red internacional de reventa de entradas del Mundial que ha involucrado a la distribuidora oficial de la FIFA de los paquetes VIP de entradas y servicios auxiliares de elite, Match Hospitality. En una de las 9.000 conversaciones telefónicas intervenidas por la policía brasileña en su investigación sobre la reventa de miles de entradas del Mundial, Ray Whelan, representante británico de esta empresa trató de vender 24 entradas con servicios de lujo auxiliares al empresario franco argelino Lamine Fofana. El precio total: 600.000 dólares. Fofana -afincado en Dubai- es uno de los principales implicados, según la investigación de Kac, en un negocio multi millonario de reventa ilegal de entradas.

Cualquiera que sea el resultado, el caso ya ilustra tres aspectos de la polémica gestión de Sepp Blatter que ha levantado tantas ampollas en Brasil:

1) La elitización del Mundial y el fútbol en general (conversión de un deporte popular en un negocio de elite): Los paquetes de entradas para suites privadas en los estadios del Mundial que Whelan intentaba revender (legal o ilegalmente) a Fofana, según la conversación intervenida, tienen un precio oficial de hasta 100.000 dólares por persona. En algunos casos, los paquetes corporativos comercializados por Match Hospitality, que ofrece la suite privada Bossa Nova en el Maracanã, "con top chef, interiorismo de los mejores diseñadores brasileños y azafatas multilingües," cuestan 2,3 millones de dólares para hasta 19 personas. Sus clientes son "los tipos con las grandes carteras del mundo corporativo; puedes verlos allí arriba en cada estadio disfrutando las mejores vistas, champan y catering excelente en sus palcos de VIP", afirma Jennings en su libro.

En este contexto, hay que entender la rabia que se sintió en Rio cuando el estadio Maracana fue privatizado para el Mundial y su gestión licitada al empresario multi millonario Eike Batista. El marketing de lujo de Match Hospitality no puede estar mas lejos de la filosofía de Mario Filho el impulsor de la construcción del Maracana en los años cuarenta. "El Maracana

fue creado tal y como quiso Filho como un estadio para todas las clases; la mayoría para gente pobre” dijo el Comitê Popular Rio Copa e Olimpíadas. “Ahora es para la élite”. La construcción de doce nuevos estadios por un coste superior a 3.000 millones de dólares tenía como fin crear estadios equipados para este nuevo reparto de espacio elitista entre graderías y áreas reservadas para clientes corporativos.

2) El nepotismo de la FIFA: La investigación del fiscal brasileño pone de manifiesto otra vez el nepotismo endémico en la FIFA y sus empresas clientes. Match Hospitality fue creada por dos hermanos mexicanos afincados en Manchester (Inglaterra), Jaime y Enrique Byrom estrechos amigos de Sepp Blatter, precisamente con el fin de hacerse con los lucrativos contratos de distribución de entradas de élite para la FIFA. La empresa matriz de Match Hospitality se llama Byrom y tiene cuatro miembros de la familia Byrom entre los nueve integrantes de su equipo directivo. El sobrino de Blatter, Philippe, preside Infront Sport & Media uno de los principales accionistas de Match Hospitality.

3) La evasión fiscal de la FIFA: Según el fiscal Kac, a partir de las indagaciones en el mercado negro de entradas, se abrirán líneas de investigación sobre el blanqueo de dinero y evasión fiscal a escala internacional. Quizás el fiscal puede mirar la cuenta bancaria de los hermanos Byrom en el centro offshore de la Isla de Man (o la otra cuenta en Sotogrande, un resort de lujo en Cadiz, España). O la predilección de todas las empresas vinculadas con Blatter por establecerse en Suiza. La mismísima FIFA tiene su sede en Zurich, aprovechando generosas exenciones fiscales. La empresa del sobrino de Blatter, cliente de la FIFA y accionista de Match Hospitality, tiene su sede fiscal en Zug, el paraíso fiscal más notorio de todos los cantones suizos.

"La FIFA ha aprovechado las condiciones muy generosas en Suiza para ONGs y entidades sin ánimo de lucro y ahora que Suiza empieza a controlar más de cerca a esta clase de organización, la FIFA se está transformando en una multinacional para utilizar la ingeniería fiscal de las grandes corporaciones multinacionales", me dijo Mark Pieth, experto en derecho y responsabilidad corporativa de la universidad de Basilea, que ha liderado una comisión sobre la reforma de la FIFA.

Y por si ahorrar impuestos en Suiza no fuese suficiente, la FIFA logró exenciones fiscales en sus operaciones en Brasil por valor de 1.000 millones de reales (unos 330 millones de euros) pese a que el Mundial de Brasil haya resultado un negocio redondo para la federación. Se calcula que la FIFA ingresará unos 10.000 millones de reales, unos 3.300 millones de euros, gracias al Mundial en Brasil. Si se incluyen los impuestos que deberían haber pagado los patrocinadores corporativos, tal y como calcula la ONG española Inspiracion, habría que añadir otros 400 millones de euros a los ingresos perdidos para el estado brasileño.

blogs.lavanguardia.com. Extractado por La Haine

<https://www.lahaine.org/mundo.php/investigando-el-mundo-turbio-de-la-fifa>