

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO – UNISAGRADO

PEDRO GUIMARÃES VERNINI

O SPORTWASHING E POLÍTICA EXTERNA: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DE INSERÇÃO INTERNACIONAL DA ARÁBIA SAUDITA E CATAR.

BAURU

2023

PEDRO GUIMARÃES VERNINI

O SPORTWASHING E POLÍTICA EXTERNA: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DE INSERÇÃO INTERNACIONAL DA ARÁBIA SAUDITA E CATAR.

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel em Relações
Internacionais - Centro Universitário Sagrado
Coração.

Orientador(a): Prof.^a Dr. Pedro
Henrique de Mota Carvalho.

BAURU

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

| | |
|-------|--|
| V537s | <p>Vernini, Pedro Guimaraes</p> <p>O <i>sportwashing</i> e política externa: uma análise das estratégias de inserção internacional da Arábia Saudita e Catar / Pedro Guimaraes Vernini. -- 2023. 41f. : il.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Pedro Henrique Mota De Carvalho</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP</p> <p>1. Arábia Saudita. 2. Catar. 3. Soft Power. 4. <i>Sportwashing</i>. I. Carvalho, Pedro Henrique Mota de. II. Título.</p> |
|-------|--|

PEDRO GUIMARÃES VERNINI

O SPORTWASHING E POLÍTICA EXTERNA: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DE INSERÇÃO INTERNACIONAL DA ARÁBIA SAUDITA E CATAR.

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel em Relações
Internacionais - Centro Universitário Sagrado
Coração.

Aprovado em: ___/___/___.

Banca examinadora:

Prof.º Dr. Pedro Henrique Mota de Carvalho (Orientador)

Centro Universitário Sagrado Coração

Profª Me. Letícia Rizzotti Lima

Centro Universitário Sagrado Coração

Prof.^o.Dr. José Késsio Floro Lemos

Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Estudos sobre os Estados Unidos
(INCT-INEU)

Dedico este trabalho aos meus avós, família e namorada com carinho.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é o resultado de um esforço conjunto e, por isso, expresso minha profunda gratidão a todos que desempenharam um papel fundamental em sua realização. Quero iniciar agradecendo ao meu orientador, professor Dr. Pedro Henrique de Mota Carvalho, pela orientação, paciência e contribuições valiosas que foram cruciais para moldar este projeto.

À minha família, dedico um agradecimento especial. Seu apoio constante e encorajamento foram a força que impulsionou minha jornada acadêmica.

À minha namorada, que foi extremamente importante para me apoiar em momentos de dificuldade. A paciência, o incentivo e o amor que ela trouxe foi o que me guiou por toda essa jornada, fazendo com que essa experiência fosse muito mais do que apenas livros e aulas. Estar ao lado dela tornou tudo mais especial.

Aos meus amigos e colegas de curso, agradeço pela amizade, discussões e pelo suporte que tornaram esta jornada ainda mais significativa.

Por fim, agradeço a todos que, de diversas maneiras, contribuíram para este projeto. Cada interação, conselho e gesto de apoio foram essenciais para o meu crescimento, tanto no âmbito acadêmico quanto pessoal.

A todos que compartilharam essa jornada comigo, meu sincero obrigado.

“O homem não teria alcançado o possível se, repetidas vezes, não tivesse tentado o impossível” (Max Weber).

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Tipologia Do Sportwashing | 29 |
| Figura 2 – Mapa da Localização do Catar | 36 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|-----|---|
| COI | Comitê Olímpico Internacional |
| FMI | Fundo Monetário Internacional |
| OMC | Organização Mundial Do Comércio |
| PIF | Consórcio de Investimento Público da Arábia Saudita |
| PSG | Paris Saint-Germain |
| QIA | Qatar Investment Authority |
| QSI | Qatar Sports Investments |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 13 |
| 2 DESENVOLVIMENTO | 15 |
| 2.1 SOFT POWER | 15 |
| 2.2 CONCEITO DE SPORTWASHING | 17 |
| 2.2.1 Conceituação do termo | 17 |
| 2.2.2 Abordagens do Sportwashing | 18 |
| 2.3 COMO FUNCIONA O SPORTWASHING | 21 |
| 2.4 ARÁBIA SAUDITA E A AQUISIÇÃO DO NEWCASTLE..... | 23 |
| 2.4.1 Contexto do Newcastle United | 23 |
| 2.4.2 Aquisição do Newcastle United pelo Consórcio Saudita | 24 |
| 2.4.3 Sportwashing e seus questionamentos..... | 24 |
| 2.4.4 Saudi Vision 2030..... | 25 |
| 2.4.5 Motivações do Sportwashing Saudita..... | 26 |
| 2.5 CATAR E O SPORTWASHING | 28 |
| 2.5.1 Visão Catar 2030 | 29 |
| 2.5.2 Catar e a aquisição do PSG..... | 30 |
| 2.6 CATAR E A COPA DO MUNDO DE 2022 | 31 |
| 2.6.1 Catar como anfitrião de eventos esportivos..... | 32 |
| 2.6.2 Acusação de corrupção e polêmicas | 33 |
| 3 CONCLUSÃO | 34 |
| REFERÊNCIAS | 37 |

O SPORTWASHING E POLÍTICA EXTERNA: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE INSERÇÃO INTERNACIONAL DA ARÁBIA SAUDITA E CATAR.

Pedro Guimarães Vernini

1Graduando(a) em Relações Internacionais pelo Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO)

Pedroguima16@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho aborda a evolução do futebol de um simples esporte para um terreno fértil de estratégias políticas e econômicas, explorando as aquisições de clubes de futebol europeus e a realização de eventos esportivos de grande escala no Oriente Médio. O estudo se concentra na Arábia Saudita e no Catar, analisando como esses países usam o sportwashing como parte de sua política externa. Inicialmente, examina os conceitos de soft power e sportwashing, destacando sua relevância nas relações internacionais. Em seguida, concentra-se na aquisição do Newcastle United pela Arábia Saudita, investigando os motivos por trás da transação e o contexto político saudita. Posteriormente, analisa a aquisição do Paris Saint-Germain pelo Catar e sua bem-sucedida candidatura para sediar a Copa do Mundo de 2022, relacionando esses eventos com a estratégia de sportwashing. O estudo compara estratégias de "Sportwashing" da Arábia Saudita e do Catar e analisa seu impacto na imagem internacional desses países. A pesquisa visa compreender as motivações por trás dessas aquisições e suas implicações sociais, econômicas e culturais no cenário global do futebol.

Palavras-chave: Arábia Saudita; Catar; Soft power; Sportwashing;

ABSTRACT

The present work discusses the evolution of football from a simple sport to a fertile ground for political and economic strategies, exploring the acquisitions of European football clubs and the hosting of large-scale sporting events in the Middle East. The study focuses on Saudi Arabia and Qatar, analyzing how these countries use sportwashing as part of their foreign policy. Initially, it examines the concepts of soft power and sportwashing, highlighting their relevance in international relations. It then focuses on the acquisition of Newcastle United by Saudi Arabia, investigating the reasons behind the transaction and the Saudi political context. Subsequently, it analyzes the acquisition of Paris Saint-Germain by Qatar and its successful bid to host the 2022 FIFA World Cup, relating these events to the sportwashing strategy. The study compares the sportwashing strategies of Saudi Arabia and Qatar and assesses their impact on the international image of these countries. The research aims to understand the motivations behind these acquisitions and their social, economic, and cultural implications in the global football landscape.

Keywords: Saudi Arabia; Qatar; Soft power; Sportwashing;

1 INTRODUÇÃO

O futebol é mais que um simples esporte, pois está associado a sentimentos de identidade e tem papel fundamental na inclusão social de países como o Brasil (GARCIA, 2015). Cada vez mais o futebol também tem se tornado um terreno fértil para estratégias políticas e econômicas. Nos últimos anos, houve uma notável tendência de aquisições de clubes de futebol de alto nível na Europa, bem como um crescente interesse na realização de eventos esportivos de grande escala por parte de governos do Oriente Médio, o que levanta questões sobre as motivações e os impactos desses acontecimentos no sistema internacional.

Este estudo analisa dois países que se utilizam do futebol como instrumento de inserção internacional: a Arábia Saudita, através da aquisição do Newcastle, equipe da primeira divisão da Premier League inglesa, e o Catar, devido à compra do Paris Saint-Germain (PSG), acompanhada pelo interesse em sediar a Copa do Mundo de 2022. Esses

acontecimentos refletem estratégias políticas que ficaram conhecidas pelo nome de “sportwashing” no qual o principal objetivo é promover uma melhor imagem internacional de um país através do esporte (BOYKOFF, 2022). Dessa forma, nossa pergunta de pesquisa é: 'De que maneira o sportwashing foi instrumentalizado pela política externa da Arábia Saudita e Qatar?'

Inicialmente, o conceito de 'soft power' e 'sportwashing' será explorado, com a discussão de sua relevância como ferramenta de política externa, a fim de compreender como se manifesta nas relações internacionais e qual é o objetivo de seu uso estratégico no cenário internacional.

Em seguida, a análise será concentrada na aquisição do Newcastle United pelo consórcio de investimento público da Arabia Saudita (PIF). Investigando os elementos que caracterizam essa aquisição como um caso de sportwashing. Serão examinadas as motivações por trás dessa transação, considerando os interesses dos investidores.

Posteriormente, a análise se estenderá ao contexto do Catar, onde será examinado a notável aquisição do clube de futebol Paris Saint-Germain (PSG) pelo Qatar Sports Investments (QSI), uma entidade vinculada à Autoridade de Investimentos do Catar (QIA), uma empresa governamental. Nesse contexto, será analisado como essa aquisição se relaciona com a estratégia de sportwashing, compreendendo como o esporte é empregado para aprimorar a imagem internacional desta nação. Além disso, será examinado a bem-sucedida candidatura do Catar para sediar a Copa do Mundo de 2022, analisando como essa conquista se insere na estratégia de sportwashing, considerando seus objetivos e implicações em um contexto global.

Por fim, o estudo será concluído através de uma síntese que compara as estratégias de sportwashing da Arábia Saudita e do Catar, avaliando como essas estratégias foram instrumentalizadas pela política externa de cada nação. Esta análise permitirá resumir as principais descobertas do estudo, destacando como o 'Sportwashing' tem sido utilizado para aprimorar a imagem internacional desses países.

A escolha de abordar esse tema se baseia na importância de compreender as estratégias e políticas de “lavagem de imagem” que vêm ocorrendo no cenário do futebol mundial. A crescente presença de investidores árabes nesse setor levanta questões sobre os

interesses por trás da realização de megaeventos esportivos e dessas aquisições de clubes europeus. Compreender essas motivações é crucial para analisar as implicações sociais, econômicas e culturais que essas transações trazem consigo.

2 DESENVOLVIMENTO

Para entender de que forma o sportwashing foi instrumentalizado pela política externa da Arábia Saudita e Qatar, é necessário abordar conceitos adequados para entender este fenômeno. Assim, discutimos abaixo o conceito de soft power e o próprio conceito de sportwashing conforme à literatura de Relações Internacionais.

2.1 SOFT POWER

Segundo Nye (2004), o soft power pode ser definido como a capacidade de um país persuadir outros a seguir suas políticas ou adotar suas práticas sem a necessidade de usar a força e com ênfase sobre formas de persuasão.

O soft power coopta as pessoas em vez de coagi-las. Ele se baseia na capacidade de moldar as preferências dos outros e é associado a ativos intangíveis, como personalidade atraente, cultura, valores políticos e instituições, bem como políticas vistas como legítimas ou com autoridade moral (NYE, 2004).

Nye compara o soft power à atração pessoal, dizendo que em relacionamentos, não é apenas o parceiro mais forte que tem o controle, mas sim a atração mútua. No mundo dos negócios, ele sugere que os líderes eficazes não apenas dão ordens, mas também inspiram e atraem as pessoas para segui-los. Para administrar bem uma grande organização, é importante que as pessoas compartilhem os valores e objetivos. Isso se aplica também ao policiamento comunitário, onde a polícia precisa ser amigável e atrativa para a comunidade, a fim de obter ajuda e cooperação (NYE, 2004).

O soft power não pode ser definido apenas como influência, pois a influência também pode ser baseada no hard power. Além disso, o soft power não se resume apenas à persuasão por meio de argumentos, mas também envolve a capacidade de atrair os outros. O autor argumenta que o soft power é uma forma de poder atraente, e seus recursos são os ativos que produzem essa atração (NYE, 2004).

Quanto ao hard power e o soft power, ambos são aspectos da capacidade de alcançar objetivos ao afetar o comportamento dos outros, mas diferem na natureza desse comportamento e na tangibilidade dos recursos. O hard power envolve comandar e pode ser baseado na coerção ou na indução, ou seja, na capacidade de um país influenciar outros por meio de ameaças ou incentivos tangíveis, como poder militar e econômico. Isso envolve a capacidade de coagir ou subornar outros países para que alterem seu comportamento. Por outro lado, o soft power envolve a capacidade de moldar o que os outros desejam, possibilitando assim que um país alcance seus desejos na política mundial através de outros países que admiram seus valores, imitam seu exemplo, aspiram ao seu nível de prosperidade e abertura, e desejam segui-lo. Dessa forma é importante definir a agenda e atrair outros na política mundial, e não apenas forçá-los a mudar de comportamento ameaçando com força militar ou sanções econômicas. O soft power faz com que os outros desejem os resultados que você deseja, cooptando as pessoas em vez de coagi-las (NYE, 2004).

À medida que o uso de hard power tradicional, como a força militar, se tornou menos aceitável na comunidade internacional, o soft power tornou-se cada vez mais importante como ferramenta de política externa, especialmente para estados menores com menos capacidades militares. A cultura, os valores políticos e a política externa de um estado são as principais fontes de soft power. Além disso, instituições internacionais e regras podem aumentar o soft power de um país, tornando suas ações mais legítimas aos olhos dos outros, por exemplo, no século XIX, o Reino Unido e, na segunda metade do século XX, os Estados Unidos avançaram seus valores ao criar uma estrutura de regras e instituições internacionais que estavam de acordo com a natureza liberal e democrática de seus sistemas econômicos. No caso do Reino Unido, isso envolveu a promoção do livre comércio e do padrão-ouro. No caso dos Estados Unidos, instituições como o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização Mundial do Comércio (OMC) e as Nações Unidas foram importantes (NYE, 2004).

Quando os países tornam o seu poder legítimo aos olhos de outros, encontram menos resistência para alcançar seus objetivos. Se a cultura e a ideologia de um país forem atrativas, outros países serão mais propensos a segui-los. Além disso, se um país puder moldar regras internacionais que estejam de acordo com seus interesses e valores, suas ações parecerão mais legítimas aos olhos dos outros. Se esse país usar instituições e seguir regras que incentivem

outros países a direcionarem ou limitarem suas atividades de acordo com suas preferências, não precisará recorrer ao hard power (NYE, 2004).

2.2 CONCEITO DE SPORTWASHING

2.2.1 Conceituação do termo

Com base na compreensão do conceito de soft power, é viável explorar uma de suas estratégias-chave, conhecida como "sportwashing", e compreender sua definição como um componente de uma estratégia de soft power.

Segundo Fruh et al (2022), o termo sportwashing é usado para descrever uma prática em que o esporte é utilizado para melhorar a reputação de alguém ou de uma organização, mesmo que eles estejam envolvidos em ações moralmente questionáveis. Funciona desviando a atenção das ações erradas por meio do esporte, aproveitando o fato de que muitas pessoas são apaixonadas por esportes e prestam muita atenção neles. É como se o esporte fosse usado como uma forma de encobrir os erros cometidos (FRUH et al. 2022).

Uma outra definição para esse conceito é abordada pelo autor Boykoff (2022), segundo ele, "sportwashing" é um fenômeno em que líderes políticos usam o esporte para parecerem importantes ou legítimos no cenário mundial. Eles fazem isso enquanto estimulam o nacionalismo e desviam a atenção das questões sociais crônicas e dos problemas de direitos humanos em seu próprio país. Para alcançar isso, esses "sportwashers" aproveitam megaeventos esportivos para promover o prestígio nacional e transmitir avanços econômicos ou políticos. Isso pode acontecer tanto em regimes autoritários quanto democráticos (BOYKOFF, 2022).

O termo "sportwashing" envolve a criação de uma relação social complexa que afeta diferentes públicos, tanto internacionais quanto domésticos. Os "sportwashers" podem direcionar sua estratégia de esportes para a população interna de seu país e também para o público global externo. Além disso, o sportwashing tem o poder de influenciar a percepção pública, introduzindo de forma sutil melhorias na reputação do país através do lado cultural e esportivo. Portanto, o sportwashing não apenas reflete o passado, mas também molda o futuro ao ser uma ferramenta para líderes políticos atingirem objetivos políticos e melhorarem a imagem de seu país (BOYKOFF, 2022).

Uma das maneiras que exemplificam como o "sportwashing" é usado para melhorar a reputação de uma entidade, é fazendo associações positivas com o esporte. Por exemplo, um país que sedie uma grande competição esportiva pode tentar usar esse evento para parecer melhor do que realmente é, maquiando problemas internos, como questões de direitos humanos, corrupção ou envolvimento em conflitos armados. Essa estratégia muitas vezes envolve a manipulação da percepção pública por meio de uma grande cobertura esportiva, que distrai a atenção de tais questões. Outra forma envolve personalidades do esporte, como jogadores, treinadores e jornalistas, para que eles se tornem cúmplices de ações ilegais ou antiéticas dessas entidades. Como por exemplo quando governos autoritários contratam jogadores ou treinadores de renome para seus clubes esportivos, oferecendo salários astronômicos, a fim de associá-los a imagem do país. No entanto, tais contratações podem ser usadas como uma fachada para esconder práticas duvidosas como violações dos direitos humanos, assassinatos políticos e corrupção, enquanto jogadores e treinadores se tornam involuntariamente associados a práticas antiéticas em nome do esporte (FRUH et al. 2022).

O termo apareceu pela primeira vez em 2015, quando uma ativista de direitos humanos chamada Gulnara Akhundova a usou em um artigo criticando a realização dos Jogos Europeus em Baku, Azerbaijão, apesar das preocupações com os direitos humanos no país (SKEY, 2023).

2.2.2 Abordagens do Sportwashing

Não existe um modelo único de sportwashing, pois a forma como ele é usado depende de dois fatores principais: o contexto político do país que sediará o evento e o público que se pretende atingir (BOYKOFF, 2022).

O contexto político refere-se à natureza do governo do país anfitrião, se é democrático ou autoritário. Além disso, é importante enfatizar a importância do público-alvo, que pode ser nacional (doméstico), internacional ou ambos. Dependendo desses fatores, o sportwashing pode ter diferentes objetivos, como aumentar o patriotismo entre a população doméstica, distrair a atenção de problemas sociais, enfrentar diretamente questões sociais e de direitos humanos ou uma combinação desses objetivos (BOYKOFF, 2022).

Alguns exemplos das diferentes abordagens do sportwashing na prática puderam ser vistos de forma clara no século XXI. Segundo Boykoff (2022), pode ser citado a candidatura

de Pequim para os Jogos Olímpicos de Verão de 2008. Naquela ocasião, o chefe do Comitê de Candidatura Olímpica de Pequim afirmou que sediar os Jogos na China não apenas promoveria a economia, mas também melhoraria as condições sociais, incluindo educação, saúde e direitos humanos. No entanto, essas melhorias em direitos humanos não se concretizaram, e o governo chinês intensificou a repressão (BOYKOFF, 2022).

Sophie Richardson, diretora da Human Rights Watch na China, afirmou que a realidade é que a China usou os Jogos como uma justificativa para violações de direitos humanos. Surpreendentemente, o Comitê Olímpico Internacional (COI) escolheu Pequim como sede dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2022, mesmo sabendo que as promessas anteriores não haviam sido cumpridas e que as violações de direitos humanos continuavam. Isso contrastava fortemente com os princípios fundamentais do olimpismo, como a responsabilidade social e o respeito por princípios éticos universais (BOYKOFF, 2022).

O autor também menciona os Jogos Olímpicos de Inverno de 2014 em Sochi, Rússia, onde o governo de Vladimir Putin tentou distrair a atenção de leis que perseguiram abertamente pessoas LGBTQ+ e receberam críticas negativas da mídia internacional. Embora as estratégias de melhoria de imagem para o público externo possam parecer fracassadas, os organizadores dos Jogos de Sochi também tinham como alvo o público doméstico, promovendo o orgulho nacional e a união do país (BOYKOFF, 2022).

Quando se trata de eventos democráticos, é destacado o exemplo das Olimpíadas de Inverno de Salt Lake City em 2002, realizadas logo após os ataques terroristas de 11 de setembro. Este evento proporcionou uma oportunidade significativa para políticos e autoridades projetarem uma mensagem para uma audiência internacional de que os Estados Unidos eram "o lugar mais seguro do mundo". Além disso, outro caso foi observado quando os organizadores das Olimpíadas de Londres em 2012 prometeram que sediar os Jogos tornaria o Reino Unido uma nação líder em esportes e inspiraria os jovens a abraçarem atividades físicas. No entanto, não houve um aumento significativo na participação esportiva.

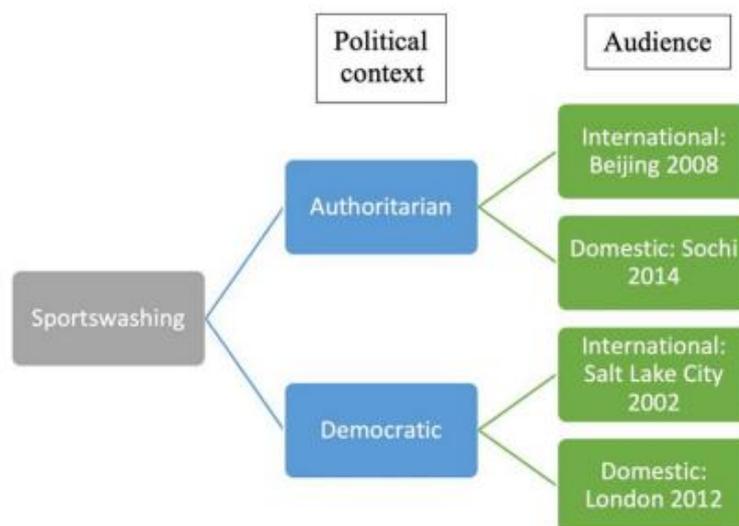


Figura 1: Tipologia do sportwashing. Elaboração: Boykoff (2022)

Fonte: BOYKOFF (2022).

Além disso, o autor cita a Copa do Mundo de 2022 no Catar como um caso de sportwashing que enfrentou acusações de corrupção na votação para sediar o evento e críticas por violações dos direitos humanos, incluindo restrições à liberdade de expressão, abusos trabalhistas e criminalização de relacionamentos do mesmo sexo (BOYKOFF, 2022).

Conforme evidenciado nas situações destacadas, é possível perceber que o sportwashing não se restringe a uma realidade, como a do Oriente Médio, ou de países emergentes e/ou autoritários. A diversidade de abordagens, exemplificada pelos casos de Pequim em 2008, Sochi em 2014 e Salt Lake City em 2002 e Londres em 2012, mostra que o sportwashing é uma estratégia global que se adapta a diferentes contextos políticos. Não é exclusivo de governos autoritários, emergindo também em nações democráticas, como nos casos dos Estados Unidos e do Reino Unido, evidenciando sua aplicação ampla e diversificada. Portanto, o sportwashing transcende fronteiras e características políticas específicas, contribuindo para uma compreensão mais abrangente desse fenômeno nas relações internacionais e no cenário esportivo global (BOYKOFF, 2022).

É importante resistir ao "sportwashing" e buscar formas de combater essa prática, mas reconhecendo que o esporte é uma parte importante da vida das pessoas e não pode ser simplesmente abandonado (FRUH, et al. 2022).

Em resumo, o "sportwashing" pode ser definido quando o esporte é usado para encobrir ações erradas e melhorar a reputação de pessoas, organizações ou entidades. Isso pode ser feito através de eventos esportivos ou envolvimento de personalidades do esporte. É importante resistir a essa prática e buscar formas de combatê-la.

2.3 COMO FUNCIONA O SPORTWASHING

Tendo o conceito de Sportwashing em mente, é necessário observarmos como ele funciona na prática, quais são suas estratégias e seus impactos. O Sportwashing funciona de diferentes maneiras para atingir seu objetivo. Uma forma direta é quando donos de clubes famosos ou países que sediam eventos esportivos, como a Copa do Mundo, conseguem chamar a atenção do público e espalhar mensagens positivas sobre si mesmos. Isso pode ser feito de várias maneiras, como ocupando os resultados das pesquisas na internet para que informações negativas fiquem menos visíveis. Por exemplo, aumenta a probabilidade de que os primeiros resultados de buscas sobre o Catar estejam relacionados à Copa do Mundo, e menos pessoas vão encontrar informações sobre violações dos direitos humanos. Esse efeito distrai as pessoas da violação moral que o sportwashing está tentando encobrir e cria uma associação positiva entre o evento esportivo e a entidade que está praticando o sportwashing (FRUH et al. 2022).

Outra forma é minimizar a importância da violação moral, colocando-a em segundo plano em comparação ao evento esportivo. Em vez de fazer com que menos pessoas fiquem cientes, a estratégia é mudar o contexto informativo para que ela pareça menos urgente, extensa ou importante do que realmente é. Isso ocorre quando certos públicos deixam de ver a violação como uma violação de fato (FRUH et al. 2022).

Conforme Fruh et al. (2022), há duas formas principais que permitem com que isto ocorra. Primeiro, os clubes esportivos e os eventos esportivos despertam emoções positivas e criam uma identidade para os fãs. Quando essas emoções são alinhadas com os proprietários dos clubes ou os organizadores dos eventos, o Sportwashing pode influenciar a percepção dos fãs sobre a violação moral. Isso acontece porque as pessoas tendem a ver aspectos negativos de uma pessoa ou entidade de forma mais favorável quando estão sendo celebrados e admirados por outras qualidades positivas. Por exemplo, se uma pessoa cria grandes obras de arte, mas também comete atos imorais, as pessoas podem ser mais propensas a minimizar esses atos negativos. O mesmo acontece com os clubes esportivos. Quando as pessoas

celebram o sucesso de uma equipe, isso pode criar uma imagem positiva de todos associados ao clube, incluindo os donos e patrocinadores (FRUH et al. 2022).

Segundo, o esporte é uma forma de criar e definir comunidades. O Sportwashing aproveita essa conexão entre as pessoas que compartilham uma paixão pelo esporte. Ao se envolverem no esporte, os praticantes do Sportwashing podem ser aceitos e valorizados por essa comunidade. Isso os protege contra críticas de pessoas de fora e cria uma espécie de "tribalismo induzido", no qual a comunidade esportiva os defende mesmo quando suas ações são questionáveis. Isso é comum entre os torcedores, que muitas vezes defendem seus jogadores ou treinadores mesmo quando eles cometem erros (FRUH et al., 2022).

Um exemplo histórico foi a Copa do Mundo de 1978 na Argentina, que ocorreu durante ditadura militar liderada por Jorge Rafael Videla. Nesse período, o governo argentino enfrentou críticas severas de organizações internacionais devido a violações dos direitos humanos, incluindo milhares de mortes, prisões e desaparecimentos de pessoas. A escolha da Argentina como sede da Copa do Mundo de 1978 gerou controvérsias e críticas de órgãos de imprensa internacional, pois o governo argentino estava sendo condenado por essas violações (DIAS, 2015).

Outros países, como Holanda, Bélgica e mesmo o Brasil, que também vivia sob uma ditadura, se ofereceram para sediar o torneio, mas a Argentina foi escolhida como sede devido à proximidade entre o presidente da FIFA na época, João Havelange, e o ditador argentino Videla (DIAS, 2015).

A Copa do Mundo de 1978 foi vista como um grande projeto político pelo governo argentino, com o objetivo de unir a nação em torno do futebol e melhorar a imagem do país tanto interna quanto externamente. Os militares acreditavam que o futebol poderia desviar a atenção dos graves problemas internos do país e criar uma imagem mais positiva da Argentina perante o mundo (DIAS, 2015). Portanto, Dias (2015) argumenta que a Copa do Mundo de 1978 na Argentina foi um exemplo de como o esporte, especificamente o futebol, foi usado como uma ferramenta política para melhorar a imagem de um país, mesmo em meio a controvérsias e violações dos direitos humanos.

Em conclusão, o Sportwashing funciona manipulando a atenção das pessoas, minimizando a importância da violação moral e explorando o vínculo emocional e a identidade formada pelos fãs em relação aos clubes e eventos esportivos.

2.4 ARÁBIA SAUDITA E A AQUISIÇÃO DO NEWCASTLE

Com base na compreensão do termo "sportwashing" e como ele se aplica na prática, é possível começar a introduzir o contexto da aquisição do Newcastle United pelo consórcio de investimento público da Arábia Saudita (PIF).

2.4.1 Contexto do Newcastle United

O Newcastle United, fundado em 1892, é considerado um dos clubes mais tradicionais da Inglaterra devido às suas conquistas de títulos ao longo da história. No entanto, o clube não conquistou um grande título nacional desde 1955. Em relação à receita gerada, o Newcastle está classificado em 17º lugar no mundo entre os clubes de futebol, tendo sido, em um momento durante a temporada 1998/99, o quinto maior clube do mundo e o segundo maior da Inglaterra, atrás apenas do Manchester United, que é um gigante comercial (O'KELLY, 2022).

Após entrar na Premier League na temporada 1993/94 sob a liderança de Kevin Keegan e Sir Kenny Dalglish, o clube alcançou dois segundos lugares consecutivos na liga, graças às performances do maior artilheiro da história da competição, Alan Shearer. No entanto, nos anos seguintes até hoje, o Newcastle United tem se posicionado como uma equipe de meio de tabela, frequentemente lutando para evitar o rebaixamento. O clube foi rebaixado nas temporadas 2008/09 e 2015/16, embora tenha tido temporadas fortes de forma esporádica, como o 5º lugar na temporada 2011/12, bem como um período de sucesso entre 2001 e 2004, quando terminou em 4º, 3º e 5º lugares (O'KELLY, 2022).

Em 2007, um bilionário chamado Mike Ashley comprou o clube. No começo, ele era bem-querido pelos torcedores, pois se vestia com a camisa do time, bebia com eles nos bares e até assistia aos jogos juntos nas arquibancadas. No entanto, ao longo do tempo, ele teve muitos problemas com treinadores e torcedores, o time foi rebaixado duas vezes e as contratações de jogadores não deram certo. Isso fez com que as pessoas ficassem cada vez mais frustradas, com raiva, e surgissem muitas polêmicas em torno do clube (O'KELLY, 2022).

2.4.2 Aquisição do Newcastle United pelo Consórcio Saudita

Foi nesse contexto de insatisfação que aconteceu a venda do clube para o consórcio de investimento público da Arábia Saudita (PIF) que tem como principal acionista o próprio príncipe herdeiro Mohammed bin Salman. Muitos torcedores do Newcastle receberam os novos donos com muita aprovação, mesmo sabendo que a Arábia Saudita tem um péssimo histórico com direitos humanos, envolvimento em assassinatos políticos e em conflitos armados. Os sauditas dizem que a compra do clube não tem relação com o governo deles, mas isso é questionado, já que o presidente do fundo que comprou o Newcastle é o príncipe herdeiro do governo saudita (ETTINGER, 2023).

No entanto, a Premier League aceitou a venda do clube porque os sauditas deram garantias de que não iriam interferir na administração do Newcastle. Algumas pessoas criticam muito essa venda porque acham que estão entregando uma instituição cultural nas mãos de um autocrata. Elas veem isso como mais um exemplo de como o dinheiro tem muita influência no futebol e como as pessoas se submetem a ele. Mas a maioria dos torcedores do Newcastle se mostraram contentes com a venda, sem se importar muito com essas questões (O'KELLY, 2022).

A compra do Newcastle pela Arábia Saudita é diferente dos eventos esportivos que o país tem sediado em seu próprio território, como competições de esportes a motor, boxe, futebol e tênis. Essa aquisição pode não mudar a opinião das pessoas que estão bem informadas sobre política em relação à Arábia Saudita, mas pode fazer com que as opiniões de fãs de esportes que não se preocupam muito com política se tornem mais positivas em relação ao país, porque eles querem ver seu time competir entre os melhores. Além disso, a aquisição pode melhorar a imagem dos líderes políticos da Arábia Saudita em seu próprio país, fortalecendo a percepção de que eles são influentes e bem-sucedidos (BOYKOFF, 2022).

2.4.3 Sportwashing e seus questionamentos

Com essa recente aquisição, surgiram questionamentos relevantes sobre as motivações por trás do envolvimento da Arábia Saudita nesse negócio e como ele pode ser interpretado como uma estratégia de sportwashing.

Segundo Maia (2023), a principal motivação da Arábia Saudita ao adquirir o Newcastle United é melhorar a imagem do país perante o mundo. A Arábia Saudita, sendo

uma monarquia absolutista com histórico de repressão e críticas da comunidade internacional em relação às ações de seus líderes, busca usar o futebol como uma ferramenta para reverter essa percepção negativa. A compra de clubes europeus é parte de uma estratégia mais ampla para conquistar novos seguidores e melhorar sua imagem internacional, evitando danos adicionais à sua reputação. Além disso, o país busca tornar-se sede de diversos campeonatos de clubes europeus, como a Supercopa da Espanha e a Supercopa da Itália, como parte de seus esforços para melhorar sua imagem internacional. Essa aquisição também tem o objetivo de projetar uma imagem mais positiva da Arábia Saudita no cenário esportivo global, ao associar o país a clubes de renome, como o Newcastle. Portanto, a principal motivação é o uso do esporte como uma ferramenta de soft power para melhorar a percepção internacional da Arábia Saudita (MAIA, 2023).

A compra não se explica pelo amor ao futebol ou pela cidade de Newcastle. O líder saudita, Mohammed bin Salman, viu no esporte uma oportunidade de melhorar a imagem do seu país. Outros países do Golfo, como Catar e Abu Dhabi, já fizeram isso antes e tiveram sucesso. Por isso, há ampliação dos gastos para contratar novos jogadores e melhorar o time, mostrando que estão seriamente empenhados em fazer o Newcastle ter sucesso (O'KELLY, 2022).

A aquisição envolve uma estratégia de propaganda que abrange várias áreas, como esportes, arte, negócios e entretenimento. O objetivo é fazer com que a Arábia Saudita seja vista de forma mais positiva, tanto fora do país, em democracias onde estão construindo relações, quanto internamente, para que os cidadãos sauditas se sintam orgulhosos de seu país como um ator influente e culturalmente relevante no cenário global (BOYKOFF, 2022).

2.4.4 Saudi Vision 2030

Além dessas questões, é importante notar que a Arábia Saudita lançou em 2016 a Saudi Vision 2030, um plano estratégico de longo prazo que desempenha um papel crucial no redirecionamento do país para além da dependência do petróleo, buscando diversificar sua economia e impulsionar setores estratégicos como o futebol (FERABOLLI, 2016). Essa iniciativa não apenas está alinhada com os objetivos econômicos mais amplos da Saudi Vision 2030, mas também reflete o reconhecimento do potencial do esporte, especialmente do futebol, como uma plataforma para impulsionar a imagem internacional e a influência do país.

A Visão Saudita 2030 representa uma ambiciosa iniciativa de transformação que afeta diversos setores na Arábia Saudita. Este plano proposto por Mohammed bin Salman, abrange três aspectos principais: a diversificação da economia baseada no petróleo para incorporar tecnologia e turismo, a busca por tornar a Arábia Saudita o coração do Islã e da cultura árabe, e a aspiração de se tornar um centro econômico e geográfico conectando os três continentes. A visão de Mohammed Bin Salman também visa reformar a sociedade saudita em diversos aspectos, incluindo tecnologia e questões culturais e sociais (WINARNI; NUR, 2022).

O plano de reforma proposto por Bin Salman tem como objetivo trazer mudanças significativas para a sociedade saudita, permitindo que as pessoas frequentem cinemas, que as mulheres assistam a jogos de futebol nos estádios e dirijam sem a necessidade de acompanhamento por guardiães ou parentes. Essas mudanças representam uma transformação social sem precedentes e foram impulsionadas pela crença do príncipe saudita de que o entretenimento e a cultura são essenciais para elevar o padrão de vida dos cidadãos sauditas em um curto período (WINARNI; NUR, 2022).

A dependência contínua de recursos não renováveis, como o petróleo, é considerada insustentável a longo prazo, uma vez que esses recursos fósseis eventualmente se esgotarão. Além disso, os países desenvolvidos, principais destinos do mercado energético saudita, estão buscando alternativas mais amigáveis ao meio ambiente, ameaçando a sustentabilidade futura das receitas do estado saudita (WINARNI; NUR, 2022).

Dessa forma, a Visão Saudita 2030 é vista como um passo essencial para o futuro do país como um jogador econômico global. O sucesso dessa visão pode permitir que a Arábia Saudita se repositicione como um estado islâmico moderado e uma potência global no Oriente Médio e no mundo, diversificando sua economia e utilizando o esporte como um dos elementos importantes para atingir tal objetivo (WINARNI; NUR, 2022).

2.4.5 Motivações do Sportwashing Saudita

Um dos principais acontecimentos que motivaram a busca Saudita por alternativas para melhorar sua imagem internacionalmente foi o envolvimento no assassinato do Jornalista Jamal Khashoggi, um jornalista renomado e ativista político saudita. Ele foi notoriamente assassinado no consulado saudita em Istambul, por ordens pessoais de Mohammed Bin Salman, um fato confirmado pela CIA. A brutalidade desse ato de silenciamento político chamou a atenção mundial e foi um ponto crucial na percepção global de Bin Salman como

líder. A noiva de Khashoggi, Hatice Cengiz, implorou à Premier League que bloqueasse a aquisição do Newcastle pelo PIF saudita, citando o envolvimento do príncipe em seu assassinato, mas seu apelo não foi atendido (O'KELLY, 2022).

O assassinato de Khashoggi teve um impacto significativo na política do Oriente Médio. Uma vez que a Arábia Saudita, determinada a alcançar a supremacia regional, tomou várias medidas críticas para garantir que sua liderança e poder não fossem prejudicados. Devido à essa atenção relacionada ao assassinato do jornalista, a Arábia Saudita teve que ajustar seu comportamento no cenário internacional, usando cada vez mais ferramentas de soft power para mudar a opinião pública. A compra do Newcastle United pelo PIF saudita pode ser vista como uma extensão dessa estratégia, pois a transação busca melhorar a imagem da Arábia Saudita e consolidar relações favoráveis no âmbito diplomático, aproveitando a influência do esporte como uma ferramenta de soft power. (O'KELLY, 2022).

A estratégia de sportwashing da Arábia Saudita se expande para além da aquisição de clubes e eventos esportivos realizados em solo saudita e está relacionada a esforços mais amplos para melhorar a percepção do país, tanto externamente quanto internamente. No entanto, observa-se que a situação de direitos humanos na Arábia Saudita é profundamente controversa, com a repressão de defensores dos direitos das mulheres e execuções em massa (BOYKOFF, 2022).

Além disso, o autor argumenta que o sportwashing ajuda a atrair capital excedente, enquanto também explora as relações emocionais dos fãs de esportes, que buscam significado e comunidade por meio do esporte. Os "sportwashers" estrangeiros exploram essas complexas relações para seus próprios propósitos, envolvendo espectadores e atletas como peças políticas no processo. O sportwashing pode gerar oposição política, dado que o fanatismo esportivo está saturado de capital emocional, o que pode levar a ativismo militante ligado a preocupações locais e movimentos mais amplos de justiça (BOYKOFF, 2022).

Observa-se que, além de melhorar a reputação internacional, o sportwashing pode ser usado para distrair a atenção de questões mais graves, como conflitos armados. No caso da Arábia Saudita, o sportwashing ocorre enquanto o país está envolvido em um conflito no Iêmen que viola o direito humanitário internacional (BOYKOFF, 2022).

A coalizão militar liderada pela Arábia Saudita desencadeou uma campanha de bombardeio no Iêmen, resultando em morte, destruição e fome, com uma estimativa de mais de 250.000 vítimas. Originado após a Primavera Árabe, o conflito está ligado a tensões políticas e religiosas na região (O'KELLY, 2022). A posição estratégica do Iêmen atrai o interesse da Arábia Saudita e do Irã, ambos buscando expandir suas influências na área. A aliança da Arábia Saudita com o governo iemenita, majoritariamente sunita, tem como objetivo preservar sua posição e equilibrar o apoio do Irã aos houthis, predominantemente xiitas. A limitação do poder dos houthis é essencial para os sauditas, não apenas como resposta a pressões locais, mas também para conter as ambições regionais do Irã. Apesar das resoluções internacionais instando ao cessar-fogo, a persistente falta de interesse político prolonga o conflito, resultando em graves consequências humanitárias. O conflito no Iêmen entrelaça a intervenção militar saudita, questões geopolíticas e tensões internas, gerando uma crise humanitária de proporções alarmantes (ALBERTINI, SILVA, 2020).

Dessa forma, para melhorar sua imagem e promover sua cultura, a Arábia Saudita busca envolver-se ativamente na indústria esportiva global, usando o esporte como uma forma de mostrar sua cultura única e contribuir para a ordem mundial global. No entanto, as limitações de sua reputação de hard power e as imagens negativas associadas à sua cultura também afetam sua capacidade de influência. Portanto, a Arábia Saudita está buscando uma diplomacia esportiva como parte de sua estratégia de longo prazo para fortalecer seu status regional e global (O'KELLY, 2022).

2.5 CATAR E O SPORTWASHING

À luz do exposto, é possível perceber que o sportwashing tem sido instrumentalizado pela política externa de países do oriente médio como a Arábia Saudita, que buscam maneiras para obter soft power e conseqüentemente uma melhor imagem no cenário internacional, afastando o mau histórico desses países em relação a questões como direitos humanos, corrupções e outros assuntos delicados.

No caso do Catar, dois grandes acontecimentos recentes atraíram a atenção global para esse microestado no Golfo Árabe, a aquisição do clube francês Paris Saint-Germain (PSG) e a realização da copa do mundo de futebol em 2022.

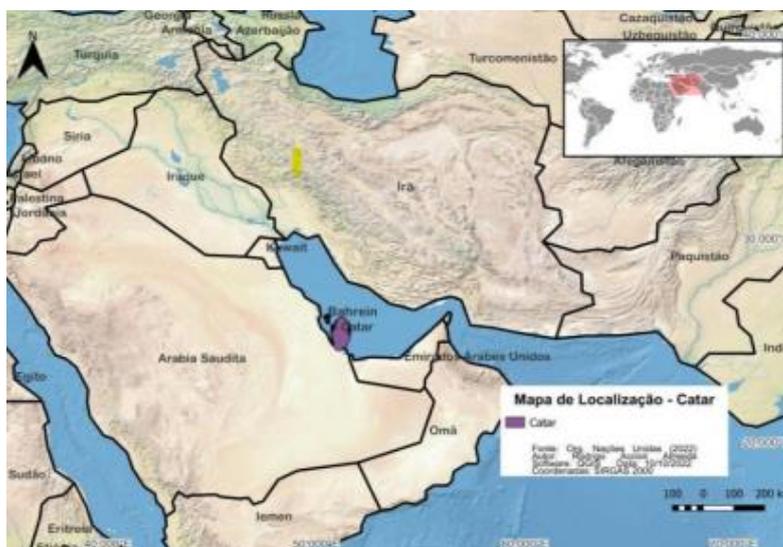


Figura 2: Mapa da Localização do Catar. Elaboração: ALMEIDA, R., 2022.
Fonte: ALMEIDA, ALONSO (2022).

2.5.1 Visão Catar 2030

Devido à sua dependência das receitas dos combustíveis fósseis, o governo do Catar reconhece a necessidade de diversificar sua economia e se tornar menos dependente desses recursos. Para isso, lançaram a Visão Catar 2030 em 2008, um plano estratégico de longo prazo para transformar o país em uma nação avançada até 2030. Este plano envolve investimentos em infraestrutura, serviços públicos eficientes, mão de obra qualificada e produtiva e apoio ao empreendedorismo e inovação no setor privado (SØYLAND, 2020).

O esporte desempenha um papel fundamental na busca do Catar por se tornar uma sociedade avançada até 2030. O governo vê o esporte como uma ferramenta importante para unir as pessoas, promover uma população mais ativa e saudável, melhorar a coesão social e aumentar a autoestima nacional. Além disso, o esporte é visto como uma forma de diplomacia, melhorando as relações internacionais, atraindo turistas, investimentos e comércio (SØYLAND, 2020).

O Catar está comprometido em aumentar a participação esportiva e práticas de estilo de vida ativo entre sua população para melhorar a saúde. Eles também buscam se tornar um polo esportivo global, com instalações esportivas de classe mundial e a realização de eventos esportivos regionais e internacionais. O esporte é visto como uma maneira de aumentar a

reputação e o status do Catar globalmente, além de desafiar estereótipos sobre o país e a região, e, finalmente, ganhar soft power no sistema internacional (SØYLAND, 2020).

O objetivo do Catar é criar uma imagem positiva de seu país globalmente e se posicionar como uma nação moderna, amigável e confiável, associada aos esportes globais. Uma das maneiras que o Catar tem tentado atingir esse objetivo é por meio do Qatar Sports Investment (QSI), que é uma parte do Fundo Soberano do Catar (Qatar Investment Authority - QIA). O QIA foi estabelecido para diversificar a economia, investindo em empresas nacionais e internacionais, imóveis e outros ativos (SØYLAND, 2020).

2.5.2 Catar e a aquisição do PSG

Uma das ações do QSI que mais atraíram a atenção internacional foi a compra do time francês Paris Saint-Germain (PSG) em junho de 2011. Essa aquisição transformou o PSG de um clube mediano em um clube com total domínio no campeonato francês, e de forte nome no futebol mundial, resultando em vários títulos nacionais e uma participação na final da Liga dos Campeões da Europa, que é conhecido como o maior campeonato de clubes do mundo devido ao alto nível dos jogadores e investimento dos clubes que participam (ALMEIDA; ALONSO, 2022).

Segundo Maia (2023), O sucesso do Paris Saint-Germain está fortemente ligado à chegada de novos jogadores de alto valor de mercado. Como exemplo, Neymar Júnior, jogador brasileiro, que foi adquirido pelo Barcelona por mais de 1 bilhão de reais em 2018. O jogador francês Kylian Mbappe foi comprado pelo Monaco por cerca de 600 milhões de reais, e o argentino Lionel Messi foi adquirido pelo Barcelona sem custos, embora recebesse um dos maiores salários do mundo, aproximadamente 200 milhões de reais por ano (MAIA, 2023).

A transferência de Neymar Jr. do Barcelona para o PSG, que ocorreu em 2017 por 222 milhões de euros, chamou a atenção não apenas pelo alto valor, mas também pela sua importância no mundo do futebol. Neymar era considerado um dos melhores jogadores do mundo pela FIFA e tinha uma enorme presença nas redes sociais, com milhões de seguidores no Twitter e Instagram. Além disso, a transferência não podia ser avaliada apenas pelo valor do seu trabalho como jogador, já que a sua contratação também envolvia a capacidade de gerar receita para o clube através da venda de produtos, exposição na mídia e influência nas redes sociais. Essa transferência foi estratégica para o Catar, pois ocorreu durante um bloqueio liderado pela Arábia Saudita contra o país. O PSG se tornou um instrumento

diplomático do Catar para demonstrar sua força aos rivais e solidificar sua posição no futebol europeu. Isso aproximou o Catar da Europa, mas também causou distanciamento de outros países árabes (ALMEIDA; ALONSO, 2022).

Além de Neymar, a aquisição do jogador francês Kyllian Mbappé também fez parte da estratégia do Catar no futebol. A renovação de Mbappé em 2022 foi intermediada pelo ex-presidente da França, Nicolás Sarkozy, e teve o envolvimento direto do atual presidente, Emmanuel Macron. Isso mostra como o Catar está usando o futebol como uma ferramenta para fortalecer seus laços e influência internacional (ALMEIDA; ALONSO, 2022).

Contudo, o sucesso esportivo alcançado pelo PSG suscita questões éticas relacionadas ao investimento recebido pelo clube para a aquisição e manutenção desses jogadores de alto nível. Esse sucesso esportivo do PSG é em grande parte financiado pelo Qatar. O governo catari é uma monarquia absolutista desde sua independência do Reino Unido em 1973. Neste contexto, sob um governo autoritário, o governo catariano tem enfrentado acusações de violações dos direitos humanos contra seus cidadãos, principalmente homossexuais e mulheres, por parte da comunidade internacional e organizações de direitos humanos. O sucesso esportivo do PSG contribui para uma imagem positiva do governo do Catar. Isso ocorre porque o futebol é um dos esportes mais assistidos em todo o mundo, e os jogadores que lá estão possuem muita popularidade, dessa forma, patrocinar o clube francês demonstra a capacidade do governo do Catar em conquistar a simpatia de milhões de fãs de futebol (MAIA, 2023).

2.6 CATAR E A COPA DO MUNDO DE 2022

A escolha do Catar para sediar a Copa do Mundo de 2022 chamou atenção pela pouca tradição do país no cenário futebolístico. A decisão de conceder a sede da Copa do Mundo de 2022 ao Catar gerou um intenso debate e levantou diversas questões sobre o processo de seleção, os motivos por trás dessa escolha e o impacto desse megaevento esportivo em um país conhecido por sua riqueza e pelo governo autoritário.

A Copa do Mundo de futebol masculino é um evento esportivo de grande destaque e audiência em todo o mundo. Por exemplo, na edição de 2018, que ocorreu na Rússia, a final entre França e Croácia atraiu mais de 1 bilhão de telespectadores, e no total, mais de 3 bilhões de pessoas assistiram aos jogos. Além disso, na edição de 2022, a final entre Argentina e

França registrou audiências recordes em ambos os países, com o jogo na França sendo assistido por cerca de 30 milhões de pessoas, o que equivale a cerca de metade da população francesa (MAIA, 2023).

Além de atrair muitos telespectadores, o país anfitrião do torneio recebe milhões de turistas de todo o mundo, que viajam para acompanhar suas seleções nacionais e conhecer o país-sede. O Catar, por exemplo, recebeu mais de um milhão de pessoas para assistir aos jogos da competição. Com esse enorme alcance midiático, a Copa do Mundo é capaz de mostrar a cultura de um país ao mundo e, muitas vezes, suavizar as críticas que recebe da mídia internacional (MAIA, 2023).

Hospedar megaeventos esportivos, como os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo, oferece a esses estados a oportunidade de mostrar suas instalações de última geração, onde estrelas esportivas globais competem no mais alto nível. Isso ajuda a melhorar sua imagem global, associando-os aos esportes em vez de aos problemas internos (SØYLAND, 2020).

2.6.1 Catar como anfitrião de eventos esportivos

A decisão de conceder o direito de sediar a Copa do Mundo da FIFA de 2022 ao Catar foi surpreendente para o mundo esportivo, uma vez que o país é pequeno em tamanho e população e possui pouca tradição no futebol. No entanto, para o Catar, essa escolha foi um passo importante em seu plano estratégico de se tornar um país avançado até 2030 (SØYLAND, 2020).

O Catar já havia sediado diversos eventos esportivos, como a Copa Asiática de 1988 e a Copa do Mundo Sub-20 da FIFA em 1995, entre outros. Nos anos mais recentes, o país recebeu eventos esportivos de grande porte, incluindo o Campeonato Mundial de Handebol em 2015, o Campeonato Mundial de Ciclismo em Estrada da UCI em 2016 e o Campeonato Mundial de Atletismo em 2019. Além disso, o Catar foi escolhido para sediar o Mundial de Clubes da FIFA em 2019 e novamente em 2020 (SØYLAND, 2020).

A Copa do Mundo da FIFA de 2022 é considerada o evento mais prestigioso já sediado pelo Catar e é parte fundamental de seu projeto de modernização. O país investiu bilhões de euros em infraestrutura, incluindo um novo sistema de metrô, estradas, aeroporto, hospitais, hotéis e sete novos estádios de última geração. O Catar se comprometeu em criar

estádios e infraestrutura amigáveis ao meio ambiente e sustentáveis, de forma a evitar que os estádios se tornem "elefantes brancos" após o torneio (SØYLAND, 2020).

Além disso, muitos estádios tiveram assentos modulares que puderam ser removidos após a Copa do Mundo e doados a países que precisam de instalações esportivas. O Catar também planejou transformar alguns estádios em instalações comunitárias, como hospitais, escolas e hotéis. O objetivo é mostrar ao mundo como megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo da FIFA, podem ser mais ecológicos e ter impactos positivos na sociedade, tanto local quanto globalmente (SØYLAND, 2020).

No entanto, na atualidade, o Catar está sendo acusado de ter usado a Copa do Mundo como uma forma de "sportwashing". A monarquia autoritária que governa o Catar proíbe a formação de partidos políticos e é opressiva em relação a seu próprio povo, incluindo restrições aos direitos das minorias, como homossexuais e mulheres. Além disso, o país enfrenta acusações de exploração de trabalhadores nas construções dos estádios da Copa do Mundo, com relatos de más condições de trabalho e violações dos direitos trabalhistas, resultando em muitas mortes (MAIA, 2023).

Mais de 6.500 trabalhadores migrantes de países como Bangladesh, Índia, Nepal, Paquistão e Sri Lanka morreram no Catar desde 2010, com cerca de três dezenas deles perdendo a vida enquanto trabalhavam na construção dos estádios da Copa do Mundo. Centenas de milhares de trabalhadores migrantes também enfrentaram graves abusos trabalhistas enquanto ajudavam o Catar a se preparar para o evento esportivo, e muitos deles não receberam compensação financeira (BOYKOFF, 2022).

O Catar também tentou criar uma imagem de diversidade e harmonia durante os jogos da Copa do Mundo, mas proibiu qualquer forma de protesto político por parte dos jogadores das seleções nacionais e impôs regras rígidas aos torcedores, isso encobre a realidade de opressão no país (MAIA, 2023).

2.6.2 Acusação de corrupção e polêmicas

A decisão do Catar ser escolhido para sediar a Copa do Mundo em 2010, gerou acusações de corrupção, o departamento de Justiça dos Estados Unidos alega que a compra de votos foi generalizada tanto para o megaevento do Catar em 2022 quanto para a Copa do Mundo de 2018 na Rússia (BOYKOFF, 2022). Uma investigação do jornal inglês The Sunday

Times em 2014 alegou que o Catar pagou mais de US\$ 5 milhões em propinas para garantir apoio à sua candidatura. Essa acusação se baseou em e-mails que detalhavam os supostos pagamentos. A controvérsia foi acentuada pelo fato de o Catar ser considerado um local de "alto risco" devido ao calor extremo, com temperaturas superiores a 50 graus Celsius, o que levou ao adiamento da Copa do Mundo para novembro, em uma medida excepcional. O Comitê de Candidatura do Catar 2022 negou veementemente as alegações na época, afirmando que tomariam todas as medidas necessárias para manter a integridade de sua oferta (CNN, 2022).

À luz do exposto, é possível perceber que o interesse do Catar em sediar a Copa do Mundo de 2022 se encaixou de forma notável em sua estratégia de sportwashing. O país utilizou esse megaevento esportivo para melhorar sua imagem global, apresentando-se como uma nação moderna e amigável ao meio ambiente, investindo em infraestrutura de última geração e promovendo a sustentabilidade. E como consequência da atenção gerada por esse evento, foram levantadas controvérsias profundas, como questões de direitos humanos, abusos trabalhistas, opressão de minorias e acusações de corrupção na obtenção da sede da Copa.

3 CONCLUSÃO

Com base no conteúdo apresentado neste trabalho, observa-se uma tendência crescente de países do Oriente Médio em se envolverem no cenário esportivo global, mesmo sem uma tradição esportiva estabelecida. Essa tendência levanta questões fundamentais sobre o que alimenta a motivação desses países em buscar no esporte, majoritariamente no futebol, uma alternativa para se destacar no sistema internacional.

Nesse estudo, foi explorado especificamente o caso da Arábia Saudita e do Catar, que nos últimos anos se mostraram motivados a buscar soft power através da estratégia de sportwashing, e dessa forma obtiveram feitos notáveis que captaram a atenção internacional.

No caso da Arábia Saudita, a aquisição do Newcastle United pelo consórcio de investimento público da Arábia Saudita (PIF) é um exemplo claro de como o conceito de "sportwashing" tem sido instrumentalizado pela política externa do país. Esse processo é parte de uma estratégia do governo saudita para melhorar sua imagem internacional, particularmente quando confrontado com percepções negativas decorrentes de seu histórico

de direitos humanos controversos, envolvimento em eventos polêmicos, como o assassinato de Jamal Khashoggi e sua participação em conflitos armados.

A Arábia Saudita busca usar o futebol, por meio da aquisição de clubes europeus como o Newcastle United, como uma ferramenta de soft power para melhorar sua imagem global. A estratégia de sportwashing envolve a associação do país a clubes renomados e a realização de eventos esportivos de grande destaque, como forma de projetar uma imagem mais positiva. Isso ocorre tanto no âmbito externo, onde a Arábia Saudita almeja conquistar novos seguidores e melhorar sua reputação internacional, quanto no interno, onde busca desviar a atenção de questões mais graves, como conflitos armados e violações dos direitos humanos.

A aquisição do Newcastle United se encaixa nessa estratégia, uma vez que o clube, apesar de sua história e tradição, estava passando por um período de insatisfação, incluindo queda de desempenho esportivo e controvérsias relacionadas à gestão de seu proprietário anterior. Os sauditas viram nessa oportunidade a chance de usar o clube como um veículo para melhorar a imagem da Arábia Saudita, mesmo diante das críticas relacionadas ao envolvimento do príncipe herdeiro Mohammed bin Salman, que é o principal acionista do PIF.

No entanto, essa estratégia de "sportwashing" não está isenta de controvérsias, uma vez que muitos questionam o impacto das ações sauditas no esporte, especialmente em face das preocupações com direitos humanos e o histórico de ações controversas do país. Além disso, a aquisição do Newcastle United destaca o poder do dinheiro no mundo do futebol e como as considerações financeiras muitas vezes superam questões éticas.

No geral, a aquisição do Newcastle United pelo consórcio saudita ilustra como o "sportwashing" é usado como uma ferramenta na diplomacia esportiva da Arábia Saudita, visando aprimorar sua imagem internacional e projetar uma narrativa mais positiva, apesar das preocupações críticas.

No caso do Catar, a aquisição do PSG e a realização da Copa do Mundo de 2022 foram claramente instrumentalizadas pela política externa do país como estratégias de sportwashing. A motivação do Catar para a aquisição do PSG e a realização da Copa do Mundo de 2022 está profundamente enraizada em seus objetivos de longo prazo. O Catar é

uma nação com uma economia altamente dependente de combustíveis fósseis, particularmente petróleo e gás natural. No entanto, consciente de que esses recursos são finitos e sujeitos a flutuações no mercado internacional, o país lançou a "Visão Catar 2030" em 2008. Essa visão estratégica visa transformar o Catar em uma nação avançada e diversificada economicamente até 2030. Além disso, a contratação de jogadores renomados, como Neymar, Mbappé e Messi, demonstraram o poder econômico do Catar no cenário esportivo e foram usadas como ferramentas diplomáticas para melhorar as relações internacionais, como por exemplo, no caso do envolvimento do presidente francês Emmanuel Macron na renovação de Mbappé, demonstrando os laços entre Catar e França.

Além disso, a escolha do Catar como sede da Copa do Mundo de 2022 foi um movimento estratégico para promover o país como uma nação moderna e amigável ao meio ambiente. O investimento em infraestrutura sustentável, estádios e outras instalações de classe mundial foi destinado a melhorar a imagem global do Catar. No entanto, isso também resultou em controvérsias relacionadas a direitos humanos, exploração de trabalhadores migrantes, restrições aos direitos das minorias e acusações de corrupção no processo de seleção.

Portanto, esses acontecimentos demonstraram o claro objetivo de servirem como ferramentas para o Catar melhorar sua imagem internacional, atraindo a atenção positiva do público global, mas por outro lado, as consequências geraram o aumento das críticas e preocupações, expondo questões de direitos humanos e governança. O Catar enfrenta o desafio de reconciliar sua projeção internacional positiva no esporte com as preocupações críticas em relação à sua realidade interna.

Diante do que foi explicado, é fundamental continuar explorando este tópico, porque é crucial compreender o sportwashing, algo que está em ação no mundo dos esportes atualmente. Observamos constantemente mudanças acontecendo. Portanto, é de suma importância manter a investigação nessa questão, uma vez que ela continua a influenciar significativamente o cenário esportivo e político em nossos dias.

REFERÊNCIAS

Aaron Ettinger. (2023) [Saudi Arabia, sports diplomacy and authoritarian capitalism in world politics](#). *International Journal of Sport Policy and Politics* 0:0, pages 1-17.

ALMEIDA, Rodrigo; ALONSO, Santos. Ousadia e alegria: sportswashing e soft power do Catar através do futebol. **Revista do Departamento de Geografia**, [S. l.], v. 42, p. e203554–e203554, 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/eissn.2236-2878.rdg.2022.203554>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rdg/article/view/203554>. Acesso em: 19 out. 2023.

Carrier, D., 2016. Robert Saviano: London is heart of global financial corruption. *The Guardian*.: <https://www.theguardian.com/books/2016/may/29/roberto-saviano-london-is-heart-of-global-financial-corruption>.

CIA the World Factbook (2020). Qatar. Retrieved from <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/qa.html>

CNN. **Entenda como a Fifa escolheu o Catar como sede da Copa do Mundo de 2022**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/entenda-como-a-fifa-escolheu-o-catar-como-sede-da-copa-do-mundo-de-2022/>. Acesso em: 26 out. 2023.

DIAS, G. M. Política e futebol : a Copa do Mundo de 1978 na Argentina. **Bdm.unb.br**, 15 dez. 2015. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/12362>. Acesso em: 25 out. 2023.

FERABOLLI, Silvia Regina. "Uma nova visão para a regionalização do mercado de trabalho árabe." *Conjuntura Austral* 7.36 (2016): 5-11.

FRUH, Kyle, Alfred ARCHER, and Jake WOJTOWICZ. "Sportswashing: Complicity and corruption." *Sport, ethics and philosophy* 17.1 (2023): 101-118.

LENI WINARNI; NUR, Y. Saudi Vision 2030 and the Challenge of Competitive Identity Transformation in Saudi Arabia. **Journal of Islamic World and Politics**, v. 6, n. 1, p. 104–121, 2022. Disponível em: <<https://journal.ummy.ac.id/index.php/jiwp/article/view/14579/pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2023.

MARIA ; SILVA. Iêmen: A Pior Crise Humanitária do Mundo. **Virtuajus**, v. 5, n. 8, p. 146–174, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.pucminas.br/index.php/virtuajus/article/view/24153>>. Acesso em: 12 dez. 2023.

Newcastle United Supporter's Trust,. 2021. 9 in 10 Manchester United fans wanted a Newcastle United Style Saudi Takeover. The Mag. Disponível em: <https://www.themag.co.uk/2021/10/9-in-10-manchester-united-fans-wanted-a-newcastle-united-style-saudi-takeover/>

Nye, J.S., Jr. (2004). Soft power: The means to succeed in world politics.

O'KELLY, Matthew. "Newcastle, Saudi Arabia, and the Shifting of the Goalposts in English Football: A Triangulated Case Study Analysis of Sportswashing in the “Beautiful” Game." (2022).

SKEY, Michael. **Sportswashing: Media headline or analytic concept? - Michael Skey, 2023.** 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10126902221136086>. Acesso em: 16 out. 2023.SØYLAND, Håvard. **Qatar's sports strategy: A case of sports diplomacy or sportswashing?** [s.l.: s.n.], 2020. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/22176/1/master_havard_stammes_soyland.pdf>.