



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS  
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**VANESSA GABRIELLY PEREIRA SILVA**

**O FENÔMENO DO SPORTWASHING: O IMPACTO DA INSTRUMENTALIZAÇÃO  
DO FUTEBOL EUROPEU POR AUTOCRACIAS ÁRABES**

João Pessoa  
2023

VANESSA GABRIELLY PEREIRA SILVA

**O FENÔMENO DO SPORTWASHING: O IMPACTO DA INSTRUMENTALIZAÇÃO  
DO FUTEBOL EUROPEU POR AUTOCRACIAS ÁRABES**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

**Orientador:** Prof. Dr. Fábio Rodrigo Ferreira Nobre

João Pessoa  
2023

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586f Silva, Vanessa Gabrielly Pereira.  
O fenômeno do Sportswashing [manuscrito] : o impacto da instrumentalização do futebol europeu por autocracias árabes / Vanessa Gabrielly Pereira Silva. - 2023.  
34 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Prof. Dr. Fábio Rodrigo Ferreira Nobre, Coordenação do Curso de Relações Internacionais - CCBSA. "

1. Futebol. 2. Sportswashing. 3. Oriente Médio. 4. Europa.

I. Título

21. ed. CDD 790

VANESSA GABRIELLY PEREIRA SILVA

**O FENÔMENO DO SPORTWASHING: O IMPACTO DA INSTRUMENTALIZAÇÃO DO FUTEBOL EUROPEU POR AUTOCRACIAS ÁRABES**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Aprovada em: 27/06/2023.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Dr. Fábio Rodrigo Ferreira Nobre (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Bernardo Salgado Rodrigues  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Caio Csermak  
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

*À estrela que sempre me guia, minha  
eterna avó, dedico.*

*“O futebol é a única religião que não tem ateus”*  
- Eduardo Galeano.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Mapa 1 –	Países Pertencentes ao Oriente Médio e ao Mundo Árabe .....	18
----------	---	----

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –	Custo das Últimas Cinco Copas do Mundo.....	15
Tabela 2 –	Megaeventos realizados no Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos (2018-2022).....	16
Tabela 3 –	Contratos de patrocínios da Qatar Airways com Principais Clubes.....	22
Tabela 4 –	Contratos de patrocínios da Fly Emirates com Principais Clubes.....	24
Tabela 5 –	Times Pertencentes a o City Football Group.....	24
Tabela 6 –	Principais contratações do Manchester City nos últimos anos.....	26
Tabela 7 –	Principais contratações do Paris Saint-Germain nos últimos anos.....	27



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADUG	<i>Abu Dhabi United Group</i>
CFG	<i>City Football Group</i>
CM	Copa do Mundo
CMC	<i>China Media Capital</i>
COI	Comitê Olímpico Internacional
CONCACAF	<i>Confederation of North, Central American and Caribbean Association Football</i> (Confederação de Futebol da América do Norte, Central e Caribe)
CONMEBOL	<i>Confederación Sudamericana de Fútbol</i> (Confederação Sul-Americana de Futebol)
EAU	Emirados Árabes Unidos
EUA	Estados Unidos da América
FIFA	<i>Internationale de Football Association</i> (Federação Internacional de Associações de Futebol)
JO	Jogos Olímpicos
LGBTQIA+	Lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, queer, intersexuais, assexuais
OPEP	Organização dos Países Produtores de Petróleo
PIB	Produto Interno Bruto
PIF	<i>Public Investment Fund</i> (Fundo de Investimento Público)
PSG	<i>Paris Saint Germain</i>
QSI	<i>Qatar Sports Investment</i> (Fundo Catari de Investimentos para Esportes)
SI	Sistema Internacional
URSS	União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

## SUMÁRIO

<b>RESUMO.....</b>	<b>10</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. Esportes e Relações Internacionais.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. O esporte como instrumento do Soft power.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2. Sportswashing.....</b>	<b>15</b>
<b>3. Entendendo o Oriente Médio e o Mundo Árabe.....</b>	<b>17</b>
<b>3.1. O papel do Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos no esporte mundial..</b>	<b>18</b>
<b>3.2. Projeção de poder por meio do futebol.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3. Internacionalização do capital árabe dentro do futebol europeu.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.1. Arábia Saudita.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.2. Catar.....</b>	<b>22</b>
<b>3.3.3. Emirados Árabes Unidos.....</b>	<b>23</b>
<b>4. O sportswashing como uma ferramenta de análise.....</b>	<b>25</b>
<b>4.1. Emirados Árabes Unidos e Manchester City.....</b>	<b>26</b>
<b>4.2. Catar e Paris Saint-Germain (PSG).....</b>	<b>27</b>
<b>4.3. Arábia Saudita e Newcastle United.....</b>	<b>28</b>
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>28</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>30</b>
<b>AGRADECIMENTOS.....</b>	<b>34</b>

**O FENÔMENO DO SPORTSWASHING: O IMPACTO DA  
INSTRUMENTALIZAÇÃO DO FUTEBOL EUROPEU POR AUTOCRACIAS  
ÁRABES**  
**THE PHENOMENON OF SPORTWASHING: THE IMPACT OF THE  
INSTRUMENTALIZATION OF EUROPEAN FOOTBALL BY ARAB  
AUTOCRACIES**

Vanessa Gabrielly Pereira Silva <sup>1</sup>

**RESUMO**

O presente trabalho estuda a relação entre esporte e Relações Internacionais como forma de entender o fenômeno do *sportswashing* nos investimentos árabes. Objetiva-se analisar o uso desse fenômeno como uma ferramenta de influência dos países do Oriente Médio no futebol europeu por meio de um estudo de caso dos investimentos feitos por esses países dentro da Europa. Busca-se entender a relação dos seguintes países árabes, Arábia Saudita, Catar e Emirados Árabes Unidos, com o futebol para a partir de então, examinar-se as ações de investimentos dentro do futebol europeu como uma via para a propagação de poder e geração de *sportswashing*. Esses argumentos foram desenvolvidos e confirmados por meio de pesquisa bibliográfica aliada a coleta de dados, que comprovam os altos investimentos feitos por essas potências árabes no interesse de conquistar uma nova imagem internacional e uma maior propagação de poder. Esse artigo busca apresentar uma ótica diferente para entender a interação e os interesses internacionais dos Estados, elevando o esporte e principalmente o futebol a um patamar político e acadêmico.

**Palavras-chave: Futebol. Sportswashing. Oriente Médio. Europa.**

**ABSTRACT**

The present work studies the relationship between sports and International Relations as a way of understanding the phenomenon of “sportswashing” in Arab investments. The aim is to analyze the use of this phenomenon as a device of Middle Eastern countries' influence in European football through a case study of investments made by these countries in Europe. It seeks to understand the relationship of the following Arab countries, Saudi Arabia, Qatar and the United Arab Emirates, with football in order to examine investment actions in European football as a manner of spreading power and generating “sportswashing”. These arguments were developed and corroborated through bibliographical research along with data entry which confirm the high investments made by these Arab powers in the interest of conquering a new international image and a greater diffusion of power. This article seeks to present a different perspective to understand the interaction and international interests of States, improving sports and especially football in a political and academic level.

**Keywords: Football. Sportswashing. Middle Eastern. Europe.**

---

<sup>1</sup> Graduanda em Relações Internacionais pela UEPB [vanessa.gabrielly@aluno.uepb.edu.br](mailto:vanessa.gabrielly@aluno.uepb.edu.br).

## 1. INTRODUÇÃO

O esporte pode ser compreendido como um espetáculo, uma fonte para construções de identidades, de demonstrações de interesses dos Estados, de ferramenta para propagação de imagem, e até mesmo como meio diplomático dentro do âmbito das relações internacionais (Suppo, 2012). É partindo desse ponto de vista, que o presente artigo busca entender o esporte dentro das Relações Internacionais, analisando o possível entendimento do esporte como uma ferramenta do *soft power* para propagação de poder e imagem. Essa ferramenta é analisada a partir de uma temática recorrente no cotidiano, sendo os megaeventos como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, os principais exemplos dentro do esporte mundial.

À vista disso, compreende-se que ao dar abertura para novos temas é possível entender o esporte como um instrumento das relações internacionais, como observado nas atuações das autocracias árabes que nos últimos anos vêm utilizando-se do meio esportivo para propagar uma imagem positiva no ambiente internacional, com a tentativa de esconder os posicionamentos e ações conservadoras, o que pode ser compreendido como *sportswashing* (García, 2022a). Na mesma linha dos termos *greenwashing* e *pinkwashing*, o *sportswashing* surge para explicar esse comportamento dos Estados de utilizar-se de algo atrativo para limpar a sua imagem perante o restante da sociedade e do mundo (Slattery, 2018).

É a partir disso que aqui surge a necessidade de estudar e analisar como essas autocracias, sendo elas a Arábia Saudita, o Catar e os Emirados Árabes Unidos, movimentam-se dentro do futebol europeu desde patrocínios, realizações de eventos e principalmente a compra de times. Com isso, essas nações almejam projetar uma imagem positiva no âmbito internacional, elevando o seu prestígio, e, assim, configurando-se em meras ações de *sportswashing*. Por conseguinte, esse tema faz-se relevante para a academia das Relações Internacionais pois por meio dele é possível apresentar uma nova e diferente lente para enxergar as relações e interações entre os Estados, no ambiente internacional. Similarmente, é possível compreender como cada vez mais os Estados vêm buscando diferentes formas para demonstrar seu potencial, como forma de projetar-se como novas potências internacionais.

A globalização foi um forte impulsionador para que o esporte chegasse a essa importante propagação geopolítica. Entidades foram criadas para gerir esse meio, a exemplo da Federação Internacional de Associações de Futebol (FIFA) e Comitê Olímpico Internacional (COI), (Castilho e Marchi Júnior, 2020), reafirmando mais ainda a importância do estudo do esporte dentro das Relações Internacionais. Ademais, é possível também entender o esporte como uma problemática social, uma vez que é ele que faz com que esses países conservadores invistam tanto em futebol e principalmente nos principais campeonatos internacionais.

Para Milza (1984), o esporte possui algumas dimensões essenciais na política internacional, sendo uma delas o reflexo do ambiente internacional e a identificação como seu componente. Igualmente, ele atua como um forte promotor para a construção de identidade dos países, fazendo com que esses identifiquem o esporte como uma ferramenta de geração de *soft power*. Nye (2011) configura o *soft power* como a necessidade que os Estados têm de moldar as relações internacionais de uma maneira não coercitiva, tendo o esporte como parte dessas ações dos Estados, ou seja, como um instrumento para a teoria do poder *soft*.

Em vista disso, o artigo busca entender as relações que esses países do Oriente Médio têm com o esporte e principalmente com o futebol, tendo como pergunta de pesquisa: “Quais mecanismos explicam a atuação de certos países do Oriente Médio no futebol europeu como forma de criar uma imagem positiva no ambiente internacional? ”. A partir dessa pergunta surge a necessidade de trabalhar com a seguinte resposta: “Certos países de monarquias autocráticas do Oriente Médio se utilizam do processo de *sportswashing*, através de

financiamentos a times europeus de futebol, para mascarar suas ações conservadoras diante do ambiente internacional”.

Por essa razão, faz-se necessário trabalhar com base em um estudo de caso para firmar essa resposta, sendo este feito por meio da apresentação e análise de ações feitas por essas autocracias, de patrocínios a times europeus por meio de empresas aéreas da região, da realização de jogos importantes nos seus próprios territórios, bem como da compra de times europeus e dos fortes investimentos feitos neles. Para isso serão utilizadas, acima de tudo, tabelas que apresentam valores de patrocínios e compras, além de relatos de acontecimentos que confirmam a busca pela construção de uma nova imagem dos determinados países árabes. Tem-se como recorte histórico o primeiro investimento de patrocínio aos clubes europeus - 2006, até a realização da Copa do Mundo no Catar (2022), como forma de demonstrar nesses quinze anos a rapidez com que esses países avançaram e modificaram seus investimentos dentro do futebol europeu.

O presente trabalho está dividido em três seções, sendo o primeiro uma breve contextualização do esporte dentro das Relações Internacionais, o esporte como instrumento do *soft power* e também o *sportswashing* como uma explicação para ações de projeção de poder dos Estados. Já o capítulo dois, tem como foco entender o que é Oriente Médio e Mundo Árabe e as suas diferenças geográficas, além de entender qual o papel do Catar, da Arábia Saudita e dos Emirados Árabes Unidos no esporte mundial, levando em conta também a projeção de poder por meio do futebol e, ainda, a internacionalização do capital dentro do futebol europeu, relatando de forma separada cada país. Por fim, o terceiro capítulo tem como pauta o *sportswashing* como uma ferramenta de análise, trazendo também cada país e os times comprados por eles.

## 2. Esportes e Relações Internacionais

O esporte é um instrumento social bastante relevante não apenas na atualidade, mas desde a Grécia Antiga as práticas esportivas, como os Jogos Antigos, 776 a.C., demonstram como o esporte era um instrumento de poder importante para aquela região e população. Mesmo tendo tamanha relevância séculos antes de Cristo, segundo Eric Hobsbawm Terence Ranger, em sua obra *A Invenção das Tradições (1997)*, o esporte passa a ganhar um maior protagonismo em massa a partir do século XIX no território europeu como forma de representar uma identidade nacional dos Estados-nações a fim de conquistar um prestígio nacional, buscando superar também o elitismo que as atividades esportivas carregavam naquela época, apenas com a exclusão do futebol e do ciclismo.

Por meio disso, é possível entender o esporte como uma construção social identitária que de alguma forma permeou e ainda permeia as sociedades fortemente, levando consigo características de diferentes grupos sociais, revelando uma identidade que vai além da competição, transformando-se em uma representação fundamental dessas sociedades e elevando também a questões nacionalistas.

Caracterizando essa construção social, podemos partir de um outro recorte histórico importante para pensarmos no esporte além de algo restrito à algumas comunidades. No final do século XIX, por meio dos Jogos Olímpicos (JO), o esporte começa a ter um caráter mais universal e massificado, que para Castilho e Marchi Júnior (2020, pág. 2) é considerado como:

o supracitado mais complexo e universal [...] O esporte tornou-se um fenômeno internacional, componente das relações internacionais. De um lado, sociedade transnacional, por outro lado, instrumento de paz e “guerra” entre nações.

É a partir desse fenômeno de internacionalização que o esporte deixa de ser apenas um instrumento social de determinadas sociedades para se transformar em algo além disso, tornando-se um instrumento geopolítico na comunidade internacional, ou seja, abrindo fronteiras para a sua universalização ainda em tempos modernos. Segundo Suppo (2012), o momento crucial para esse fenômeno foi o pós-Primeira Guerra Mundial por meio do surgimento da comunicação em massa, que fez com o que o esporte se transformasse em uma ferramenta importante da política externa naquele momento.

Durante o século XX, a globalização teve um papel central para o avanço da modernização, elevando também o esporte a um importante patamar culturalmente e politicamente, tornando-o uma forte ferramenta de negociação. Nesse sentido, é possível começar a entendê-lo como parte influente do tabuleiro mundial, pois é capaz de gerar uma interação e união a favor de um objetivo em comum (Castilho e Marchi Júnior, 2020).

A realização de grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de Futebol, as Olimpíadas e os Jogos Pan-Americanos, orquestrados pelas instituições internacionais - Federação Internacional de Associações de Futebol e Comitê Olímpico Internacional, são exemplos de peças importantes desse tabuleiro mundial (Castilho e Marchi Júnior, 2020). A partir dessas instituições podemos identificar uma nova configuração dos esportes como objeto geopolítico no ambiente internacional, a FIFA como entidade responsável por organizar e regulamentar o futebol em nível mundial e o COI com a responsabilidade de supervisionar e promover os Jogos Olímpicos (JO) de verão e de inverno. Assim como cita Pizarro (2017), o futebol durante o século XX foi cada vez mais se popularizando por conta do seu baixo custo e facilidade, assim se institucionalizando com a fundação da FIFA.

Como resultado dessa institucionalização, é possível observar a popularização significativa dos megaeventos esportivos no cenário mundial, como a Copa do Mundo de Futebol, organizada pela FIFA e os JO's pelo COI. Juntamente com os países, as instituições passaram a utilizá-los como fonte de poder e crescimento econômico, gerando um maior número de interação entre agentes públicos e privados, nacionais e internacionais, revelando-se um instrumento de cooperação entre os mesmos (Paulino, 2015).

Com o fim da Guerra Fria, os Estados passaram a se interessar cada vez mais por esses megaeventos, por meio da nova ordem mundial e das mudanças contínuas de fonte de poder, torna-se viável e atrativo encará-los como uma forma de projeção de poder político e econômico do Sistema Internacional (SI), (Silva e Cavalcanti, 2021). Isso ocorre pelo fato de que, durante a Guerra Fria, as duas superpotências daquele momento, os Estados Unidos (EUA) e a União Soviética (URSS), levaram a sua disputa para dentro dos Jogos Olímpicos, marcado principalmente pelo boicote de Moscou (1980).

Segundo Meihy e Souza (2017), o boicote foi uma reação política à invasão militar soviética ao Afeganistão, ocorrido naquele mesmo ano. Os Estados Unidos impuseram sanções contra o seu rival, sendo uma delas assinada ainda por mais 67 países aderindo ao boicote das Olimpíadas em Moscou, além de proibir que os atletas estadunidenses disputassem os jogos ou, caso contrário, teriam seus passaportes cancelados.

Dessa forma, é possível entender a propagação de poder por meio do esporte e dos megaeventos, sendo hoje a Federação Internacional de Associações de Futebol e o Comitê Olímpico Internacional, as principais instituições que comandam os esportes em geral. Um fato notável que pode exemplificar o poder dessas instituições, é que, atualmente, tais instituições possuem mais filiados que a própria ONU - que possui 193 membros, já a FIFA detém de 212 membros e o COI de 205 membros, considerando-se mais representativas que as Nações Unidas, além de possuir o poder de negociar diretamente com os países a forma como os megaeventos devem ser realizados e organizados (Paulino, 2015).

Com isso, conclui-se que o esporte pode sim ser uma ferramenta e visão para os estudos da Relações Internacionais, que cresceu e cresce diariamente, promovendo novas

fontes de poder políticos/geopolítico, atraindo cada vez mais a interação dos agentes internacionais, deixando de ter assim apenas uma característica doméstica e tornando-se um relevante fenômeno internacional que nenhum Estado deixa de usufruir da sua facilidade para ganhos econômicos, políticos e sociais.

## 2.1. O esporte como instrumento do *Soft power*

Segundo Nye (2011), o *soft power* está ligado à capacidade de um Estado influenciar outro e modelar as relações internacionais de formas não coercitivas, tal qual como diplomacia, educação, cultura e ideologia, ou seja, uma forma de propagar poder e de garantir o que é desejado. Ainda segundo o autor, essa propagação de poder vai além dos Estados, isto é, as instituições e organizações também podem utilizar do *soft power* para projetar poder nas relações internacionais.

Portanto, podemos entender o esporte como forma de projeção do *soft power* tanto para os Estados e governos quanto para as instituições FIFA e COI Pizarro. (2017, pág 2) exemplifica a importância dessa relação que ganha destaque no cenário internacional:

O esporte e o *soft power* andam juntos, pois os valores do esporte são símbolos utilizados no âmbito global, fazendo com que os órgãos de governança desportiva sejam atores importantes a serem observados nas relações internacionais, com atuações na atual governança global. Algumas entidades que ganharam destaque nesse cenário são os órgãos de governança desportiva, e é nesse contexto que há a necessidade de estudos que percebam o esporte como um ato político.

Nesse sentido, é possível analisar os megaeventos para além de apenas megaeventos, e sim uma estratégia de poder *soft* utilizada pelos atores internacionais como uma ferramenta de limpeza de imagem de país - algo que será citado mais à frente a partir da ótica do *sportswashing* - ou até mesmo como forma de promoção e de ganho de status dentro do Sistema Internacional. Pensando nisso, Grix e Lee (2013) ainda ressaltam que os megaeventos como Copa do Mundo e Jogos Olímpicos são as vitrines perfeitas para levar a cultura e a imagem de um país-sede para os outros países, elevando assim o prestígio e atração internacional.

Um exemplo claro e recente dessa forma de projetar imagem por meio do esporte, foram as Olimpíadas de Pequim em 2008, nas quais a ideia era transmitir para o resto do mundo que a China era um país moderno, preocupado com as causas ambientalistas, inovador e que se importava com a paz mundial. Assim como cita o autor Paulino (2015) em seu artigo “Esportes, Megaeventos Esportivos e Relações Internacionais”, a China buscou organizar o evento a partir de três conceitos centrais: Olimpíada Verde, Olimpíada da Ciência e Tecnologia e Olimpíada da Humanidade. O país usou das Olimpíadas para promover uma imagem que para o Ocidente era transmitida de outra forma, mostrando que era uma nação preocupada com o meio ambiente, que se desenvolve a partir da inovação e tecnologia, de forma pacífica e sem interesses de dificultar ou prejudicar outros países.

Uma outra forma de entender essa propagação de poder e imagem, que de certa forma acaba sendo um resultado e também ferramenta para o *soft power*, é a diplomacia que gera uma cooperação entre Estados e atores envolvidos. Porém, ligado ao esporte, temos um termo mais exclusivo que é a diplomacia esportiva, em que os atores buscam o esporte como uma forma de fortalecimento no meio do âmbito dos negócios internacionais e também um crescimento econômico (Silva e Cavalcanti, 2021).

Ainda segundo os autores, é possível compreender o esporte como instrumento da diplomacia esportiva a partir do sentido de que marcou o cenário mundial e todas as relações que estão envolvidas, assim o esporte passou a ser interesse comum entre a maioria como um

instrumento relevante a partir dos megaeventos, surgindo até mesmo estratégias de diplomacia esportiva por meio de empresas que se ligam cada vez mais ao mundo esportivo.

Até mesmo a escolha de um país-sede para esses eventos esportivos é muito bem pensada, pois cada vez mais esses eventos tornam-se valiosos e importantes para os Estados. De início a escolha de um país leva em consideração a sua economia e capacidade, para que esse não enfrente problemas após a realização do evento, mas ultimamente, assim como cita Castilho e Marchi Júnior (2020), sabemos que a escolha de um país no lugar de outro parte mais para um caráter estratégico político e geopolítico que venha a favorecer ambos os lados.

De fato, cada vez mais esses eventos têm tomado proporções gigantescas e tornado-se de alto custo para sua realização, fazendo com que a disputa seja levada para países que detêm riquezas e condições para tamanha realização, o que nesse sentido os tornam ainda mais elitizados com o passar do tempo. De uma forma mais demonstrativa, podemos analisar os valores gastos nas cinco últimas Copas do Mundo para entender como esses valores aumentaram de forma exorbitante.

**TABELA 1 - Custo das últimas cinco copas do mundo**

PAÍS ORGANIZADOR/Ano	CUSTO FINAL (em dólar)
QATAR 2022	220 bilhões
RÚSSIA 2018*	20 bilhões*
BRASIL 2014	15 bilhões
ÁFRICA DO SUL 2010	3 bilhões
ALEMANHA 2006	600 milhões

\*Informações conflitantes

FONTE: Adaptada de Castilho e Marchi Júnior (2020 *apud* Castilho, 2016, p. 45).

A partir disso, pode-se entender como o *soft power* contribui de forma incisiva para o rumo que os esportes têm tomado nas últimas décadas, afirmando mais uma vez como o esporte deixou de ser algo apenas identitário e tomou proporções econômicas e políticas que vão além das linhas de apenas uma ou outra sociedade, passando a ter um caráter internacional como forma de projeção de poder e imagem positiva. Mas podemos enxergar esse fenômeno a partir de outra lente, uma mais recente e bem mais específica que é o centro desse artigo, o *sportswashing*.

## 2.2. *Sportswashing*

O *sportswashing* não foge muito da lógica do *soft power*, mas ele acaba especificando mais a questão do uso do esporte como limpeza de imagem e aumento de prestígio diante do cenário internacional. Por mais que seja um tema recente, podemos entender ele como uma variação dos seguintes termos que já vêm sendo utilizados: *greenwashing* e *pinkwashing*. A primeira vez em que encontramos registro do uso do termo *sportswashing* foi em 2015, quando uma campanha chamada *Sports for Rights* utilizou o termo para denunciar o fato dos Jogos Europeus serem realizados em Baku, a capital do Azerbaijão, país esse que tem um histórico de não respeitar os direitos humanos (Slattery, 2018).

Já em 2018, o termo acabou se popularizando por outra denúncia, desta vez feita pela organização *Amnesty International*, em que acusava a família real de Abu Dhabi de usar o *Manchester City* para melhorar a sua imagem negativa por meio do empreendimento esportivo (Watson, 2018).



Após essas principais denúncias, qualquer movimentação no mundo esportivo, desde eventos ou até mesmo patrocínios, compra de times e jogadores realizados por países que infringem os direitos humanos e que são conservadores, foram entendidos como uma promoção dessas nações para de alguma forma apagar a imagem negativa que carregam. Assim como afirmam Almeida e Pereira (2022), a ideia de atrair essas oportunidades esportivas e de mostrar a sua capacidade de sediar grandes eventos acaba sendo fundamental para que esses países possam projetar uma imagem positiva ao mundo e construir uma outra narrativa no ambiente internacional.

Podemos regressar um pouco na história do mundo e buscar um exemplo de *sportswashing* em tempos antes de Cristo, indo para a época faraônica em que os faraós utilizavam de competições esportivas para demonstrar a grandiosidade do governo, porém basicamente era uma forma de distrair a população para a real realidade do povo egípcio (Carroll, 1998).

Em 1978, a Argentina sediou a Copa do Mundo como forma de limpar a sua reputação por conta do golpe militar e a situação que o país enfrentava para continuar no poder, infringindo gravemente os direitos humanos, como afirmam (Ellis, 2020). Trazendo um exemplo nacional, em 2016 o Brasil foi acusado de negligenciar a alta inflação, o crescimento do desemprego e problemas ambientais para sediar as Olimpíadas de Verão, que foi sediada no Rio de Janeiro (Boykoff e Mascarenhas, 2016).

Não podemos deixar de citar também as duas últimas CM sediadas na Rússia (2018) e no Catar (2022), que claramente tiveram como propósito “apagar” a imagem de países conservadores e se mostrarem capazes de sediar tamanho evento. Não é por acaso que, assim como apresentado na Tabela 1, foram gastos em torno de bilhões de dólares para proporcionar a maior infraestrutura já vista.

Nos últimos anos é notório o esforço que países do Oriente Médio, como Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos tem em usar o esporte como limpeza e promoção de uma imagem positiva. A copa do Catar, como já citada, eventos esportivos como Fórmula 1 (automobilismo) e UEA Tour (Ciclismo), além de finais do Mundial de futebol - assim como está descrito na Tabela 2, são fortes exemplos dessa forte necessidade de utilizar o esporte como uma ferramenta política e praticar cada vez *sportswashing*. Por tudo isso se faz necessário entender esse fenômeno e tudo que ele pode proporcionar dentro das relações internacionais (Garcia, 2022a).

**TABELA 2 - Megaeventos realizados no Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos (2018-2022)**

ANO	TORNEIO	ESPORTE	PAÍS
2018	Mundial de Clubes	Futebol	Emirados Árabes Unidos
2018	Fórmula 1	Automobilismo	Emirados Árabes Unidos
2019	Mundial de Clubes	Futebol	Catar
2019	Europa Tour	Golf	Arábia Saudita
2019	Mundial	Atletismo	Catar
2019	Peso completo	Boxe	Arábia Saudita
2019	Fórmula 1	Automobilismo	Emirados Árabes Unidos
2019	UAE Tour	Ciclismo	Emirados Árabes Unidos
2020	Mundial dos Clubes	Futebol	Catar

2020	Europa Tour	Golf	Arábia Saudita
2020	Fórmula 1	Automobilismo	Emirados Árabes Unidos
2020	Supercopa da Espanha	Futebol	Arábia Saudita
2020	UAE Tour	Ciclismo	Emirados Árabes Unidos
2021	Mundial dos Clubes	Futebol	Emirados Árabes Unidos
2021	Europa Tour	Golf	Arábia Saudita
2021	UFC Night	Artes Marciais	Emirados Árabes Unidos
2021	Fórmula 1	Automobilismo	Emirados Árabes Unidos
2021	Fórmula 1	Automobilismo	Arábia Saudita
2021	UAE Tour	Ciclismo	Emirados Árabes Unidos
2022	Mundial FIFA	Futebol	Catar

FONTE: Traduzida e adaptada de Garcia (2022a).

Esses eventos exemplificam perfeitamente o interesse desses países em “esconder” para o resto do mundo a visão de um país conservador, buscando desenvolver sua economia, cultura e imagem internacional, uma forma de desviar o olhar dos casos de abusos dos direitos humanos (Chen e Doran, 2022). O que passa a ser mais curioso é que instituições como a FIFA e o COI acabam dando espaço para essa propagação de poder e não se impõem como instituições maiores. Um exemplo claro foram as denúncias de trabalho escravo e mortes de imigrantes trabalhadores durante a construção dos estádios da Copa do Mundo do Catar em que, segundo notícia da emissora esportiva ESPN (2021), o número de mortes desde o início das obras girava em torno de 6,5 mil trabalhadores.

Por mais que seja um tema atual é de suma importância entender o *sportswashing* como uma ferramenta do *soft power* e também como instrumento de análise política, posto que o estudo das Relações Internacionais vem se inovando cada vez mais e mostrando que essas características sociais e culturais, assim como o esporte, podem se tornar uma lente de análise profunda para as RIs como forma de entender as novas configurações de poder mundial para além das análises tradicionais políticas.

### 3. Entendendo o Oriente Médio e o Mundo Árabe

Para entendermos o papel do Oriente Médio no esporte mundial - sendo o foco do presente artigo, especificamente o futebol - é importante localizar e explicar essa região mesmo que seja de forma sucinta, mas que traga clareza e orientação para o tema ora tratado. Partindo inicialmente da obra do historiador Albert Hourani, *"Uma História dos Povos Árabes"* (2006), é possível entender o que é Mundo Árabe e como ele se construiu, assim sendo possível também diferenciá-lo do Oriente Médio, pois os mesmos podem ser facilmente confundidos e identificados como um mesmo conceito (Klein, 2022).

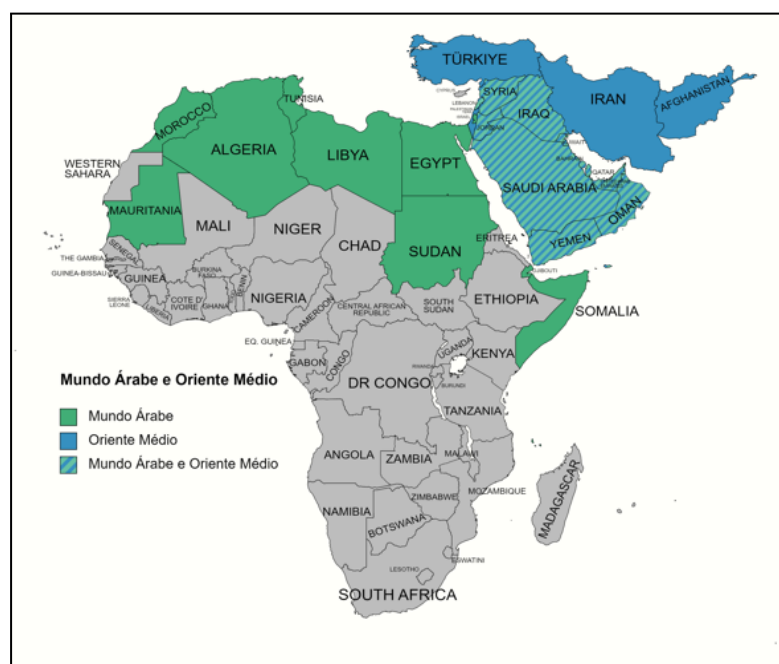
Em sua obra, Hourani busca explicar os povos árabes e toda a sua grande diversidade desde seu surgimento, partindo principalmente da criação do Islã, da construção dos impérios, sendo eles o Império Otomano e a era da dominação dos impérios europeus na região, finalizando com o mundo árabe nos tempos modernos. Assim, entende-se por Mundo Árabe uma composição geográfica e cultural, mas que possui fatores em comum que unem os seus países, sendo eles o árabe como uma língua predominante e o compartilhamento de uma vivência cultural e social. (2006)

Mas de fato, o que é Oriente Médio e em que ponto ele chega a ser confundido com o Mundo Árabe? O Oriente Médio se estende para além de povos árabes, incluindo também não árabes, assim fazendo com que exista uma maior diversidade cultural entre os países,

diferentemente dos povos árabes aqui já citados, que possuem uma identificação geográfica por meio de características culturais únicas. O Mundo Árabe é, portanto, representado pelos 22 países-membros presentes na Liga Árabe (Klein, 2022). Isto significa que nem tudo o que é Oriente Médio é identificado como povos árabes simultaneamente.

Após essa análise, é fato que a região árabe como um todo pode ser bastante complexa para entendimento, principalmente pela forma como ela se construiu e as consequências das denominações territoriais que geraram para aquela região uma complexidade. Assim como cita Klein (2022), a todo momento que se fala sobre Mundo Árabe e Oriente Médio, é necessário gerar um direcionamento geográfico dessa região e a sua diferenciação, assim podemos observar no Mapa 1.

**MAPA 1 - Países Pertencentes ao Oriente Médio e ao Mundo Árabe**



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A partir da análise do mapa, é possível compreender o que é apenas Mundo Árabe ou apenas Oriente Médio, e, também, o que pode ser entendido como ambos, além de geograficamente entender o Oriente Médio como o território que liga a África e a Ásia. Sendo como foco de análise os países do Oriente Médio - Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos.

### **3.1. O papel do Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos no esporte mundial**

Compreendendo a complexidade territorial do Oriente Médio, desde o entendimento sobre a região, a sua cultura, etnia e religião (Garcia, 2022a), busca-se manter um direcionamento e uma análise aos seguintes países absolutistas, que também detêm de uma maior influência territorial: Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos. A escolha desses atores se dá devido à sua notória utilização do esporte, principalmente o futebol, como ferramenta de política e de limpeza de imagem, o que é compreendido como *sportswashing*.

A região do Oriente Médio, assim como todo o Oriente, foram alvos de dominações europeias durante os séculos XIX e XX, sendo a colonização da região, em especial, de

autoria francesa e inglesa. Assim como o historiador Hourani (2006) trata sobre esse assunto, também é possível compreender os impactos da prática através do trabalho do teórico Edward Said, em sua obra “*Orientalismo: O Oriente como Invenção do Ocidente*” (1996), que busca explicar o Oriente a partir de uma lente pós-colonial.

O autor usa o conceito do *orientalismo* como um fenômeno ocidental, desnaturalizando o que é Oriente e partindo de uma construção fantasiosa, tornando-o um lugar “exótico, misterioso, o outro que precisa ser dominado”. Essa imagem se funde principalmente a partir da colonização europeia (franceses e britânicos) na região, como forma de diferenciar o “eu” do “outro” e assim transformando o Ocidente em superior e o Oriente em inferior. (Said, 1996).

Os países do Oriente Médio, como Catar, Arábia Saudita e Emirados Árabes Unidos detêm grandes riquezas naturais como o petróleo e gás natural, sendo eles as principais fontes econômicas dessas regiões, mas estarem na mesma região e serem vizinhos não significa que vivam em harmonia, pelo contrário. De acordo com Almeida e Pereira (2022), a tensão entre os países é bastante forte principalmente em relação ao Catar, o que gerou até mesmo a saída do país da OPEP (Organização dos Países Produtores de Petróleo) em 2019. Ainda segundo o autor, essas tensões fazem com que o Catar busque uma maior independência dos seus vizinhos, o que gerou uma maior sintonia com os seus compradores, favorecendo assim o seu *soft power*.

Assim como os países citados possuem em comum a alta riqueza por meio de reservas naturais e vivem em uma grande disputa econômica regional, a diplomacia esportiva no ambiente global também é mais um fator que eles buscam explorar nos últimos anos. Essas nações estão cada vez mais engajando-se em eventos esportivos mundiais, desde a realização de eventos em seus territórios, como a Copa do Mundo no Catar (2022) e a Supercopa da Itália de 2018 e 2019 na Arábia Saudita, até mesmo a compra e patrocínio de times de futebol (García, 2022a).

Mas o que eles buscam investindo em futebol? Para Schatz (2023), esses países da península árabe, donos de economias estáveis e PIBs bastante relevantes, procuram no futebol uma maior relação entre os atores internacionais. Ou seja, eles entendem que é uma ferramenta vantajosa para ganho de prestígio internacional e uma via fácil para intensificar o seu *soft power*, consequentemente alimentando mais ainda a “limpeza” de imagem de ações conservadoras e infrações aos direitos humanos praticadas por esses países absolutistas.

É notório que o futebol e principalmente os clubes vem cada vez mais tomando uma proporção gigantesca para se tornarem marcas globais, indo além das linhas fronteiriças das suas regiões (Schatz, 2023), o que exemplifica perfeitamente o interesse dessas potências econômicas. Em conjunto com o futebol, outra categoria esportiva que esses países reforçam seus investimentos econômicos de forma relativamente expressiva é na Fórmula 1. As três nações possuem contratos para serem anfitriões do evento, sendo a Arábia Saudita a mais recente, que se juntou aos seus vizinhos em 2021 para sediar esse megaevento esportivo, com um contrato de até cinco anos (García, 2022a).

Um ponto importante para explicar o motivo do investimento do esporte mundial e principalmente do futebol como uma categoria econômica desses países é que eles compreendem que a exploração de combustíveis não é algo infinito, visão clara principalmente pelo Catar, segundo Soyland (2020). Para o autor, o Catar é um exemplo forte da busca por ampliar a sua economia como forma de reduzir a dependência econômica, mas sem deixar de lado o esforço praticado por eles de projetar uma boa imagem por meio do esporte, fazendo desse fenômeno uma estratégia econômica.

Portanto, é possível perceber que cada vez mais eles buscam influência internacional por meio do esporte, pois assim como já foi tratado, o esporte com o tempo tornou-se uma paixão e identidade mundial. Mesmo que a região do Oriente Médio não tenha o futebol como

uma cultura de identidade, por meio dessa categoria esportiva, esses países do Oriente projetam-se positivamente entre os atores mundiais, assim formulando uma forte reputação perante os demais países, gerando o *sportswashing*.

### 3.2. Projeção de poder por meio do futebol

O esporte é um importante projeto político, econômico e internacional para essas monarquias, a exemplo da Arábia Saudita com o desenvolvimento do seu documento “Visão 2030”<sup>2</sup> que reforça os planos de ação e desenvolvimento a longo prazo do país (García, 2022b). Um artigo da *Play The Game*, do *Danish Institute for Sports Studies* (Idan, 2022), relata que o documento é uma tentativa clara de *soft power*, cujo principal foco do país é buscar a atração dos outros países do mundo, que assim como os seus vizinhos - Catar e Emirados Árabes Unidos, a Arábia vê no esporte uma forte ferramenta política e diplomática, já que o país possui uma alta capacidade de gerar o sentimento de pertencimento nacional entre as nações.

Ademais, posto que o petróleo é a principal fonte de riqueza e de poder desses países, as relações econômicas com outros atores e nações acontecem por conta dele, tendo como principal exemplo a Europa, mais especificamente França, Reino Unido e Alemanha, sendo seus principais sócios (García, 2022b). Além do mais, García ainda acrescenta que, a União Europeia possui um “Acordo de Cooperação” desde 1988 com o Conselho de Cooperação dos Estados Árabes do Golfo, em que fazem parte - Arábia Saudita, Catar, Emirados Árabes Unidos, Bahrein, Oman e Kuwait.

Segundo exposto no site de notícias estadunidense Al-Monitor, o início da Guerra da Ucrânia e, conseqüentemente, as sanções impostas contra a Rússia (um dos principais exportadores de petróleo e gás natural do mundo), fizeram com o que a dinâmica do mercado do petróleo mundial mudasse. Com a Rússia fora de jogo, o Oriente Médio entra como principal fornecedor de petróleo para os países da Europa, fortalecendo mais ainda a sua projeção de poder no cenário mundial e alavancando a sua economia internacional. É notório perceber os laços que vão se formando entre o Oriente Médio e a Europa por meio do petróleo e do futebol, dois mercados totalmente diferentes, mas que para esses países do Oriente têm sido fundamentais para a sua projeção de poder no cenário mundial. (Dutton, 2023)

García (2022a) aponta que os três estados da Península Arábica competem entre si para ser o mais importante país da região, tanto economicamente quanto politicamente, e no futebol não seria diferente. A busca por uma melhor imagem internacional e a forma como veem no esporte a chance para isso acontecer é mais uma disputa que esses países vivem. Não é sem motivos que a Arábia Saudita vem investindo pesadamente no setor esportivo dentro e fora da sua região, visto que a ideia do país é até 2030 chegar a um percentual de 40% em participação na indústria esportiva (Agência De Notícias Do Brasil-Árabe, 2021).

Além disso, os respectivos países ainda têm como estratégia em comum a compra de times importantes da Europa, sendo eles: *Paris Saint-Germain* (Catar), *Manchester City* (Emirados Árabes Unidos) e *Newcastle United* (Arábia Saudita). As três nações vêm investindo pesadamente nesses times e, assim como García (2022a) cita, existe um forte laço entre os clubes e os Estados, o que deixa mais uma vez claro que esse projeto em comum de financiamento esportivo praticado por eles vai além do esporte.

Portanto, uma análise que se faz necessária é a forma como esses países do golfo têm projetado cada vez mais o seu poder econômico por meio do futebol e, mais ainda, como trata Almeida e Pereira (2022), eles levam as suas competições internas para além das suas

<sup>2</sup> A “Visão 2030” tem como objetivo ampliar a economia para outros setores, além do petróleo, até 2030. Sendo o investimento em esportes um dos projetos. Fonte: Vision 2030. <https://www.vision2030.gov.sa/>. Acesso em: 13 de jun. de 2023.

fronteiras e param no futebol europeu. O que, segundo os autores, não deixa de ser irônico, é o fato de que no passado o território do Oriente Médio foi dominado por povos europeus e na atualidade esses países buscam competir e explorar seus meios econômicos no território europeu.

Também é possível concluir que, por mais que as atitudes diante do uso da indústria esportiva desses países da Península Arábica sejam configuradas como *sportswashing*, da mesma forma podem ser utilizadas como uma ótica de desmistificação da imagem criada no passado pelo Ocidente, o *orientalismo*. Agora, mais que nunca, é possível compreender essa região não mais como inferior, mas sim como capaz o bastante para propagar-se internacionalmente como grande potência mundial. Ainda assim, atos de xenofobia e racismo não deixam de ser evidentes por países ocidentais com países do Oriente.

### **3.3. Internacionalização do capital árabe dentro do futebol europeu**

Compreende-se até aqui que o interesse dos países do Oriente Médio no futebol não está ligado apenas a um caráter cultural e de identidade. Cada vez mais esses países tentam modificar e ampliar a sua rede de investimentos dentro dos esportes e, principalmente, no futebol. Além dos eixos do mercado internacional que eles já se destacam como o petrolífero, armamentistas, turística e automobilística, o futebol entra como mais uma via para fortalecer a propagação da internacionalização do seu capital (Vasconcellos, 2011).

Segundo Amara (2013), os Estados do Golfo cresceram de forma expressiva na indústria do esporte por meio de grandes acordos de patrocínio de companhias aéreas estatais com clubes mundiais, principalmente com times europeus, sendo uma estratégia da elite econômica da Península Arábica para gerar e desenvolver negócios através do mercado do futebol. Dessa maneira, a interação entre esses clubes e essas nações se fortalecem de forma significativa, de um lado mediante a busca por limpeza de imagem e crescimento econômico, do outro pela propagação e o mantimento do prestígio futebolístico.

O prestígio por esse mercado e principalmente por esses patrocínios árabes milionários vêm reinventando o mercado da bola, já que cada vez mais sheiks árabes guiam as suas receitas oriundas do petróleo para investir na área do esporte, e mais uma vez mirando nas principais ligas e times do futebol mundial (Klein, 2022). Portanto, é possível entender esse “jogo econômico” como um ciclo em que eles retiram recursos da sua principal fonte de riqueza e investem em outra fonte econômica que custa caro, mas que pode ter resultados rápidos, além de não ter apenas uma resposta econômica.

Para mais, a configuração de reprodução e, também, de internacionalização do capital econômico dos três países têm foco similares. A forma de utilizar-se do capital econômico para ganhar reconhecimento e prestígio dentro de uma das modalidades esportivas mais bem reconhecidas, como o futebol, e que desde de muito tempo representa identidades culturais variadas de todo o mundo, é sim uma estratégia ímpar para projetar-se internacionalmente.

Os pontos a seguir buscam tratar de forma isolada alguns dos investimentos desses países no mundo do futebol como forma de exemplificar e descrever de que modo ocorre a internacionalização desse capital.

#### **3.3.1. Arábia Saudita**

A Arábia Saudita tem o esporte como principal política econômica do seu plano “Visão 2030”, como já abordado neste artigo. Segundo a perspectiva de Garcia (2022b), o país tem gastado dentro e fora do seu território, tal como ocorreu na SuperCopa da Itália celebrada em 2018 e 2019 em Jidá e na capital do país, Riad. A Supercopa da Espanha

também teve edições em território saudita, com início em 2020, se estendendo em um contrato de até 3 anos.

Além do futebol, a Arábia também possui grandes investimentos no ramo automobilístico, o país investe de maneira expressiva em suas cidades, principalmente em Jidá, que é onde ocorrem as corridas de Fórmula 1. Segundo coluna do site Grande Prêmio (2022), escrita por Luana Marino, os interesses do ministro de esporte, o Abdulaziz Bin Turki Al-Faisal, é levar o circuito para o complexo de *Qiddiya*, que possui uma estrutura ainda maior, tendo como desejo manter os dois circuitos no país.

O *Public Investment Fund* (PIF) da Arábia Saudita é o fundo responsável por investimentos dentro de outros setores econômicos<sup>3</sup>, sendo ele o principal fornecedor de capital para investimentos esportivos. O PIF foi estruturado a partir do projeto “Visão 2030” e tem como escopo impulsionar o crescimento do país por outros setores além do petróleo, tal como o esporte e o turismo. O fundo de investimento foi responsável pela compra do time inglês Newcastle United em 2021 (Martins, 2021).

Nessa corrida de investimentos no futebol, a Arábia Saudita entra posteriormente aos seus vizinhos, mas não fica para trás. A ideia de criar um projeto de visão e incluir a categoria esportiva como um dos principais pontos de partida, confirma mais uma vez como o país está disposto a investir o seu capital internacionalmente, assim como seus vizinhos adversários.

### 3.3.2. Catar

O Catar teve o privilégio em 2022 de sediar a Copa do Mundo de Futebol, mesmo em meio a escândalos, desde a sua escolha como sede até aos casos de infrações aos direitos humanos durante a construção dos estádios. Foi a primeira edição do evento do solo árabe e, juntamente à sua estreia, trouxe bastantes polêmicas. Escolhido no ano de 2010 e posteriormente sendo desvendado o escândalo de corrupção da FIFA, que envolvia a compra de votos que levou ao resultado do país como sede da copa (Sapio, 2022), o evento reforçou mais ainda o contexto e o conhecimento do termo *sportswashing* para a população.

Mas o envolvimento do Catar com o futebol antecede o megaevento de 2022, uma vez que o país é conhecido por financiar patrocínios a times por meio de suas empresas áreas estatais. A *Qatar Airways* é uma famosa empresa de aviação do país, seu capital é controlado pelo Estado e ambos desfrutam dos mesmos interesses. A empresa juntamente com o país tem como interesse global inserir-se em diferentes sociedade e culturas, usando o esporte como principal ferramenta para essa ação (Garcia, 2022a)

A tabela 3 apresenta os principais clubes e as principais ligas do mundo do futebol que a *Qatar Airways* patrocinou e ainda patrocina. Mostra, também, que o envolvimento da empresa com patrocínios a clubes teve início em 2010, mesmo ano do sorteio para a Copa de 2022. Então, se fosse possível delimitar uma data para a entrada do país nesse ramo, claramente seria o ano de 2010.

**TABELA 3** - Contratos de Patrocínios da *Qatar Airways* com Principais Clubes

---

<sup>3</sup> Fonte: Public Investment Fund. <https://www.pif.gov.sa/en/Pages/AboutPIF.aspx>. Acesso em: 05 de jun. de 2023.

Equipes		Duração	Valor
F.C. Barcelona		2010-2017	€171.000.000
Bayern de Múnich		2018-2023	€15.000.00 por temporada
A.S Roma		2018-2021	€40.000.000
Boca Juniors		2018-2023	€5.000.000 por temporada
PSG		2020-2023	€10.000.000 por temporada

Fonte: Adaptada de Garcia (2022a)

Além de patrocínios diretamente à times, a *Qatar Airways* também patrocina campeonatos como a Copa de Ouro de 2021 e a Eurocopa, no ano de 2020. Não o bastante, a empresa ainda é sócia oficial da FIFA, CONMEBOL e CONCACAF, sendo exclusivamente a viação parceira das instituições futebolísticas (García, 2022a).

O país ainda possui um fundo de investimento privado vinculado ao governo *Qatar Sports Investment* (QSI) fundado em 2004, comandado atualmente por Nasser Al-Khelaifi, empresário e ex-tenista catari, tendo como objetivo principal investir em projetos relacionados ao esporte dentro e fora do Catar.<sup>4</sup> Além do mais, o fundo ainda foi responsável pela compra do time francês PSG.

O Catar tem conquistado de forma clara os seus interesses por meio do futebol, principalmente após sediar a Copa do Mundo, megaevento que tem o poder de direcionar um grande número de olhos e de engajamento internacional. O país é mais um exemplo de como esses países absolutistas têm usado muito bem o futebol como sua vitrine e mascarando seus ideais conservadores diante do ambiente internacional.

### 3.3.3. Emirados Árabes Unidos

Em relação aos EAU, o país parte na mesma linha dos outros países já citados, principalmente em relação à configuração de investimento do Catar. A companhia aérea *Emirates* é uma empresa pertencente ao *The Emirates Group*, que também faz parte do fundo soberano do governo de Dubai, o *Investment Corporation of Dubai* (García, 2022a). A *Emirates* tem um longo histórico de patrocínios dentro do esporte, desde 1987 em uma simples corrida de barcos a companhia se fez presente em várias modalidades esportivas<sup>5</sup>.

Segundo informação do próprio site da empresa aérea, a companhia detém o contrato mais longo da *Premier League*, liga inglesa de futebol da primeira divisão, com o time Arsenal, sendo também uma das mais antigas no futebol mundial. Hoje, além do nome na camisa do time, a empresa carrega o seu nome no estádio do clube, o *Emirates Stadium*. Além disso, a empresa também coloca seu nome em algumas competições nacionais, como a Copa inglesa, denominada *The Emirates F.A. Cup* (García, 2022a). Tais exemplos revelam como a empresa vem ganhando prestígio no território inglês.

A tabela 4 apresenta os principais clubes já patrocinados pela companhia, e, assim como o investimento da *Qatar Airways*, a *Emirates* também tem como foco as principais ligas do futebol, principalmente as ligas europeias. É possível perceber que os Emirados Árabes Unidos em relação aos dois países aqui já citados está presente no mundo do investimento futebolístico há um bom tempo, podendo ser considerado como pioneiro dessas ações por busca de prestígio internacional, sendo o Real Madrid o principal time e o de maior patrocínio da companhia.

<sup>4</sup>Fonte: Qatar Sports Investment. <https://www.qsi.com.qa/who-we-are/>. Acesso em: 05 de jun. de 2023.

<sup>5</sup> Fonte: Emirates. <https://www.emirates.com/br/portuguese/about-us/timeline/>. Acesso em: 5 de jun. de 2023.



**TABELA 4** - Contratos de Patrocínios da *Fly Emirates* com Principais Clubes

Equipes		Duração	Valor
PSG		2006-2018	€31.000.000 por temporada
Arsenal F.C.		2006-2028	€500.000.000
A.C. Milan		2007-2023	€15.000.000 por temporada
Real Madrid		2013-2026	€70.000.000 por temporada
S.L. Benfica		2015-2024	€10.000.000 por temporada

Fonte: Adaptada e atualizada (Garcia, 2022a)

Além da principal companhia aérea como protagonista do investimento esportivo, os Emirados Árabes Unidos possuem uma outra empresa que detém um certo protagonismo no futebol. A rede de integração de times *City Football Group* (CFG) controlada pelo *Abu Dhabi United Group* (ADUG), foi fundada em 2013 e é formada por times das principais regiões do mundo, dando suporte técnico e financeiro aos clubes pertencentes ao grupo<sup>6</sup>. O grupo “City” tem um projeto de internacionalização de expansão em todos os continentes, como exemplo, o mais recente investimento feito por eles foi em território brasileiro. Em maio deste ano, o Esporte Clube Bahia teve 90% do time vendido ao grupo, cuja negociação teve um valor de 1 bilhão de reais, sendo considerada uma das mais caras desde a compra do Manchester City, em 2008 (Lobo, 2023).

A seguir na tabela 5, é possível identificar todos os países que foram comprados ou que possuem parceria com o *City Football Group*, a exemplo do Bolívar, time da Bolívia que se tornou o primeiro parceiro do CFG. A parceria conta com acesso às plataformas do grupo, desde dados médicos a dados de recrutamento dos outros times, e o grupo ainda terá ajuda em suas receitas (Lobo, 2023). Outro exemplo que pode ser tratado é o time do New York City (EUA). Fundado em 2013, é o 20º time da principal liga de futebol estadunidense, a *Major League Soccer*. Tendo como sócio majoritário o CFG e sócio minoritário o time de beisebol New York Yankees<sup>7</sup>.

**TABELA 5** - Times Pertencentes a o City Football Group

<sup>6</sup> Fonte: City Football Group. <https://www.cityfootballgroup.com/our-story/>. Acesso em: 5 de jun. de 2023.

<sup>7</sup> Fonte: New York City. <https://www.cityfootballgroup.com/our-clubs/new-york-city/>. Acesso em: 5 de jun de 2023.

Equipe		Ano de aquisição
Manchester City (Inglaterra)		2013
New York City (EUA)		2013
Melbourne City (Austrália)		2014
Yokohama F. Marinos (Japão)		2014
Montevideo City (Uruguai)		2017
Girone FC (Espanha)		2017
Sichuan Jiuniu (China)		2019
Mumbai City FC (Índia)		2019
Lommel SK (Bélgica)		2020
Troyes (França)		2020
Club Bolivar (Bolívia)		2021
Palermo FC (Itália)		2022
Bahia (Brasil)		2023

Fonte: Adaptada e atualizada de Garcia (2022a)

É importante ressaltar como esses investimentos têm ganhado cada vez mais força, se expandindo para outros territórios que não são só da Europa, por mais que seja nítido o maior engajamento por clubes europeus, pois é onde está presente as principais ligas e os principais times do mundo. Portanto, esses países do Oriente Médio têm conhecimento da sua riqueza e da resposta positiva que esses investimentos geram na comunidade internacional, resultando no cenário que observamos hoje: times de outros países e continentes fechando contratos e vendas com essas instituições financeiras arábicas.

#### 4. O *sportswashing* como uma ferramenta de análise

O termo *sportswashing* tem ganhado cada vez mais força principalmente com as mencionadas ações de investimentos de países árabes no esporte global. Porém, assim como citam Chen e Doran (2022), é preciso estar alerta para a complexidade do uso do *sportswashing*, pois ele vai além do fato de um país anfitrião usar do esporte para melhorar o seu Produto Interno Bruto (PIB).

Estados com histórico de ataque aos direitos humanos e carregados de conservadorismo têm muito a ganhar com o uso do *sportswashing* (Difato, 2021). E, assim como já citado, os países absolutistas Emirados Árabes Unidos, Catar e Arábia Saudita, buscam por meio do futebol apagar essa imagem negativa que carregam.

Esses países utilizam de fundos financeiros para subsidiar essa política, procurando cada vez mais ligar a imagem do país ao futebol, para que os outros países os vejam como pertencentes a uma ferramenta identitária e deixem de lado todas as ações negativas que eles projetam (Klein, 2022). O Estado catari comprou o PSG por meio do fundo de investimentos *Qatar Sports Investment*, já os Emirados Árabes Unidos garantiram o Manchester City pelo grupo *Abu Dhabi United Group* e, por fim, a Arábia Saudita firmou a compra do Newcastle United pelo *Public Investments Fund*.

Percebe-se, então, que agora esses países deram mais um passo em sua política de limpeza de imagem, o exemplo claro é a compra desses times europeus, mas não qualquer time europeu, e sim times que se encontram fragilizados financeiramente e que não ocupam uma boa posição em seus campeonatos, a exemplo do PSG, que antes da compra pelo Catar possuía receitas muito baixas (Cobos, 2019).

Com isso, é possível compreender o *sportswashing* como uma ferramenta para analisar todos esses passos dados por esses países em relação a financiamentos no mundo futebolístico, ligado não só a um crescimento econômico do país, mas, principalmente, em relação a imagem que se projeta no cenário internacional. Além do que, esses investimentos tomaram e tomam cada vez mais uma proporção maior para esses atores, fazendo com que eles fortaleçam ainda mais esse fenômeno chamado *sportswashing*.

#### 4.1. Emirados Árabes Unidos e Manchester City

No ano de 2008, o grupo de investimento árabe *Abu Dhabi United Group*, adquiriu totalmente o clube inglês Manchester City em um valor de 210 milhões de libras. Em 2012, o grupo cria a então rede integrada de times, a *City Football Group*, responsável pela propagação e internacionalização de uma marca de futebol (ESPN, 2015; Klein, 2022). Nos dias de hoje a empresa já conta com um total de 13 times comprados e parceiros (conforme Tabela 5).

Após a compra do time, o grupo precisou investir de forma generosa no clube, desde novas contratações até investimento em centro de treinamento. Em 2012, o time leva a sua primeira *Premier League* depois de 44 anos sem esse feito, e, a partir disso, o *Manchester City* alavanca tanto no futebol inglês quanto no futebol mundial, estando presente em todas as edições da *Champions League* desde então (ESPN, 2015). Já no ano de 2015, o grupo vendeu um total de 13% das ações do time para as empresas chinesas *China Media Capital* (CMC) e *CITIC Capital*, em um valor equivalente a 265 milhões de libras, um montante maior que o pago pelo Sheik Mansour em 2008 (Globo Esporte, 2015).

Para mais, o time ainda tem patrocínio direto com uma outra companhia aérea dos EUA. Em 2011, a *Etihad Airways* virou patrocinadora do time, levando o seu nome na camisa e também o nome do estádio do clube, *Etihad Stadium*, já que a essa possui fortes relações com o Manchester City (Garcia, 2022a).

Com os investimentos árabes ao clube, veio principalmente a compra por jogadores renomados que elevariam o prestígio do time internacionalmente. Segundo o site que contém todas as informações do mercado da bola, o *Transfermarkt*, o City é responsável pelas principais e mais caras contratações do futebol internacional. Na tabela 6, a seguir, é possível identificar as 10 principais contratações do time nos últimos anos.

**TABELA 6** - Principais contratações do Manchester City nos últimos anos

Jogador	Ano da Transferência	Valor da Transferência
Jack Grealish	2021	€117.500.000
Kevin de Bruyne	2015	€76.000.000
Rúben Dias	2020	€71.600.000
Rodri	2019	€70.000.000
Riyad Mahrez	2018	€67.800.000
Aymeric Laporte	2017	€65.000.000
João Cancelo	2019	€65.000.000
Sterling	2015	€63.700.000
Erling Haaland	2022	€60.000.000
Benjamin Mendy	2017	€57.500.000

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados a partir do *Transfermarkt* (2023).

A compra do time em 2008 foi de grande importância, e com o passar dos anos ficou evidente essa percepção, uma vez que o clube já não vinha com uma grande reputação no campeonato inglês, pois não terminava em primeira posição há bastante tempo. Além do que, foi o precursor para a expansão do *City Football Club*, tornando-se em uma empresa multinacional do futebol (Klein, 2022).

O exemplo claro de que os planos de tornar o Manchester City um gigante inglês tiveram resultado veio ao fim da temporada 2022/23. O time fechou a temporada levando a tríplice coroa, levantando a taça da *Premier League*, a da Copa da Inglaterra e fechando com a vitória na *Champions League* (ESPN, 2023).

#### 4.2. Catar e Paris Saint-Germain (PSG)

Em 2011 o fundo de investimentos *Qatar Sports Investment* comprou 70% das ações do Paris Saint-Germain por um valor de 50 milhões de euros. Com isso, foram obtidas juntamente no acordo a cobertura de todos os prejuízos do time naquela temporada, que giravam em torno de 19 milhões de euros, além de todas as dívidas do time, que eram em volta de 15 a 20 milhões de euros (Exame, 2011).

Desde o investimento no clube francês, os planos do presidente do QSI, também presidente do time, o catari Nasser Al-Khelaifi, são transformar o time em uma grande potência do futebol europeu que resultou em um dos times mais poderosos do continente. Dessa forma, o fundo financeiro do Catar investiu pesadamente tanto no futebol em si como no marketing do time (Garcia, 2022a).

O PSG, assim como o Manchester City, também não andava bem no campeonato, futebolisticamente e financeiramente, até a compra. Segundo o jornalista da ESPN, Paulo Cobos (2019), o time francês possuía então menos dinheiro do que clubes como Valência (Espanha) e Fulham (Inglaterra), e, em 2023, já era um dos mais importantes times da Europa, com uma receita bilionária e compras de jogadores de alto nível.

Assim, a aquisição do time foi de bom proveito tanto para o QSI e como para ele próprio. Hoje o Paris Saint-Germain é um dos principais times do futebol europeu e também do futebol internacional. Registrando ainda contratações valiosas e emplacando entre as mais caras do mundo futebolístico, tal como a do jogador brasileiro Neymar, por 222 milhões de euros e a do francês Mbappé, por 180 milhões de euros (Klein, 2022).

Das 30 contratações mais caras de toda a história do time francês, 28 delas foram realizadas desde o momento que o QSI tornou-se responsável por ele (Faldon, 2021). Algumas dessas contratações é possível analisar na seguinte tabela, em que mostra as dez contratações mais caras e importantes feitas pelo time desde a sua compra pelo fundo catari.

**Tabela 7 - Principais contratações do Paris Saint-Germain nos últimos anos**

Jogador	Ano da Transferência	Valor da Transferência
Neymar Júnior	2017	€222.000.000
Kilian Mbappé	2018	€118.000.000
Acharaf Hakimi	2021	€68.000.000
Edison Cavani	2013	€64.500.000
Angel Di María	2015	€63.000.000
Mauro Cardi	2020	€50.000.000

David Luiz	2014	€49.500.000
Javier Pastore	2011	€42.000.000
Thiago Silva	2012	€42.000.000
Vitor Ferreira	2022	€41.500.000

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados a partir do *Transfermarkt* (2023).

Não podendo deixar de citar também uma das maiores janelas de transferências que o time já teve, a do ano de 2021, que além de garantir o jogador marroquino Hakimi pelo valor dado na tabela 7, ainda levou de graça jogadores importantes como Lionel Messi, Sergio Ramos, Gianluigi Donnarumma, Georginio Wijnaldum, garantindo parte das principais estrelas daquela janela do futebol mundial (ESPN, 2021).

Mesmo que o fundo de investimento catariano tenha contribuído muito para o crescimento regional e internacional do time, ainda não conseguiu alcançar o tão esperado sonho de conquistar uma *Champions League*. Todos esses investimentos pesados giram em sua grande maioria em torna-se um campeão do tão prestigiado campeonato europeu.

### 4.3. Arábia Saudita e Newcastle United

O mais recente investimento feito por um país do Oriente Médio no continente europeu foi a compra do time inglês Newcastle United. O PIF saudita adquiriu o time em 2021 por um valor aproximado de 300 milhões de libras. A compra gerou um momento de imparcialidade entre os torcedores, enquanto uns comemoravam o milionário investimento, outros protestavam o fato de mais uma monarquia absolutista envolvida em crimes contra os direitos humanos e contra a comunidade LGBTQIA+ virava dono de mais um time na Europa (Globo Esporte, 2021; Ryan, 2021).

O time também não vinha no seu melhor momento no campeonato inglês, as reclamações ao antigo proprietário - Mike Ashley - pelos torcedores eram constantes, pois o empresário não investia ou demonstrava desinteresse pelo clube (Ryan, 2021). Tudo isso leva a perceber mais uma vez como esses três países vivem em uma disputa por prestígio internacional e poder no mercado do futebol para girar cada vez mais a promoção de imagem positiva.

Com o fim da temporada 2022/23 do campeonato inglês, o Newcastle garantiu o seu retorno a *Champions League*, desde a temporada 2004/05 o time não marcava presença no campeonato. Além disso, essa é a quarta vez em toda sua história que o clube se classifica para a competição (Globo Esporte, 2023). De fato, o investimento saudita alavancou a confiança do time, transformando-o em um projeto que demonstra confiança nos jogadores. Por mais que o time não conte com grandes estrelas internacionais, possui uma equipe bem estruturada, o que está evidente pelos resultados das duas últimas temporadas (Bonsanti, 2023).

Segundo informações do *Transfermarkt*, após a entrada do fundo saudita, o time contou com três grandes contratações, sendo elas: o brasileiro Bruno Guimarães, por um valor de 42,10 milhões de euros na temporada de 2021/22, além do centroavante sueco Alexander Isak, por um valor de 70,00 milhões de euros, e do ponta esquerda Anthony Gordon, por 45,60 milhões de euros na temporada de 2022/23.

## 5. CONCLUSÃO

É notório que o esporte é uma representação importante para a construção de identidade dos Estados, como exemplo do uso do mesmo para a formação de prestígio

internacional dos Estados-nações da Europa, no século XIX (Hobsbawm, 1997). Gerando uma nova forma de enxergar o esporte para além de atividades físicas, mas também como um instrumento geopolítico. Concluindo ainda como ele pode ser um resultado claro de poder não coercitivo, ou seja, uma clara ferramenta do *soft power*.

Com o avanço da globalização e o entendimento do esporte como uma ferramenta da geração de poder das nações, o *sportswashing* surgiu para explicar determinadas ações de Estados autocráticos, o uso do esporte como uma tentativa de mudar a sua imagem no ambiente internacional. Sendo possível perceber como um comportamento antigo desses países, por mais que o termo tenha surgido nos últimos anos. É nesse contexto que as ações de investimentos dos seguintes países da Península Árabe - Catar, Emirados Árabes Unidos e Arábia Saudita são compreendidas como *sportswashing*.

Esses países não têm o futebol como uma construção de identidade, mas é fato que utilizam do mesmo para alavancar e melhorar as relações entre os atores internacionais, buscando uma maior proximidade com eles e ganhando prestígio internacional Schatz (2023). Assim deixando de lado toda a imagem de negligências com pautas dos direitos humanos.

É dessa forma que os investimentos no território europeu surgem como uma excelente alternativa para essa estratégia política, sendo o território dos maiores e mais bem prestigiados campeonatos do futebol internacional. A inserção do capital dessas potências petrolíferas aparentemente chegou como um instrumento de recuperação para os times, a exemplo do PSG que anterior a compra do fundo de investimento catariano possuía uma receita muito inferior em relação a outros times (Cobos, 2019). E hoje o clube possui uma equipe com as principais estrelas do futebol, assim como Neymar e Mbappé, considerados também uns dos jogadores mais caros.

Os primeiros passos para a ação do *sportswashing* desses países do Oriente Médio no futebol, começa com patrocínio a clubes importantes por meio dos capitais de empresas aéreas. Como exemplo a *Qatar Airways* e o seu patrocínio ao Barcelona que durou de 2010 à 2017, em um valor total de 171.000.000 de euros. E ainda a precursora do Emirados, *Fly Emirates* com o seu milionário patrocínio ao clube Arsenal que iniciou em 2006 e até mesmo o estádio leva o nome da empresa.

A compra dos times Manchester City, Paris Saint-Germain e Newcastle United e os altos investimentos feitos, comprovam mais ainda como essas autocracias buscam prestígio internacional utilizando de um esporte que possui fortes características identitárias e nacionalista para determinadas sociedades. É uma política econômica que vai além de uma procura por outra alternativa de geração de lucros, sendo de forma clara uma necessidade de gerar poder internacional e atrair olhares positivos.

Sendo uma forte lente para entender as relações internacionais, as interações entre os Estados, como eles comportam-se entre si e como a busca por prestígio internacional é um caráter fundamental para esse sistema. O *soft power* consegue expressar de forma clara essas formas de propagação de política internacional, principalmente na atualidade.

Esse artigo buscou entender como essas potências árabes vem projetando-se no mundo do futebol e também no ambiente internacional. A forte internacionalização dos seus capitais indo além apenas do petróleo e conquistando a esfera do esporte, gerando até mesmo planos de ações que elevam a indústria esportiva como um meio de rentabilidade para os seus territórios, assim acontece com a "Visão 2030" da Arábia Saudita.

A pergunta da pesquisa foi - "Quais mecanismos explicam a atuação de certos países do Oriente Médio no futebol europeu como forma de criar uma imagem positiva no ambiente internacional?" teve a sua hipótese respondida dentro do capítulo dois - onde foi possível compreender a projeção de poder dessas autocracias por meio do futebol e a internacionalização do capital por meio do mesmo, assim apresentando tabelas com valores de investimentos. E também está presente no capítulo três, que busca explicar o *sportwashing*

como uma ferramenta de análise e ainda apresentar um estudo de caso de cada compra de time europeu.

É comum nos estudos das Relações Internacionais serem voltados em sua grande maioria a guerras, conflitos e projeção de paz. Esse trabalho buscou entender as RI's de outra forma, com uma lente que não é tão presente na academia. Assim, é possível compreender que as Relações Internacionais podem ser enxergadas de diversas formas. Esporte e RI ainda é um caminho muito novo de estudo, e principalmente um tema tão específico como o do presente artigo. Os estudos de Esporte dentro das Relações Internacionais têm muito a acrescentar e muito a crescer, principalmente o entendimento do mesmo como uma ferramenta política dos Estados.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO BRASIL-ARÁBE. **Arábia Saudita se destaca em investimento em esportes.** Disponível em: <https://anba.com.br/arabia-saudita-se-destaca-em-investimento-em-esportes/>. Acesso em: 1 de jun.2023.

ALMEIDA. Rodrigo Accioli; PEREIRA. André dos Santos Almeida. **Ousadia e alegria: sportswashing e soft power do Catar através do futebol.** Revista Do Departamento De Geografia, Universidade De São Paulo, V.42. 2022.

AMARA. Mahfoud. **Media perceptions of Arab investment in European football clubs: The case of Málaga and Paris Saint-Germain.** 2013. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/257235632\\_Media\\_perceptions\\_of\\_Arab\\_investment\\_in\\_European\\_football\\_clubs\\_The\\_case\\_of\\_Malaga\\_and\\_Paris\\_Saint-Germain](https://www.researchgate.net/publication/257235632_Media_perceptions_of_Arab_investment_in_European_football_clubs_The_case_of_Malaga_and_Paris_Saint-Germain).

Boykoff, J. & Mascarenhas, G. **The Olympics, sustainability, and greenwashing: The Rio 2016 summer games.** Capitalism Nature Socialism. 2016.

CARROLL, ST.. **Wrestling in Ancient Nubia.** Journal of Sport History, v.15, p.121-137. Disponível em : [www.jstor.org/stable/43609353](http://www.jstor.org/stable/43609353) .1998.

CASTILHO, César Teixeira; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. **Esporte, geopolítica e relações internacionais.** Fúlia/Ufmg, [S.L.], v. 5, n. 2, p. 240-257, 31 jan. 2021.

CHEN, Steve and DORAN, Karen. **Using Sports to “Build It Up” or “Wash It down”: How Sportswashing Give Sports a Bad Name.** Findings in Sport, Hospitality, Entertainment, and Event Management: Vol. 2, Article 3. 2022.

COBOS, Paulo. **Antes do Catar, PSG tinha menos dinheiro que Corinthians; hoje, bilionário, segue longe do Porto na Europa.** 2019. Disponível em: [https://www.espn.com.br/blogs/paulocobos/764306\\_antes-do-catar-psg-tinha-menos-dinheiro-que-corinthians-hoje-bilionario-segue-longo-do-porto-na-europa](https://www.espn.com.br/blogs/paulocobos/764306_antes-do-catar-psg-tinha-menos-dinheiro-que-corinthians-hoje-bilionario-segue-longo-do-porto-na-europa). Acesso em: 11 jun. 2023.

DIFATO, Luca. **The hidden politics of sport: The Chechen Mixed Martial Arts Experiment.** 2021. Disponível em: <https://difato246.wordpress.com/2021/06/28/the-hidden-politics-of-sport-the-chechen-mixed-martial-arts-experiment>. Acesso em: 9 jun. 2023.

DUTTON. Juck. **Ukraine war at year 1: Europe seeks secure energy ties with Middle East.** Al-Monitor. Disponível em:

<https://www.al-monitor.com/originals/2023/02/ukraine-war-year-1-europe-seeks-secure-energy-ties-middle-east#ixzz83uoEsQLL>. Acesso em: 1 de jun. 2023.

ELLIS, J. **Sportswashing and atrocity: The 1978 FIFA World Cup**. 2020. Disponível em: <https://yetagainuk.com/sportswashing-and-atrocity-the-1978-fifa-world-cup/>. Acesso em: 22 de mai. de 2023.

ESPN. **Catar teve mortes de 6,5 mil trabalhadores imigrantes desde que virou sede da Copa do Mundo**. Disponível em: [https://www.espn.com.br/futebol/artigo/\\_/id/8230125/catar-teve-morte-de-65-mil-trabalhadores-imigrantes-desde-que-virou-sede-da-copa-do-mundo-revela-jornal](https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/8230125/catar-teve-morte-de-65-mil-trabalhadores-imigrantes-desde-que-virou-sede-da-copa-do-mundo-revela-jornal). Acesso em: 22 de mai. de 2023.

ESPN. **Guardiola enterra sina, conquista 1ª Champions fora do Barcelona e garante nova Tríplice Coroa como técnico**. 2023. Disponível em: [https://www.espn.com.br/futebol/manchester-city/artigo/\\_/id/12171671/guardiola-enterra-sina-conquista-1-champions-fora-barcelona-garante-triplice-coroa](https://www.espn.com.br/futebol/manchester-city/artigo/_/id/12171671/guardiola-enterra-sina-conquista-1-champions-fora-barcelona-garante-triplice-coroa). Acesso em: 12 jun. 2023.

ESPN. **Há 7 anos, árabe comprou 100% do City por R\$ 1,22 bi. Agora vendeu 13% por R\$ 1,54 bi**. 2015. Disponível em: [http://www.espn.com.br/noticia/561475\\_ha-7-anos-arabe-comprou-100-do-city-por-r-122-bi-ago-ara-vendeu-13-por-r-154-bi](http://www.espn.com.br/noticia/561475_ha-7-anos-arabe-comprou-100-do-city-por-r-122-bi-ago-ara-vendeu-13-por-r-154-bi). Acesso em: 9 jun. 2023.

ESPN. **“Pacotão” do PSG com Messi e cia. custou “só” R\$ 368 milhões e quase 7 vezes menos do que trio que não embalou no Barcelona**. 2021. Disponível em: [https://www.espn.com.br/futebol/artigo/\\_/id/9052171/pacotao-do-psg-com-messi-e-cia-custou-so-r-368-milhoes-e-quase-7-vezes-menos-do-que-trio-que-nao-embalou-no-barcelona](https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/9052171/pacotao-do-psg-com-messi-e-cia-custou-so-r-368-milhoes-e-quase-7-vezes-menos-do-que-trio-que-nao-embalou-no-barcelona). Acesso em: 11 jun. 2023.

EXAME. **Fundo do Catar compra Paris Saint-Germain**. 2011. Disponível em: <https://exame.com/negocios/fundo-do-catar-compra-paris-saint-germain/>. Acesso em: 9 jun. 2023.

FALDON, Gustavo. **PSG 50 anos: com Neymar, títulos e estrelas, veja como dinheiro do Catar fez clube virar superpotência**. 2020. Disponível em: [https://www.espn.com.br/futebol/artigo/\\_/id/7278652/psg-50-anos-com-neymar-titulos-e-estrelas-veja-como-dinheiro-do-catar-fez-clube- virar-superpotencia](https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/7278652/psg-50-anos-com-neymar-titulos-e-estrelas-veja-como-dinheiro-do-catar-fez-clube- virar-superpotencia). Acesso em: 11 jun. 2023.

GARCÍA, Álvaro Peregrín. **El Uso del Deporte como Herramienta Política en Los Países Árabes**. 2022. 91 f. Grado en Relaciones Internacionales, Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 2022.b

GARCÍA, Ángel Camuñas. **Geopolítica del fútbol: historia, razones e impactos de la penetración árabe en el deporte occidental**. 2022. 47 f. Grado en Relaciones Internacionales, Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 2022.a

GLOBO ESPORTE. **Grupo chinês compra 13% de ações do Manchester City por R\$ 1,55 bilhão**. 2015. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/2015/12/grupo-chines-compra-uu400-milhoes-em-aco-es-do-manchester-city.html>. Acesso em: 9 de jun. de 2023.

GLOBO ESPORTE. **Newcastle é comprado por fundo de investimentos da Arábia Saudita por R\$ 2,2 bilhões**. 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/novo-rico-newcastle->



e-comprado-por-fundo-de-investimentos-da-arabia-saudita-por-r-22-bilhoes.ghtml. Acesso em: 12 jun. 2023.

GLOBO ESPORTE. **Newcastle empata com o Leicester e garante vaga na próxima Champions**. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/2023/05/22/newcastle-e-empata-com-o-leicester-e-garante-vaga-na-proxima-champions.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2023.

GRIX, Jonathan; LEE, Donna. **Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction**. *Global Society*, v. 27, n. 4, 2013.

HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. **A Invenção Das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOURANI, Albert. **Uma História dos Povos Árabes**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2006.

KLEIN, Natascha Ramos. **Papel do esporte no Mundo Árabe**. 2022. 91 f. Curso de Relações Internacionais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

MARTINS, André. **Fundo da Arábia Saudita compra clube inglês por R\$ 2,2 bilhões; entenda**. *Revista Exame*, [s. l.], 07 out. 2021. Disponível em: <https://exame.com/pop/fundo-da-arabia-saudita-compra-clube-ingles-por-r-22-bilhoes-entenda>. Acesso em: 05 de mai. de 2023.

MEIHY, M.; SOUZA, L. **O Esporte como Ferramenta Política e Diplomática: O Caso do Boicote Americano às Olimpíadas de Moscou (1980)**. *Fúlia*, v.2, n.3, p. 147-159. 2017.

MILZA, Pierre. **Sport et relations internationales**. *Relations Internationales*, n. 38, p. 155-174, 1984.

NYE, Joseph S. **The Future of Power**. New York City: **PublicAffairs**. 2011.

PAULINO, L. A. **Esportes, Megaeventos Esportivos e Relações Internacionais**. *Brazilian Journal of International Relations*, v. 4, n. 1, p. 21-37. 2015.

PIZARRO, Juliano Oliveira. **Fifa e o Soft Power do Futebol nas Relações Internacionais**. *Record*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 1-19, jul./dez. 2017.

PLAY THE GAME. **The Saudis in sport: Ambitions much larger than sportswashing**. Disponível em: <https://www.playthegame.org/news/the-saudis-in-sport-ambitions-much-larger-than-sportswashing/>.2022. Acesso em: 1 de jun. de 2023.

RYAN, Hannah. **Newcastle é o mais rico do mundo, mas torcedores temem que time perca a alma**. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/newcastle-e-o-mais-rico-do-mundo-mas-torcedores-temem-que-time-perca-a-alma/>. Acesso em: 12 jun. 2023.

SAID, Edward. **Orientalismo: O Oriente como Invenção do Ocidente** São Paulo: Companhia de Bolso, 1996.

SAPIO, Marcello. **“Sport washing” e corrupção moldam polêmicas em torno da realização da Copa no Catar**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/sport-washing-e-corrupcao-moldam-polemicas-em-torno-da-realizacao-da-copa-no-catar/>. Acesso em: 05 de mai. de 2023.

SCHATZ, Patricia Volk. **A Geopolítica Através Do Soft Power: Investimentos Árabes E Chineses No Futebol Mundial Do Século XXI**. Geosul, Florianópolis, v. 38, n. 86 – Dossiê de Geopolítica, p. 176-198, mai. 2023.

SILVA, Thalita Franciely Melo; CAVALCANTI, Renan Tenório. **O Esporte como Instrumento de Diplomacia no Cenário Internacional**. RICRI, João Pessoa, v.8, n.16, p.130-145. 2021.

SLATTERY, L. **Sportswashing is the grim game of our times**. The Irish Times. 30 de out. de 2018. Disponível em: <https://www.irishtimes.com/business/media-and-marketing/sportswashing-is-the-grim-game-of-our-times-1.3679671>. Acesso em: 22 de mai. de 2023.

SOYLAND, Håvard Stamnes. **Qatar's sports strategy: a case of sports diplomacy or sportswashing? 2020. 84 f. Dissertação (Mestrado)**. Curso de Estudos Internacionais, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2020.

SUPPO, Hugo. **Reflexões sobre o lugar do esporte nas relações internacionais**. Contexto Internacional. Rio de Janeiro, v. 34, n. 2, p. 397-433, 2012.

TRANSFERMARKT. **FC Paris Saint-Germain**. Disponível em: [https://www.transfermarkt.com.br/fc-paris-saint-germain/transfers/verein/583/plus/?saison\\_id=2022&pos=&detailpos=&w\\_s=](https://www.transfermarkt.com.br/fc-paris-saint-germain/transfers/verein/583/plus/?saison_id=2022&pos=&detailpos=&w_s=). Acesso em: 9 jun. 2023.

TRANSFERMARKT. **Manchester City FC**. Disponível em: [https://www.transfermarkt.com.br/manchester-city-fc/transfers/verein/281/plus/?saison\\_id=2022&pos=&detailpos=&w\\_s=](https://www.transfermarkt.com.br/manchester-city-fc/transfers/verein/281/plus/?saison_id=2022&pos=&detailpos=&w_s=). Acesso em: 9 jun. 2023.

TRANSFERMARKT. **Newcastle United**. Disponível em: [https://www.transfermarkt.com.br/newcastle-united/kader/verein/762/saison\\_id/2022](https://www.transfermarkt.com.br/newcastle-united/kader/verein/762/saison_id/2022). Acesso em: 12 jun. 2023

TRANSFERMARKT. **Os Jogadores Mais Valiosos**. Disponível em: <https://www.transfermarkt.com.br/spieler-statistik/wertvollstespieler/marktwertetop>. Acesso em: 9 jun. 2023.

TRIVELA. **Bolívar fecha acordo para ser o primeiro parceiro do City Football Group, dono do Manchester City**. Disponível em: <https://trivela.com.br/america-do-sul/bolivar-fecha-acordo-para-ser-o-primeiro-parceiro-do-city-football-group-dono-do-manchester-city/>. Acesso em: 05 de mai. de 2023.

TRIVELA. Ferran Soriano. **“O Bahia será o segundo maior clube do City Football Group”**. 2023. Disponível em: <https://trivela.com.br/brasil/ferran-soriano-o-bahia-sera-o-segundo-maior-clube-do-city-football-group/>. Acesso em: 05 de mai. de 2023.

VASCONCELLOS, Douglas Wanderley de. **Esporte, Poder e Relações Internacionais**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2011. 267 p. Disponível em: <http://www.funag.gov.br/biblioteca/dmdocuments/534>.

WATSON, J. **Amnesty international accuses Manchester City owners of 'sportswashing' their country's image**. The Independent. 2018.

## AGRADECIMENTOS

E então um dos momentos mais aguardados da graduação chegou, o trabalho de conclusão de curso. Pensar nesses últimos quatro anos é sempre muito difícil, não foram fáceis, cheios de altos e baixos que me fizeram ser cada vez mais forte. Mas não cheguei aqui sozinha, sou muito grata a todas as pessoas que estiveram e estão comigo até hoje. Principalmente a minha família: minha irmã (Verônica), minha tia (Sueli) e toda a minha rede familiar que sempre acreditaram em mim e nunca me fizeram desistir. Mas sou mais ainda grata às minhas duas estrelinhas guias, meus avós (Maria Native e Valdemir), que nunca mediram esforços para garantir as melhores coisas para mim e minha irmã, tudo isso aqui vai ser sempre por eles e para eles. O sonho de dona Native era presenciar esse momento tão importante e tenho certeza que onde estiver, estará fazendo isso com muita felicidade. E o que falar da minha irmã e minha tia? Sem o apoio delas talvez eu tivesse desistido de tudo, exerceram fortemente o papel que a minha avó deixou encarregado a elas. Grata por tudo que vocês fizeram e fazem por mim, por nunca me deixarem desistir e por serem sempre a minha base. No meio dessa caminhada eu conheci alguém muito especial, a mulher que escolhi para ser minha companheira, Alana é meu ponto de equilíbrio em todos os momentos, em cada surto da faculdade, em cada vitória, e durante todo o processo de escrita me escutou reclamar muito sobre eu não conseguir, mas sempre deixou claro que eu conseguiria e que não era um bicho de sete cabeças. Obrigada por todo o apoio e auxílio nesta pesquisa, meu amor! Não podia deixar de lado outras pessoas que me viram reclamar muito durante esse processo. A toda a minha rede de amizade que construí aqui em João Pessoa, que fazem essa dinâmica longe de casa e da família ser mais fácil (Vivian, Rebeca, Igor, Abdenego, Gabriel, Ana Paula, Fernanda) sou muito grata pela nossa amizade que vem lá do primeiro período da faculdade, vocês são carinho e afeto em todos os momentos. Para Vívian, Rebeca e Igor, muito grata por todos os conselhos acadêmicos e por toda a ajuda nesse processo de escrita do TCC, vocês foram fundamentais para que isso aqui acontecesse. Aos meus amigos que morro sempre de saudade, Mariana, Vanessa, Ariadne, João Vítor e Marcus, grata ao infinito apoio que vocês sempre me deram! Vocês são significado de irmandade e de laço forte há muito tempo. Agradeço infinitamente ao meu professor orientador Fábio Nobre, obrigado por abraçar essa ideia e não ter desistido de mim. Grata por toda a paciência e todos os ensinamentos fornecidos. Estudar futebol nas RIs não é fácil, principalmente por ser algo tão novo para a academia, e o senhor tem feito isso de forma incrível e espero que faça esses estudos crescerem cada vez mais dentro do curso e também dentro da UEPB, conte comigo sempre.