

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

JÚLIA RESENDE PERILLO



SPORTSWASHING E A REPUTAÇÃO SAUDITA:
A ESTRATÉGIA POR TRÁS DA CONTRATAÇÃO DE NEYMAR JR

SÃO PAULO
2024

JÚLIA RESENDE PERILLO

SPORTSWASHING E A REPUTAÇÃO SAUDITA:
A ESTRATÉGIA POR TRÁS DA CONTRATAÇÃO DE NEYMAR JR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Alberto de Farias

SÃO PAULO

2024

JÚLIA RESENDE PERILLO

SPORTSWASHING E A REPUTAÇÃO SAUDITA:
A ESTRATÉGIA POR TRÁS DA CONTRATAÇÃO DE NEYMAR JR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

São Paulo, 04 de dezembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

SÃO PAULO
2024

Ao Davi Claro, eterno amigo que se tornou estrela-d'alva no meu céu, dedico este trabalho, que simboliza o fim — será? — da minha mais linda história de amor: a ECA-USP.

AGRADECIMENTOS

Há seis anos, entrei neste lugar achando que sabia muito do mundo. E, apesar de a ECA ter me permitido voar para mais alto do que eu sonhava, saio sabendo menos ainda. Posso explicar apropriando-me de um conto de Galeano, meu autor favorito: ‘(...) depois de muito caminhar, o mar estava na frente de seus olhos. E foi tanta a imensidão do mar, e tanto seu fulgor, que o menino ficou mudo de beleza. E quando finalmente conseguiu falar, tremendo, gaguejando, pediu ao pai: - Me ajuda a olhar!’

Na sala de aula, já na primeira semana, ganhei meu inseparável grupo de amigos, que transborda lealdade. Obrigada, Ludmilla, pelo laço inabalável. Isabela, por seu coração gigante. Mariana, por ser insubstituível. Giovani, pela cumplicidade. Obrigada a todos que tornaram unânime a turma de Relações Públicas de 2019. É impossível não amar cada um. Agradeço também ao Professor Luiz Alberto, pela parceria genuína, que foi muito além das disciplinas ministradas.

Pela ECAtlética e Seu Juca, eu me realizei. Passei por todos os espectros possíveis de emoção, virei incontáveis noites, trabalhei duro e amei verdadeiramente. Sim, vivência é permanência. Obrigada, Misquey, Mariana, Agmar e Sarti, por terem se tornado minha família de sangue roxo e amarelo. Angélica, Raquel, Alfred, Blenda, Junior, Larissa, Anna Clara, Henrique, Zero, Isadora, Aline, Luana e Ana Gabriela, eu não poderia pedir por melhores memórias do que as que tenho com vocês. Obrigada, ECA-USP por nos fazer amigos. Obrigada, amigos, por nos fazer ECA-USP.

Fora da universidade, havia aqueles que me permitiram vivê-la. Roberta, minha mãe, que é um ser humano irretocável. Fred, por ser pai e parceiro na mesma medida. Eduardo, meu padrasto, por ter escolhido cuidar de mim. José, meu irmão, que me inspira a ser melhor com sua doçura. Maria Clara, o significado mais puro de irmandade. Marcélia, Maria Lúcia, Beto, Marco Aurélio, Lenir e Ivan, meus avós, que me dão colo e coragem. Nicole, pela amizade que sempre sonhei ter. Enfim, gostaria genuinamente que coubessem aqui cada um dos Resende, Ferreira, Castro e Perillo que me dão a honra de ter as famílias mais extraordinárias de Lagoa da Prata e do mundo.

“À medida que o esporte se fez indústria,
foi desterrando a beleza que nasce da alegria
de jogar simplesmente porque sim.”

Eduardo Galeano

RESUMO

PERILLO, Júlia Resende. **Sportswashing e a Reputação Saudita**: A Estratégia Por Trás da Contratação de Neymar Jr. 2024. 54 f. Dissertação (Bacharelado em Relações Públicas). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

Este trabalho analisa a estratégia de reposicionamento internacional da Arábia Saudita, com foco no possível uso do futebol como ferramenta de *sportswashing* e sua relação com a construção de reputação no cenário global. A Visão 2030, proposta por Mohammed bin Salman, busca diversificar a economia saudita e melhorar sua imagem internacional. A contratação de Neymar Jr. pelo clube Al Hilal ilustra esse movimento, ao utilizar o futebol como canal para promover a nova identidade do país. A metodologia adotada é a análise qualitativa desse estudo de caso, com base em reportagens de veículos sauditas e brasileiros, com o objetivo de comparar as narrativas midiáticas sobre a contratação do jogador. A imprensa saudita destaca o atleta como símbolo de progresso e modernização, enquanto a imprensa brasileira questiona o movimento, enfatizando aspectos culturais e financeiros. A análise revela como as narrativas moldam a percepção da Arábia Saudita e contribuem para a reconstrução de sua reputação. O estudo conclui que, apesar das críticas sobre *sportswashing*, o país tem alcançado êxito em termos de visibilidade e projeção, utilizando o futebol e as Relações Públicas como ferramentas estratégicas para esse processo.

Palavras-chave: *Sportswashing*; Arábia Saudita; Futebol; Visão 2030; Neymar Jr.

ABSTRACT

PERILLO, Júlia Resende. **Sportswashing and Saudi Reputation: The Strategy Behind the Signing of Neymar Jr.** 2024. 54 pages. Dissertation (bachelor's in public relations). School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2024.

This work analyzes the international repositioning strategy of Saudi Arabia, focusing on the possible use of football as a tool for *sportswashing* and its relationship with reputation building on the global stage. Vision 2030, proposed by Mohammed bin Salman, aims to diversify the Saudi economy and improve its international image. The signing of Neymar Jr. by Al Hilal Football Club illustrates this movement, using football as a channel to promote the country's new identity. The methodology adopted is a qualitative analysis of this case study, based on reports from Saudi and Brazilian media outlets, with the aim of comparing the media narratives surrounding the player's signing. The Saudi press highlights the athlete as a symbol of progress and modernization, while the Brazilian press questions the move, emphasizing cultural and financial aspects. The analysis reveals how these narratives shape the perception of Saudi Arabia and contribute to the reconstruction of its reputation. The study concludes that, despite the criticisms regarding *sportswashing*, the country has been successful in terms of visibility and projection, using football and Public Relations as strategic tools in this process.

Keywords: *Sportswashing*; Saudi Arabia; Soccer; Vision 2030; Neymar Jr.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Charge de Carmelo Arturo Nastasi.....	17
Figura 02 - Imagem extraída da página 26 do documento Vision 2030.....	29
Figura 03 - Capa da revista Time.....	35
Figura 04 - Neymar e Fahad bin Nafel, presidente do Al Hilal.....	39
Figura 05 - Assentos do estádio do Al-Hilal formam o rosto de Neymar.....	44

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. RECONHECIMENTO DE CAMPO: REVISÃO LITERÁRIA.....	13
2.1. A evolução dos -washing.....	13
2.2 O que é sportswashing?.....	16
Figura 01 - Charge de Carmelo Arturo Nastasi.....	17
2.3 Impacto político do futebol.....	20
3. ESCALAÇÃO: CONCEITOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS.....	22
3.1 Imagem, Identidade e Reputação.....	22
4. PRIMEIRO TEMPO: ARÁBIA SAUDITA E VISÃO 2030.....	23
4.1 O cenário atual da Arábia Saudita.....	23
4.2 Visão 2030: Estratégia de modernização.....	26
4.2.1 Objetivos da Visão 2030 no âmbito esportivo.....	28
5. ESQUEMA TÁTICO: METODOLOGIA.....	31
6. SEGUNDO TEMPO: ESTUDO DE CASO.....	34
6.1 O “Neymarismo” Cultural.....	34
Figura 03 - Capa da revista Time.....	35
6.2 Al-Hilal, o clube dos príncipes.....	36
6.3 Imprensa saudita vs. Imprensa Brasileira.....	37
6.3.1 Recepção Saudita: Hospitalidade e Poder.....	38
Figura 04: Neymar e Fahad bin Nafel, presidente do Al Hilal.....	39
6.3.2 Efeito Neymar: Influência e Controvérsias.....	43
Figura 05: Assentos do estádio do Al-Hilal formam o rosto de Neymar.....	44
6.3.3 Visão 2030 e Sportswashing: Narrativas Divergentes.....	46
7. APITO FINAL: CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a Arábia Saudita tem buscado reposicionar-se no cenário internacional, por meio de ações estratégicas para alterar a percepção global sobre o país. A Visão 2030, proposta pelo príncipe herdeiro Mohammed bin Salman, tem sido o principal pilar dessa transformação, com metas de diversificação econômica, redução da dependência do petróleo e maior interação global.

Dentro desse contexto, o esporte, especialmente o futebol, se tornou uma ferramenta para atingir esse objetivo, funcionando como um canal para promover a nova identidade nacional. Contudo, essa estratégia é frequentemente associada ao conceito de *sportswashing* – uma prática na qual governos utilizam o esporte para melhorar sua imagem internacional enquanto minimiza críticas a questões internas, como repressão política e violações de direitos humanos.

A contratação de estrelas do futebol, como Neymar Jr., ilustra claramente esse movimento. Neymar, uma das maiores personalidades do esporte, não é apenas um jogador, mas uma figura influente capaz de projetar o projeto saudita globalmente, atraindo atenção para a liga local. Com isso, a Arábia Saudita busca associar-se a valores de hospitalidade e progresso por meio de seus embaixadores esportivos.

O tema é relevante, pois, apesar de ainda pouco explorado, reflete uma área de pesquisa atual e polêmica, com grande potencial para novos estudos sobre os efeitos dessa estratégia a longo prazo, as barreiras éticas envolvidas e a eficácia do *sportswashing* na transformação da imagem de um regime autoritário.

A metodologia adotada é a análise qualitativa de conteúdo, com base em reportagens publicadas em veículos relevantes tanto na Arábia Saudita quanto no Brasil. O objetivo é entender as narrativas predominantes nos dois países, identificando discursos que reforçam ou enfraquecem a reputação saudita.

A revisão literária aborda o conceito de *sportswashing*, o impacto político do futebol, e visita os conceitos de reputação, imagem e identidade, fundamentais para o campo das Relações Públicas. Em seguida, apresenta-se o contexto atual da Arábia Saudita, com ênfase na Visão 2030 e sua relação com o esporte como ferramenta de abertura internacional e modernização.

Por fim, a análise segue com a apresentação de Neymar e do clube Al Hilal,

destacando a importância dessa contratação dentro da estratégia saudita. A análise comparativa da cobertura midiática nos dois países nos leva às considerações finais sobre o impacto das narrativas de imprensa na reconstrução da reputação da Arábia Saudita e os resultados observados até o momento.

2. RECONHECIMENTO DE CAMPO: REVISÃO LITERÁRIA

2.1. A evolução dos *-washing*

O antigo aforismo já dizia: “nem tudo que reluz é ouro”. Por trás de fachadas reluzentes, pode haver um conjunto de estratégias que visam refletir apenas partes de uma realidade ou ocultar parte dela. As aplicações para essa analogia são inúmeras; porém, aqui será o ponto de partida para contextualizar sobre o *modus operandi* dos “*washing*”. Esse termo tem base etimológica na palavra *wæscan*, do inglês antigo, que significa “lavar a sujeira com água”. Contudo, antes de acrescentar o prefixo esportivo que guia esse trabalho, vamos resgatar o histórico da expressão para entender os mecanismos por trás desses sistemas, comparados com máquinas de lavar.

Um dos mais antigos conceitos de lavagem é o *brainwashing* – ou lavagem cerebral – criado em 1950 pelo jornalista norte-americano Edward Hunter para explicar a transformação ideológica dos soldados americanos feitos de reféns na Guerra da Coreia. O termo faz referência à expressão mandarim “*hsi-nao*”, uma limpeza da mente ou do coração através da meditação (Carolina Canossa, 2016). Assim como no sentido de origem da palavra, que nomeava os métodos de converter opositores em apoiadores, o senso comum está habituado a aplicá-la em situações nas quais comportamentos foram alterados sem uma sustentação lógica-racional (Ferreira et al., 2023).

Apesar de não ser formalmente declarada como analogia direta à lavagem cerebral, uma nova denominação de essência semelhante surge, iniciando um movimento de palavras sufixadas por “*washing*”. O termo “*greenwashing*”, que, em uma tradução livre, aproxima-se de “dar um banho verde”, é creditado ao ambientalista estadunidense Jay Westerveld, que, em 1986, publicou um artigo ironizando um *resort* que pedia para os clientes reutilizarem toalhas em nome da proteção ambiental dos oceanos e recifes de coral. O autor considerou que a ação não passava de um argumento equivocado e uma proposta isolada, enquanto o local continuava expandindo o número de bangalôs naquele pedaço do litoral (Watson, 2016).

O uso popular do termo *greenwash* abrange uma série de comunicações que induzem as pessoas a adotarem crenças excessivamente positivas sobre o desempenho, práticas ou produtos ambientais de uma organização. O site stopgreenwash.org, hospedado pelo Greenpeace, começa assim: “Todos os

dias, os americanos são bombardeados com publicidade sobre bens e serviços ecológicos. Mas quantos são realmente verdes e quantos estão apenas fingindo?” (Lyon; Montgomery, 2015, p. 225, tradução da autora¹).

Nota-se que o termo *greenwashing* já surge dentro do contexto organizacional, no que diz respeito à propagação de mensagens ecológicas a partir de um plano de ações ou de uma cadeia de valor que não incorpora medidas sustentáveis em sua totalidade. Isso resulta em uma desconexão entre o discurso e a prática. Em uma revisão literária sistemática em busca dos principais conceitos dessa prática, Freitas Netto et al. (2020) observaram que os casos em que o fenômeno é discutido têm a divulgação seletiva como um comportamento em comum. Em outras palavras, envolve mutuamente omitir informações negativas e destacar informações positivas sobre o desempenho ambiental.

Um exemplo contundente é a acusação direcionada à Federação Internacional de Futebol (FIFA), sediada em Zurique, na Suíça. A Swiss Fairness Commission, órgão regulador de publicidade do país, concluiu que a FIFA fez declarações enganosas ao comunicar que a Copa do Mundo de 2022 seria um evento completamente neutro em carbono. Na sua decisão, a comissão declarou que não havia evidências confiáveis sobre as medidas de compensação (Revil, 2023). Esse caso pode ser enquadrado no tópico de “menções sem provas” da lista de sete “pecados” do *greenwashing* – parâmetros listados em 2007 pela agência canadense de marketing ambiental TerraChoice².

Sob o guarda-chuva das práticas corporativas controversas, outros conceitos nasceram. Apesar de diferir na temática, cada uma das nomenclaturas possui o mesmo sentido aplicado: “uma tentativa de encobrir, maquiar ou desviar a atenção de algo negativo, apresentando-se ou associando-se a algo positivo” (Grix, Dinsmore,

¹ Texto original: “Popular usage of the term greenwash encompasses a range of communications that mislead people into adopting overly positive beliefs about an organization’s environmental performance, practices, or products. The website stopgreenwash.org, hosted by Greenpeace, begins with this: “Every day, Americans are bombarded with advertising about environmentally friendly goods and services. But how many really are green, and how many are just pretending?””

² O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) produziu um relatório intitulado “Mentira Verde”. Nele, os sete pecados do Greenwashing, definidos pela TerraChoice, são traduzidos como: sem provas, troca oculta, vagueza e imprecisão, irrelevância, menor dos males, lorota e adorando falsos rótulos. Disponível em: <https://idec.org.br/greenwashing>. Acesso em: 05 ago. 2024.

Brannagan, 2023, tradução da autora).³ Geralmente, assim como o exemplo que se aproveita da pauta de preservação do meio ambiente, os “-washing” estão associados a alguma causa ou movimento social. Um fator de peso para o crescimento dessas práticas é a tendência dos consumidores em considerar os compromissos de uma organização com o bem social ao tomar decisões de compra, destacando-a em relação a outras com proposta de valor semelhante (Champlin; Li, 2020).

Em adição à cronologia, apresenta-se o *pinkwashing*. A expressão, que ganhou notoriedade nos últimos anos, define a prática de um falso apoio à comunidade LGBTQIAP+, visando ampliar a visibilidade e lucratividade de uma empresa perante esse público (Gois, 2020). “Não obstante, a pauta LGBTQI pode estar servindo de ‘escudo’ para empresas que publicitam uma postura, mas praticam seu inverso, é o que tem sido difundido como *pinkwashing*”, conforme (Gois, 2020, *apud* Grace, 2015). Ressalta-se que a primeira menção ao termo é datada de 1985 – em um contexto ligeiramente diferente do que é utilizado atualmente – quando a Breast Cancer Action adotou a palavra para criticar a venda de produtos com o símbolo da luta contra o câncer de mama por instituições que usavam matéria-prima cancerígena.

Apesar desses primeiros registros de *pinkwashing* associarem-se a outro movimento, o significado mais consistente da palavra ganhou forma há pouco mais de dez anos. Em artigo publicado pelo The New York Times⁴, em 2011, a historiadora Sarah Schulman relatou uma suposta estratégia de aproximação do governo de Israel com a comunidade gay para encobrir seu histórico de violação dos direitos humanos contra os palestinos. O relato retoma a campanha “Brand Israel”, de 2005, que visava reposicionar a imagem global do país como “relevante e moderno”, inclusive transformar a capital em um destino de férias para casais homoafetivos do sexo masculino, mesmo com um expressivo número de políticos conservadores com condutas abertamente homofóbicas. Dessa forma, Schulman nomeou as táticas deliberadas de Relações Públicas em torno da comunidade gay como *pinkwashing*.

³ Texto original: In general, ‘washing’ in these examples tends to relate to an attempt to either cover up, gloss over or divert attention away from something negative by introducing or associating oneself with something positive.

⁴ Confira o artigo completo na íntegra:

<https://www.nytimes.com/2011/11/23/opinion/pinkwashing-and-israels-use-of-gays-as-a-messaging-tool.html>.

Do mesmo modo, outras terminologias nasceram para definir o método de encobrir uma organização ou uma nação com uma “maquiagem” de causa. Alguns exemplos populares são o *blackwashing*, quando se promove apoio à diversidade racial em um contexto composto por pessoas majoritariamente brancas; e o *bluwashing*, em alusão à cor principal da Organização das Nações Unidas (ONU), que critica o falso compromisso de empresas com os propósitos internacionais de cuidados socioambientais (Instituto Legado, 2022).

2.2 O que é *sportswashing*?

Finalmente, apresenta-se mais um termo dentro dessa longa lista: o “*sportswashing*”, que se junta ao movimento como o ato de patrocinar um indivíduo, modalidade, equipe ou evento esportivo para desviar a atenção de más práticas, especialmente de direitos humanos. Frequentemente utilizado por empresas e governos, estes últimos serão o foco deste vigente projeto, pois visam “limpar” a sua imagem através da apropriação da paixão pelo esporte (GREENPEACE, 2023).

Sportswashing é a junção das palavras em inglês: esporte e lavagem. O termo, criado por organizações de direitos humanos, refere-se à prática de usar o esporte para limpar uma reputação, seja de uma pessoa ou até de um país mal visto pela sociedade. Portanto, é fazer uso do esporte para esconder ações que pessoas imponentes, como dirigentes, presidentes ou qualquer um que vise a se beneficiar com a manobra, não queiram que o resto do mundo destine atenção, criando uma falsa imagem positiva, exercendo o *soft power*.⁵ (Fernandes, 2022)

Tendo em vista que o primeiro uso oficial do termo “*greenwashing*” data de 1986, a designação “*sportswashing*” é um ponto recente da cronologia das “lavagens”, já que os estudiosos conferem sua origem somente em 2015 (Carlton, 2023). Neste ano, ativistas do movimento Sports for Rights enviaram um *press release* para a imprensa europeia alegando uma suposta tentativa do Azerbaijão em desviar a atenção do seu histórico de violação dos direitos humanos através dos Jogos Europeus. O documento⁶ mencionava que Ilham Aliyev, que ocupa a posição de chefe de Estado do Azerbaijão

⁵ Soft Power: segundo Joseph Nye Jr., é quando o Estado promove valores culturais e políticos para exercer sua influência, sem a necessidade de impor a força militar. Artigo completo aqui <https://www.consultingclub.com.br/post/sportswashing-o-que-se-passa-por-tr%C3%A1s-da-venda-de-grand-es-clubes>.

⁶ O documento oficial pode ser acessado no site <https://static.poder360.com.br/2021/10/Sport-for-rights-Eurpean-Games-2015-Release.pdf>.

desde 2003, pretendia se afirmar como progressista diante das outras nações, enquanto o país reprimia brutalmente jornalistas e ativistas sob um regime de corrupção e impunidade. Na argumentação, essa prática foi descrita como *sportswashing*.

Figura 01 - Charge de Carmelo Arturo Nastasi



Fonte: Australian Human Rights Institute (2022)

O termo cresceu exponencialmente ao longo dos meses que antecederam a Copa do Mundo de 2022, no Catar, com inúmeras controvérsias que envolviam o maior campeonato de futebol do planeta. Conforme David Carlton (2023), no livro *“The History of Sportswashing: Using Sport To Clean Up A Tainted Reputation”*, o evento foi marcado por um alto investimento em novas infraestruturas, o que resultou na morte de milhares de migrantes, além de acusações de suborno, questões de direitos humanos, abusos dos direitos trabalhistas e investigações inadequadas, dentre outras polêmicas.

Ainda que envolta em acusações de práticas ilícitas, a Copa de 2022 conquistou o maior número de espectadores de qualquer final masculina da história do futebol. O evento também contou com marcos históricos, como a introdução de árbitras femininas pela primeira vez, sendo amplamente elogiado pela imprensa e pelos espectadores. O autor conclui que, neste contexto, “as táticas de *sportswashing* foram bem-sucedidas em moldar uma nova narrativa entre as sociedades e absolver aqueles que deveriam ser responsabilizados”.

Apesar de ser um termo relativamente recente, a essência da “lavagem esportiva” e das práticas associadas a ela têm raízes profundas na história da humanidade, especialmente em torno dos maiores campeonatos esportivos. Um dos mais emblemáticos na órbita do *sportswashing* foram os Jogos Olímpicos de Verão de 1936, em Berlim. O regime nazista aproveitou-se dos Jogos para promover a imagem de uma Alemanha forte e revitalizada, superando a derrota na Primeira Guerra Mundial e as consequentes sanções econômicas.

A inovação tecnológica da época, com a introdução da cobertura televisiva ao vivo, foi utilizada para reforçar essa imagem. Muitos jornalistas estrangeiros que cobriram os Jogos ressaltaram pontos como a organização e alegria da Alemanha, contrastando com a imagem negativa que circulava na imprensa da época, demonstrando uma manipulação eficaz da imagem pública por parte do regime nazista (Filomena, 2023).

Ainda na cronologia de Carlton (2023), outro exemplo significativo é a forma como a Copa do Mundo de Futebol foi um evento estratégico para os ditadores militares da América do Sul durante o século XX. No Brasil, por exemplo, a Copa de 1970 foi manipulada para apresentar uma imagem de estabilidade e progresso. O regime militar viu no futebol uma oportunidade de projetar uma imagem positiva para o mundo, enquanto a repressão e a violação dos direitos humanos no país continuavam sem a devida atenção internacional.

De maneira semelhante, o ditador argentino Jorge Rafael Videla compreendeu o valor simbólico e a capacidade de influência do evento. A Copa do Mundo de 1978, na Argentina, foi uma chance para o regime se apresentar como uma nação moderna e unida, enquanto a brutalidade do regime permanecia oculta. Em Buenos Aires, a menos

de um quilômetro do estádio onde acontecia a abertura da Copa, a Junta Argentina praticava tortura e assassinava milhares de civis, incluindo mulheres grávidas e seus bebês, por vezes lançados de aviões militares no Rio da Prata (Carlton, 2023).

Esses casos ilustram que, mesmo que o conceito formal de *sportswashing* seja relativamente novo, a prática de usar competições esportivas para promover uma imagem positiva ou distrair o público de questões controversas é uma tática antiga e comum ao longo do tempo para apoiar agendas políticas e ideológicas. O fenômeno, no entanto, não se resume apenas à realização de megaeventos. Ele se revela em várias formas, evidenciando uma evolução nas estratégias de influenciar a opinião pública.

Além disso, existe a prática de patrocínio e aquisição de clubes esportivos por investidores ligados a regimes autocráticos, como no caso do Manchester City e do Paris Saint-Germain, financiados por Abu Dhabi e Qatar, respectivamente. Desta forma, cria-se um vínculo emocional com os torcedores, suavizando a percepção daquele público em relação aos países de origem dos investidores, além de servir como uma poderosa ferramenta de *nation branding*⁷.

Nos últimos anos, um fenômeno em ascensão, que será o objeto de estudo deste trabalho, são as contratações multimilionárias de jogadores da elite do futebol mundial para atuar na Liga Saudita. A chegada de jogadores renomados, como o brasileiro Neymar Jr., por exemplo, é considerada parte de uma campanha de diversificação econômica e reposicionamento da imagem da Arábia Saudita no cenário global. A estratégia se apropria da influência dessas personalidades para despontar como potência esportiva e rerepresentar-se a outras nações através do futebol.

No entanto, essa estratégia é frequentemente apontada como ferramenta para desviar de críticas internacionais sobre as condições políticas internas, ou seja, uma prática de *sportswashing*. Por isso, os próximos capítulos visam apresentar o atual momento da Arábia Saudita, seu novo plano econômico e, posteriormente, como isso se relaciona com esse novo cenário esportivo do país, que está ganhando notoriedade pelos significativos valores investidos.

⁷ O termo *nation branding* refere-se a formas e instrumentos de comunicação estratégica utilizados pelos Estados para construir, gerir e melhorar sua imagem por meio de técnicas de *branding* e marketing. Cf. SILVA, Cristiana Isabel Oliveira da. *Nation branding como instrumento de soft power – o caso da Alemanha*. Dissertação de Mestrado. Universidade Nova de Lisboa, 2014.

2.3 Impacto político do futebol

Ao falar sobre futebol, precisamos pensar não somente no seu valor enquanto esporte, mas também em sua influência no imaginário social. Ele transcende a definição de jogo, erguendo-se como uma força política poderosa, capaz de moldar identidades nacionais, alimentar paixões coletivas e influenciar decisões políticas em escala global. Em torneios globais, como observado anteriormente, a política é muitas vezes colocada de lado em favor da celebração da diversidade e da camaradagem entre nações.

O futebol também serve como uma ferramenta de propaganda e manipulação. Regimes autoritários, por exemplo, frequentemente utilizam o esporte como uma cortina de fumaça para ocultar violações de direitos humanos ou promover agendas nacionalistas. Além disso, a paixão pelo futebol pode se tornar uma válvula de escape para tensões políticas internas, como evidenciado por confrontos entre torcidas organizadas, que refletem divisões sociais mais amplas. Em suma, o poder político do futebol é multifacetado, refletindo tanto os aspectos positivos quanto os negativos da natureza humana e da sociedade.

Eduardo Galeano (1995), em sua obra "Futebol ao Sol e à Sombra", captura a essência desse fenômeno. Ele revela a intrínseca ligação entre o futebol e a política, mostrando como esse esporte vai além de mera competição, tornando-se uma poderosa ferramenta de expressão cultural e política. Galeano destaca como jogadores latino-americanos se tornaram ícones culturais e políticos em suas nações, servindo muitas vezes como símbolos de resistência e afirmação de identidade, especialmente para grupos marginalizados.

Na América Latina, o futebol ultrapassa os limites do campo, permeando a política, a cultura e a identidade de cada país. Galeano descreve os estádios como verdadeiros templos onde as massas expressam suas esperanças e frustrações, clamando por justiça social. Figuras como Pelé, no Brasil, e Maradona, na Argentina, transcendem suas habilidades esportivas e inspiram gerações, tornando-se ícones de resistência e orgulho nacional.

Em regiões assoladas por conflitos e instabilidade política, o futebol emerge como um raio de esperança em meio à adversidade. No Oriente Médio, por exemplo, o

futebol pode unir comunidades, transcendendo barreiras étnicas, religiosas e políticas. Ao analisar o legado político do futebol, Galeano nos mostra que este esporte não é apenas um jogo, mas também um agente de mudança nas dinâmicas sociais e políticas.

Na Europa, o futebol também desempenha um papel crucial, refletindo rivalidades históricas e tensões geopolíticas. Conflitos entre clubes, como o Real Madrid e o Barcelona na Espanha, ou entre seleções nacionais como a Alemanha e a Inglaterra, simbolizam divisões históricas e culturais, enquanto competições internacionais, como a UEFA Champions League e a Copa do Mundo, servem de palco para a busca de supremacia e influência global.

Contudo, não podemos ignorar o lado sombrio desse poder. Em muitos casos, regimes autoritários e líderes corruptos exploram o esporte para promover agendas nefastas, usando clubes e seleções nacionais como instrumentos de propaganda, desviando a atenção de questões urgentes de direitos humanos e governança. Galeano analisa, inclusive, como o futebol é instrumentalizado por regimes autoritários como ferramenta de controle social, destacando casos em que governos transformaram seleções nacionais em extensões de sua imagem política para desviar o foco de problemas internos.

Em síntese, o poder político do futebol permeia o tecido da sociedade global, moldando identidades, alimentando paixões e refletindo as complexidades do mundo contemporâneo. Como Galeano relembra, o futebol não é apenas um jogo – é um espelho das esperanças, dos medos e dos sonhos de bilhões de pessoas. As memórias e narrativas geradas pelo futebol integram o tecido social e cultural de uma nação, fortalecendo laços comunitários e moldando identidades. É uma jornada emocional que transcende fronteiras geográficas, unindo indivíduos em uma experiência compartilhada.

3. ESCALAÇÃO: CONCEITOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

3.1 Imagem, Identidade e Reputação

A contextualização dos conceitos de imagem, identidade e reputação é imprescindível – dentro do cenário das Relações Públicas – para entender como a Arábia Saudita busca reposicionar-se no cenário global através de um conjunto de estratégias. Algumas delas estão ancoradas nos eventos esportivos e na fomentação da sua liga principal de futebol, o esporte mais popular do mundo, onde se insere o caso da contratação de Neymar Jr. Esses três conceitos oferecem uma base analítica para entender como o país molda sua narrativa e tenta influenciar a opinião pública global, enquanto enfrenta desafios relacionados a preconceitos culturais, violações de direitos humanos e disputas geopolíticas.

Conforme Luiz Alberto de Farias e Sergio Jose Andreucci Junior (2018), no artigo *Rituais Anticrises: como as organizações se preparam para situações adversas de imagem*, “a imagem é uma percepção cognitiva da organização, ou seja, um conjunto de significados por meio dos quais a organização é conhecida, descrita, lembrada e relatada”. Russell Abratt (1989 *apud* Farias; Junior, 2018) complementa que a identidade organizacional é a base para a construção da imagem e da reputação, afirmando que “uma organização não pode alterar diretamente sua imagem, mas pode alterar a sua identidade”. No caso da Arábia Saudita, a grandiosidade de suas movimentações no mercado do futebol – ao atrair nomes de peso para sua liga – é apresentada como um elemento estratégico dessa identidade, projetando a imagem de um país em modernização e abertura internacional.

Essa estratégia, entretanto, não atua de forma isolada. Ao lado de outras iniciativas, como será apresentado na análise da Visão 2030, ela reflete um esforço coordenado para consolidar no imaginário global a ideia de uma nação em transformação. Atualmente associada a princípios religiosos e à economia baseada no petróleo, a identidade saudita busca reposicionar-se por meio de um discurso que valoriza a cultura, hospitalidade e ambições econômicas, desafiando o *status quo* de uma monarquia conservadora.

Em contraste com a imagem, que corresponde a uma percepção mais imediata,

a reputação é o resultado final de como esses esforços são percebidos pelos públicos. Trata-se de uma avaliação subjetiva e afetiva, que pode se apresentar de forma estável e duradoura, dependendo das experiências e estímulos recebidos (FARIAS; JUNIOR, 2018). Nesse sentido, a reputação vai além do reconhecimento cognitivo e depende de uma confiança emocional que a organização ou, nesse caso, a nação, consegue estabelecer.

Este projeto, portanto, dentro de suas delimitações, analisa se as estratégias comunicacionais da Arábia Saudita no futebol têm contribuído para uma reputação favorável como uma nação progressista, ou se reforçam percepções negativas associadas ao conceito de *sportswashing*. Ao investigar essa relação, busca-se entender até que ponto o futebol – enquanto ferramenta de mobilização social – pode consolidar ou desgastar a reputação saudita no cenário internacional.

4. PRIMEIRO TEMPO: ARÁBIA SAUDITA E VISÃO 2030

4.1 O cenário atual da Arábia Saudita

A Arábia Saudita é um país localizado na Península Arábica, conhecido por sua riqueza em recursos naturais, especialmente o petróleo, e sua influência no mundo islâmico. Como líder religioso proeminente na vertente sunita do islamismo, o país desempenha um papel significativo na geopolítica global. A partir da década de 1930, com a descoberta de petróleo, a economia saudita foi transformada, fortalecendo a monarquia e tornando o país um dos maiores produtores e exportadores globais.

Em termos de governo, a Arábia Saudita é uma monarquia absoluta islâmica, com o Rei servindo como chefe de Estado e chefe de governo. Desde 1932, a Casa de Saud governa o país, concentrando o poder nas mãos do monarca e de sua família. As leis são baseadas na interpretação rigorosa da lei islâmica, a Sharia, com o sistema político altamente centralizado em torno do Rei.

Embora o rei Salman bin Abdulaziz seja oficialmente o monarca, o príncipe herdeiro Mohammed bin Salman (MBS) é quem, de fato, exerce o poder no país. Nomeado primeiro-ministro em 2022, cargo historicamente ocupado pelo rei, MBS tem sua carreira política marcada por polêmicas. Ele promoveu reformas que alteraram

aspectos históricos da sociedade saudita, como a permissão para que mulheres dirigissem e a abertura ao turismo. Entretanto, enfrenta críticas severas por violações de direitos humanos, sendo diretamente implicado no assassinato do jornalista Jamal Khashoggi, opositor ao regime, no consulado saudita em Istambul, em 2018, o que gerou repercussão negativa internacional (Veja, 2023).

Em termos de direitos humanos, a Arábia Saudita continua sendo alvo de críticas internacionais pela repressão sistemática contra dissidentes e ativistas. Um dos exemplos mais marcantes foi a prisão de Loujain al-Hathloul, ativista pelos direitos das mulheres, em 2018. Loujain defendia o fim do sistema de tutela masculina, mas, apesar de sua contribuição para avanços da liberdade feminina no país, foi detida, torturada e mantida presa por quase três anos. Esse episódio expõe a disparidade entre as reformas sociais promovidas por MBS e a realidade de repressão política. Além disso, práticas severas, como execuções e punições corporais, refletem a inflexibilidade do regime em lidar com críticas e demandas por mais liberdade, mantendo o país sob vigilância rígida e controle social profundo.

Externamente, a Arábia Saudita ocupa uma posição central em várias tensões regionais, sobretudo na rivalidade com o Irã. Essa competição por hegemonia no mundo muçulmano é pautada por divisões sectárias, com a Arábia Saudita representando o islamismo sunita e o Irã o xiita. Essa disputa influencia conflitos na região, como na Síria, no Líbano e, especialmente, no Iêmen, onde a Arábia Saudita lidera uma coalizão militar contra os rebeldes houthis, apoiados pelo Irã (O Globo, 2024). O conflito no Iêmen resultou em uma das maiores crises humanitárias globais, com milhares de mortes e uma população em extrema necessidade de ajuda. A relação da Arábia Saudita com o Ocidente, em especial com os Estados Unidos, é delicada, sustentada por interesses econômicos e estratégicos, mas marcada por críticas constantes sobre direitos humanos e a guerra no Iêmen.

Por tudo isso, a Arábia Saudita enfrenta desafios reputacionais que afetam sua imagem. O país carrega o estigma de ser uma monarquia autoritária por restringir direitos civis e políticos, mas busca projetar uma imagem de progresso. Entretanto, eventos como o aumento das execuções complicam suas tentativas de reposicionamento. Até julho de 2024, pelo menos 106 pessoas foram executadas,

comparadas a 74 no mesmo período de 2023 (UOL, 2024). O retorno das execuções por delitos relacionados a drogas, após quase três anos de pausa, reflete a inflexibilidade do regime e obscurece os avanços sociais diante de dados alarmantes sobre direitos humanos. Essa incompatibilidade entre a imagem desejada e a realidade apresenta um desafio constante para a monarquia saudita, que tenta equilibrar seus interesses religiosos, sociais e econômicos com as exigências internacionais por reformas mais profundas.

Apesar dos próprios desafios reputacionais, a Arábia Saudita possui características socioculturais frequentemente vistas através de uma lente de preconceitos do mundo ocidental. Como berço do islamismo, o reino é alvo de críticas e que vão além de suas ações políticas, sendo muitas vezes moldada pela islamofobia e pelo orientalismo – este último, o conceito que descreve a representação distorcida e pejorativa das culturas do Oriente pelos países ocidentais, que tendem a vê-las como "incivilizadas", justificando a dominação colonial e perpetuando preconceitos (Buongiorno, 2021).

Esse preconceito amplifica as críticas à Arábia Saudita e ignora que práticas controversas, como repressão política e execuções, também ocorrem em nações ocidentais, onde questões de direitos humanos são, por vezes, negligenciadas. Embora algumas críticas ao reino sejam legítimas, muitas refletem um entendimento superficial da realidade saudita, perpetuando equívocos e desconfianças nas relações internacionais.

Para combater esses desafios, a Arábia Saudita tem investido no controle narrativo, uma estratégia a ser analisada nos tópicos seguintes, tanto no âmbito nacional quanto internacional. Sob a liderança de MBS, o governo utiliza ferramentas de comunicação e Relações Públicas para moldar a percepção pública e promover o país como uma potência emergente em diversos setores. Desde que foi nomeado herdeiro, em 2017, MBS posiciona a Arábia Saudita como uma nação em transição para uma sociedade mais tolerante: “Setenta por cento dos sauditas têm menos de 30 anos. Não vamos perder outros 30 anos lidando com ideias extremistas. Vamos erradicar o que sobrou delas muito em breve. Queremos viver uma vida normal”⁸. Essas

⁸ Trecho completo:

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/o-islã-moderado-do-príncipe-herdeiro-saudita.ghtml>

manifestações se alinham a um vasto plano de transformações econômicas e sociais.

Através de campanhas, eventos e investimentos em setores estratégicos, como entretenimento e turismo, a monarquia busca diversificar sua economia e desviar o foco de questões sensíveis. Antes de apresentar o plano de reposicionamento da Arábia Saudita, vale resgatar o contexto histórico que influencia sua concepção. O reino passou por um período de restrição ao entretenimento, especialmente após a Revolução Iraniana de 1979, que resultou em uma onda de conservadorismo islâmico. Nesse período, o governo intensificou o controle sobre várias formas de entretenimento, como cinemas, teatro, música ao vivo e eventos culturais, levando ao fechamento desses espaços. O regime implementou políticas que priorizavam uma interpretação rigorosa da lei islâmica, criando um ambiente cultural restritivo.

A partir de 2017, inicia-se um período de transformação liderado por MBS, com a abertura cultural e econômica do país, não só internamente, mas também para o restante do mundo. Essas ações fazem parte de um projeto ambicioso – o Visão 2030, que amarra as iniciativas de modernização e desenvolvimento econômico em um plano coeso para o futuro do país.

4.2 Visão 2030: Estratégia de modernização

As reformas anunciadas pela Arábia Saudita fazem parte do ambicioso plano "Visão 2030", lançado em 2016 sob a liderança do príncipe Mohammed bin Salman, então presidente do Conselho de Assuntos Econômicos e Desenvolvimento (BBC, 2016). O objetivo central é diversificar a economia, reduzindo a dependência do petróleo, fomentando mudanças socioculturais e investindo em setores como tecnologia, turismo e entretenimento. O progresso nessas áreas enfrenta desafios econômicos, como o desemprego entre a população jovem, a necessidade de atrair investimentos estrangeiros e os efeitos adversos da pandemia de COVID-19, que reduziu a demanda global por petróleo.

Além dos impasses econômicos, o país lida com tensões sociais, como a desigualdade de gênero e uma juventude cada vez mais exigente em relação a oportunidades e liberdades. A modernização acelerada e a urbanização criam novas dinâmicas, demandando uma adaptação por parte da Casa de Saud.

É um prazer apresentar a visão da Arábia Saudita para o futuro. Trata-se de um plano ambicioso, porém alcançável, que expressa nossos objetivos e expectativas de longo prazo e reflete as forças e capacidades do nosso país. Todas as histórias de sucesso começam com uma visão e as visões são baseadas em pilares fortes. (Al-Saud, 2016)

Em uma carta de abertura do documento⁹ que formaliza a Visão 2030, o príncipe e primeiro-ministro MBS apresenta os três pilares que formam a base estratégica dessa visão. O primeiro pilar, “Coração dos Mundos Árabe e Islâmico”, afirma a posição central da Arábia Saudita no mundo muçulmano, destacando seu papel religioso e introduzindo o turismo, especialmente através de peregrinações a Meca e Medina. O segundo pilar, “Potência de Investimentos Globais”, visa transformar o país em um centro financeiro global, fortalecendo o Fundo de Investimento Público e buscando torná-lo o maior do mundo. O terceiro pilar, “Conexão Entre Três Continentes”, explora a localização estratégica do país, entre Ásia, Europa e África, para criação de um hub de comércio global.

Para contextualizar esta dissertação, é indispensável destacar pontos adicionais da carta de MBS:

1. Empoderamento do povo, especialmente da geração mais jovem, reforçando que a população será parte fundamental dessa transformação e sentirá orgulho dos progressos alcançados.
2. Em trechos como “Nosso povo surpreenderá o mundo novamente” e “(O Reino da Arábia Saudita será) porta de entrada para o mundo”, observa-se uma intencionalidade em melhorar a imagem internacional e atrair visitantes e stakeholders.
3. Embora o desenvolvimento seja extensivamente associado à religião, MBS afirma que a visão é de um país com “o Islã como sua constituição e a moderação como seu método”, prometendo respeito aos que se juntarem a essa nova jornada.
4. Transparência é outra promessa, tanto para o povo quanto para o mundo, com a garantia de que fracassos e sucessos serão igualmente divulgados,

⁹ Disponível no site do governo saudita; Tradução livre da autora
https://www.vision2030.gov.sa/media/rc0b5oy1/saudi_vision203.pdf

e de que serão criados órgãos para medir o desempenho das agências governamentais.

Além dos pilares centrais, a visão Visão 2030 inclui três temas operacionais: “Uma Sociedade Vibrante”, “Uma Economia Próspera” e “Uma Nação Ambiciosa”. Cada um desses temas abrange compromissos específicos, com metas mensuráveis e, em alguns casos, prazos para sua implementação.

O tema “Uma Sociedade Vibrante” propõe iniciativas para aumentar a participação da população em atividades culturais e de entretenimento. Metas incluem a promoção de eventos e a criação de espaços de lazer, visando melhorar a qualidade de vida dos cidadãos. No tema “Uma Economia Próspera”, são delineadas ações para diversificar a economia, com metas específicas para o crescimento de setores como turismo e tecnologia, incluindo indicadores de desempenho e prazos para atingir esses objetivos. Finalmente, o tema “Uma Nação Ambiciosa” apresenta planos para aprimorar a governança, com ênfase em eficiência e transparência, além de propostas para reformar serviços públicos e aumentar a responsabilidade governamental.

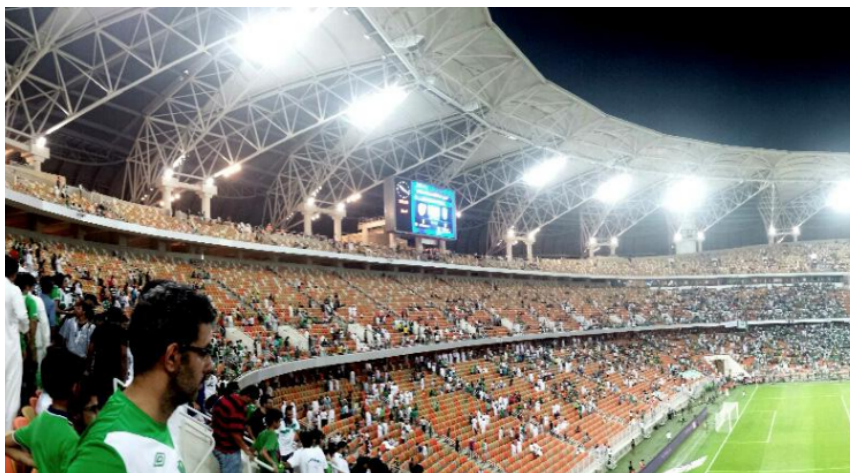
4.2.1 Objetivos da Visão 2030 no âmbito esportivo

A interseção entre a Visão 2030 e o estudo de caso apresentado a partir deste tópico encontra-se nas diretrizes do plano que enfatizam a importância do esporte, entretenimento, cultura e eventos como componentes centrais para a transformação social e econômica da Arábia Saudita. Embora o plano não cite diretamente ambições específicas relacionadas ao futebol – como a dinâmica dos clubes –, o fomento ao esporte pelo governo impacta diretamente essa modalidade.

Para ilustrar essa relação, ressalta-se que atualmente o Fundo de Investimento Público (PIF) saudita financia um portfólio de clubes. Desde 2023, o PIF detém 75% de participação nos quatro maiores times da liga nacional (Al-Ahli, Al-Hilal, Al-Ittihad e Al-Nassr). Além disso, adquiriu o clube inglês Newcastle em 2021, expandindo a presença saudita no futebol internacional.¹⁰

¹⁰ Para mais informações, acesse: <https://www.lance.com.br/lancebiz/mercado-do-esporte/quais-sao-os-clubes-controlados-pela-arabia-saudita-no-mundo-e-no-proprio-pais.html>

Figura 02: Imagem extraída da página 26 do documento *Vision 2030*



Fonte: Saudi Vision 2030 (2016)

Retomando ao documento da Visão 2030, identificam-se quatro pontos de interesse diretamente associados ao investimento e ao fomento do esporte no país:

1. **Promoção da Cultura e Entretenimento:** O plano destaca a cultura e o entretenimento como elementos essenciais para a qualidade de vida dos cidadãos sauditas. Anteriormente, as oportunidades de entretenimento eram limitadas, com várias restrições impostas ao setor. Para mudar essa realidade, o governo se compromete com iniciativas regionais e atração de investidores para organizar eventos culturais, respondendo ao desejo e demanda da população.
2. **Fomento à Prática Esportiva:** O incentivo à prática regular de esportes é um pilar central da Visão 2030, com a meta de aumentar a porcentagem da população que se exercita pelo menos uma vez por semana, de 13% para 40%. Esse objetivo busca posicionar a Arábia Saudita como uma referência no esporte, tanto regional quanto globalmente.
3. **Eventos Esportivos e Parcerias:** A Visão 2030 enfatiza a importância de parcerias com o setor privado para a organização de eventos esportivos de grande porte. A expansão das instalações e a promoção de eventos esportivos visam fortalecer o envolvimento dos cidadãos com o esporte e atrair investimentos internacionais para o setor.

4. **Desenvolvimento de Infraestrutura:** A criação de novos espaços dedicados a atividades culturais e esportivas é outro aspecto fundamental do plano. A meta é aumentar os gastos das famílias com entretenimento de 2,9% para 6%, além de diversificar as opções culturais e esportivas disponíveis. Esses esforços incluem o compromisso de atrair os melhores talentos e investidores, tanto nacionais quanto estrangeiros, fornecendo o suporte necessário.

5. ESQUEMA TÁTICO: METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste projeto, adotou-se uma abordagem qualitativa, com o estudo de caso como estratégia de pesquisa. O caso em questão é a histórica contratação de Neymar Jr., maior jogador brasileiro em atividade, pelo Al-Hilal Saudi Football Club, integrante da elite da Liga Saudita de Futebol. Essa metodologia foi escolhida para entender como essa movimentação no “mercado da bola” se apresenta como uma ferramenta estratégica para o reposicionamento da Arábia Saudita.

Através da análise documental, busca-se comparar as narrativas adotadas pela imprensa saudita e brasileira em torno dessa contratação, avaliando seu alinhamento com a Visão 2030 e os desdobramentos socioculturais destacados na revisão literária. A abordagem qualitativa é apropriada para a natureza exploratória do tema, pois sua flexibilidade permite trazer à tona aspectos subjetivos essenciais para uma compreensão crítica das questões – ou seja, como esses elementos se relacionam com as características do *sportswashing*.

Em relação ao objeto de estudo, a escolha recaiu sobre uma das maiores contratações realizadas por clubes sauditas. Esta escolha se justifica pelo volume de investimento, pelas ambições declaradas da Arábia Saudita e pela combinação das habilidades esportivas de um renomado atleta internacional com a influência midiática que ele exerce. Segundo o Al Sharq News, a transferência de Neymar para o Al-Hilal ocupa o segundo lugar em termos de maiores salários na liga saudita. Estima-se que as movimentações da última janela de transferências no futebol saudita, até o primeiro semestre de 2024, atingiram 431 milhões de dólares (R\$ 2,4 bilhões). Esse cenário é extraordinário no esporte, especialmente considerando a relação dos fundos públicos com esse investimento.

Assim, o país e o jogador escolhidos representam uma interseção entre esporte, economia, entretenimento e mídia – um estudo de caso certo para análise no campo de Relações Públicas. As grandes contratações feitas por clubes sauditas integram os objetivos estratégicos da Visão 2030, que busca posicionar a Arábia Saudita como uma potência global em diversos setores, incluindo esporte e entretenimento.

A análise da contratação de Neymar Jr. será contextualizada dentro das metas de diversificação econômica, aumento do turismo e desenvolvimento da infraestrutura

esportiva. O estudo de caso explora como as contratações de jogadores renomados são promovidas como símbolos de modernização e abertura internacional, associando a reputação desses atletas com a imagem desejada pelo país. Dessa forma, a pesquisa se fundamenta em uma análise documental, método adequado para examinar fontes jornalísticas (notícias e reportagens), conteúdos multimídia de redes sociais, o próprio plano Visão 2030 e estudos acadêmicos.

A intenção é compreender como a narrativa em torno do estudo de caso é construída e difundida pela mídia nacional e internacional, destacando estratégias de imagem e impactos na percepção pública. Para garantir uma estrutura satisfatória na análise documental, os veículos de comunicação foram selecionados com base em um cruzamento entre alcance e relevância, divididos nas seções de imprensa saudita e imprensa brasileira.

Os portais de notícias brasileiros selecionados para análise foram UOL, CNN Brasil e LANCE!, totalizando três veículos. A escolha baseou-se na lista de tendência da Semrush (2023), que classifica esses portais entre os mais acessados do país. Vale mencionar que foram desconsiderados aqueles que fecham todo o conteúdo em paywall ou que não abordaram o tema da contratação.

Já os portais sauditas escolhidos foram Akhbaar24, Elaph e Sabq, também totalizando três veículos. Esses portais foram listados pela BBC News (2011) como os principais da Arábia Saudita, sendo, portanto, fontes relevantes para a análise das narrativas locais sobre a chegada de Neymar ao Al-Hilal.

A análise cobre o período que vai do início das especulações sobre a transferência de Neymar até o dia de sua apresentação oficial no estádio, aproximadamente entre 9 de junho e 20 de agosto de 2023. Esse intervalo permite captar as diferentes fases da narrativa midiática em um momento de alta repercussão e engajamento sobre o tema.

Além das fontes jornalísticas, também serão analisados outros conteúdos relacionados à chegada de Neymar Jr. à Arábia Saudita, como as postagens oficiais do Al-Hilal. Esse conjunto de materiais permite que a análise se concentre nas primeiras impressões e no impacto imediato da contratação.

Para pesquisas futuras que venham a expandir o tema, há margem para

acompanhar a narrativa de médio a longo prazo dessa transferência, considerando que o recorte escolhido abrange um evento recente, ocorrido há menos de um ano da publicação deste projeto.

6. SEGUNDO TEMPO: ESTUDO DE CASO

6.1 O “Neymarismo” Cultural

O brasileiro Neymar da Silva Santos Júnior, ou simplesmente Neymar Jr., é indiscutivelmente um dos jogadores de futebol mais influentes do mundo, dentro e fora de campo. Sua profissionalização no esporte ocorreu aos 17 anos, em 2009, pelo Santos Futebol Clube, onde rapidamente ganhou notoriedade. Nas palavras do jornalista Miquel Echarri, Neymar é um “driblador impenitente, hábil e astuto, leve como uma pluma e agudo como uma abelha; desde muito jovem foi o encarregado de acender as luzes e se situar sob os holofotes” (El País, 2021).

Já nos primeiros anos de carreira, Neymar acumulou títulos com o Santos. Em 2011, venceu a Copa Libertadores da América, sendo eleito o melhor jogador da competição (TNT Sports, 2024). Aos 19 anos, conquistou o Prêmio Puskas pelo gol mais bonito do futebol mundial, superando Lionel Messi, que era considerado o melhor jogador do mundo naquele ano (Globo Esporte, 2012).

Em 2013, Neymar deixou o futebol brasileiro rumo ao FC Barcelona, da Espanha, por cerca de €88 milhões. No clube catalão, conquistou títulos cobiçados, como a Liga dos Campeões da UEFA e a Copa do Mundo de Clubes da FIFA, garantindo seu lugar na galeria de ídolos do clube. Por esses motivos, sua ida ao Paris Saint-Germain (PSG) em 2017 estabeleceu a transferência mais cara da história do futebol, girando em torno de €222 milhões. Neymar passou uma década no clube francês, alternando entre momentos de glória e oscilações de performance, até assinar contrato com o Al-Hilal Saudi Football Club, da Arábia Saudita, em 2023. O vínculo com o clube, um dos mais tradicionais da Saudi Pro League, é estimado em 100 milhões de euros (cerca de R\$ 536 milhões) por temporada (UOL, 2023). Vale ressaltar que o Al-Hilal é um dos clubes financiados pelo Fundo de Investimento Público da Arábia Saudita, o que será importante para a análise subsequente.

Para além da vida de atleta, Neymar Jr. exerce forte apelo comercial e influência. Ele protagonizou campanhas milionárias de marcas globais como Puma, Nike, Red Bull e Gillette. Em 2017, foi listado entre os “100 mais influentes” pela revista Time, ao lado de personalidades como Donald Trump, Vladimir Putin e o papa Francisco. Em 2024,

atingiu 225 milhões de seguidores no Instagram, ocupando a terceira posição entre os jogadores de futebol mais seguidos na plataforma (LANCE!, 2024). Para completar a lista de seus recordes, o contrato atual de Neymar com a Puma é considerado o maior acordo de patrocínio para jogadores de futebol no mundo; estima-se que o atleta receba anualmente 26 milhões de euros (R\$ 140 milhões) para representar a marca como embaixador (LANCE!, 2023).

Figura 03 - Capa da revista Time.



Fonte: Globo Esporte (2013)

Apesar de uma trajetória bem-sucedida na publicidade e nos gramados, Neymar enfrenta várias crises reputacionais. Sua vida pessoal é marcada por polêmicas, com escândalos midiáticos envolvendo relacionamentos, exames de DNA para identificar paternidade e o nascimento de uma filha fora de um relacionamento. No âmbito jurídico, Neymar já foi absolvido de uma acusação de estupro e assédio sexual, mas em 2022 foi condenado a pagar uma multa por sonegação e fraude fiscal no Brasil (UOL, 2022).

Além disso, questões indisciplinadas nos clubes em que passou (O Tempo, 2024) e rumores sobre “lesões ou suspensões próximas a eventos como o Carnaval, seu aniversário ou o da irmã” (Exame, 2023) frequentemente colocam em xeque seu comprometimento com o trabalho.

6.2 Al-Hilal, o clube dos príncipes

O Al-Hilal Saudi Football Club, ou simplesmente Al-Hilal (em português, "lua crescente"), foi fundado em 1957, um ano após a criação da Federação Saudita de Futebol, que marca o início da profissionalização do esporte no país¹¹. Assim, o clube se configura como uma das equipes mais antigas e tradicionais da região, com crescimento diretamente proporcional ao incentivo governamental. Esse apoio por parte do reino saudita contribuiu para consolidar a equipe como o maior vencedor da história do futebol asiático, com 66 títulos oficiais (UOL, 2023).

Registros históricos sugerem que o Al-Hilal teve um papel fundamental na popularização do futebol na Arábia Saudita durante as décadas de 1970 e 1980. Nesse período, o governo saudita investiu pesadamente em infraestrutura esportiva e programas de desenvolvimento, dos quais o Al-Hilal foi um dos principais beneficiários. Esses investimentos, aliados ao êxito em contratar talentos de alto calibre, contribuíram para a criação de três apelidos oficiais do clube: "Clube dos Príncipes"¹², "O Patrão" (*Al-Za'eem*) e "A Realeza" (*Al-Malaki*)¹³.

A estreita relação do Al-Hilal com o governo saudita é evidente não apenas nos subsídios financeiros, mas também na presença de membros da família real em posições de liderança dentro do clube. Foi o rei Saud bin Abdulaziz quem escolheu o nome "lua crescente" dentre três opções para o time. Essa conexão fortaleceu a infraestrutura do clube e permitiu que ele se mantivesse competitivo em nível internacional. Para dimensionar seu crescimento, basta notar que o Al-Hilal conquistou sua primeira Taça do Rei em 1961 e, pouco depois, a Taça do Príncipe Herdeiro de 1963/64. Em 1976/77, venceu a primeira edição da Saudi Pro League e, desde então, garantiu um recorde de 18 títulos da liga, sem nunca ter sido rebaixado da primeira divisão (FIFA, 2024). Esse histórico de sucesso contribuiu para consolidar uma base sólida de apoiadores, tornando o Al-Hilal a maior torcida da Arábia Saudita.

Em junho de 2023, o Ministério do Esporte da Arábia Saudita anunciou um acordo de participação majoritária no Al-Hilal e em outros três clubes sauditas. O

¹¹ Informações extraídas do site oficial da SAFF Saudi Arabian Football Federation - About us - SAFF Board - History

¹² Mais em: O que significa Al-Hilal, nome do novo clube de Neymar na Arábia Saudita - Folha PE

¹³ Mais em: Al Hilal no Mundial de Clubes FIFA 25: História do clube

comunicado oficial afirmava que os clubes haviam sido transformados em empresas, cada uma sendo de propriedade do Fundo de Investimentos Públicos e de fundações sem fins lucrativos.¹⁴

O grupo esportivo, que fará parte do fundo soberano de riqueza do reino, terá verba para financiar sua expansão, de acordo com uma das pessoas, em um sinal de que Riad está comprometida em fazer mais aquisições, investimentos e parcerias no futebol, tênis e outros esportes. (...) O fundo soberano é presidido pelo príncipe herdeiro Mohammed bin Salman, o governante do dia-a-dia do reino, que encarregou o PIF de conduzir o plano de reforma econômica do país, centralizando cada vez mais setores específicos, incluindo esportes, sob o fundo soberano de riqueza. (Folha de S. Paulo, 2023)

As contratações de grandes nomes do futebol mundial, como Cristiano Ronaldo (Al-Nassr), Karim Benzema (Al-Ittihad) e Neymar Jr. (Al-Hilal), são os principais reflexos dessa transformação. Outro dado que comprova a imponentia do Al-Hilal é o valor de seu elenco: apesar de Cristiano Ronaldo ter sido transferido para a Arábia Saudita com um salário superior ao de Neymar, o “Clube dos Príncipes” ainda possui o elenco mais valioso do país, estimado em €259,55 milhões (R\$1,38 bilhão)¹⁵.

6.3 Imprensa saudita vs. Imprensa Brasileira

Neste capítulo, exploram-se as diferentes narrativas surgidas a partir da análise qualitativa do estudo de caso. O principal ponto de partida foram as reportagens sobre a contratação de Neymar Jr. pelo Al-Hilal, dentro dos veículos listados na metodologia, abrangendo o período que começou com as especulações de transferência até o dia da apresentação do craque brasileiro no Estádio Rei Fahd, em Riade.

A análise concentra-se na forma como a Arábia Saudita foi incorporada nesse contexto, buscando entender como essas fontes comunicam e interpretam os aspectos culturais e estratégicos por trás dessa contratação de impacto global. Para enriquecer a análise, foram incluídos elementos da Visão 2030, características do conceito de *sportswashing* e o contexto histórico discutido na revisão de literatura, com o objetivo de categorizar como as mensagens midiáticas se conectam – ou contrastam – com os objetivos estratégicos de modernização da Arábia Saudita.

¹⁴ Mais em: Fundo soberano adquire os quatro principais clubes da Arábia Saudita - MKT Esportivo

¹⁵ Mais em:

<https://www.lance.com.br/lancebiz/al-nassr-ou-al-hilal-quem-tem-o-elenco-mais-valioso-da-arabia-saudita.html>

Com base nos temas mais recorrentes nas diferentes mídias, foram definidos três tópicos principais para comparação entre as narrativas:

1. **Recepção Saudita: Hospitalidade e Poder** – analisa como a Arábia Saudita projetou seu poder econômico e hospitalidade na recepção de Neymar, com foco em detalhes simbólicos e o papel do Estado em destacar a chegada do jogador;
2. **Efeito Neymar: Influência e Controvérsias** – analisa o impacto de Neymar na visibilidade da Saudi Pro League e na projeção internacional do país, contrastando as exaltações da mídia saudita com as narrativas abordadas pela imprensa brasileira;
3. **Visão 2030 e Sportswashing: Narrativas Divergentes** – investiga se a contratação de Neymar é abordada como parte de um projeto legítimo de diversificação econômica e esportiva ou se carrega elementos de *sportswashing*.

Esses tópicos permitem uma análise comparativa das diferentes perspectivas midiáticas, contextualizando a contratação de Neymar como uma ferramenta potencial para a gestão de imagem e relações públicas da Arábia Saudita.

6.3.1 Recepção Saudita: Hospitalidade e Poder

A narrativa da mídia saudita sobre a chegada de Neymar concentra-se em exaltar a hospitalidade do povo e reforçar o alto investimento do país no futebol, colocando a Arábia Saudita como protagonista no contexto da contratação, até acima do próprio clube em alguns momentos. Isso é evidente desde a primeira frase do vídeo de anúncio oficial: “Eu estou na Arábia Saudita, eu sou Al-Hilal”. Há um esforço visível em vincular Neymar Jr. diretamente ao país, já que ele menciona estar na Arábia Saudita antes mesmo de se posicionar como novo atleta do maior time da Saudi Pro League.

Essa mensagem é reforçada pela escolha de imagens oficiais, como a foto de divulgação da contratação, que registra um aperto de mão entre Neymar e Fahad bin Nafel, presidente do Al Hilal, com a bandeira saudita posicionada à frente dos dois, ao

lado do brasão do time. Dessa forma, é impossível dissociar o Estado como anfitrião desse momento histórico para o futebol local.

Figura 04: Neymar e Fahad bin Nafel, presidente do Al Hilal.



Fonte: Reprodução Al-Hilal (2023)

A cobertura do portal Akhbaar24 também destaca o envolvimento de personalidades do país na recepção de Neymar, como o príncipe Alwaleed bin Talal – empresário bilionário e sobrinho do Rei Fahd – que ligou para o jogador após sua chegada. A conversa, que durou pouco mais de um minuto, inseriu novamente o reino saudita como protagonista, com expressões como “você está finalmente na Arábia Saudita” e “estava ansioso para vê-lo na Arábia Saudita.” As declarações do príncipe e de figuras públicas enaltecem o país como um destino desejado e preparado para acolher talentos globais.

Os portais Sabq e Eloah adotaram o mesmo tom, focando no apoio e na expectativa popular durante o processo de contratação do jogador. O detalhamento da apresentação no estádio, com shows pirotécnicos e drones, ficou em segundo plano frente aos comentários da audiência entusiasmada que recebeu Neymar.

A mídia saudita também exaltou a declaração de Neymar em árabe¹⁶ nas redes

¹⁶ Declaração feita no X: <https://x.com/neymarjr/status/1693028343191413093>.

sociais, em que o jogador agradeceu a recepção da torcida e afirmou estar orgulhoso de “ser Al-Hilal”. Vale ressaltar que, durante a negociação, veículos sauditas relataram que Neymar inicialmente preferia continuar no futebol europeu. No entanto, em sua primeira entrevista¹⁷ após a confirmação no Al-Hilal, Neymar apresentou um discurso que não deixou margem para colocar o clube saudita em segundo plano, afirmando estar “feliz” e “disposto a escrever história” na liga saudita.

Ao mencionar Cristiano Ronaldo como um “pioneiro” dessa nova onda de grandes contratações, Neymar reforçou que “todo mundo chamou ele de louco”, mas que ele contribuiu para o crescimento da liga. Questionado sobre a vida na Arábia Saudita, Neymar frisou que não conversou com ninguém sobre o país ou o clube antes de tomar sua decisão. Ao final, confirmou que os brasileiros acompanharão a Liga Saudita para apoiar o Al-Hilal.

Na cobertura da mídia brasileira sobre a ida de Neymar Jr. para a Arábia Saudita, observa-se uma narrativa predominantemente crítica que, em muitos aspectos, aponta a decisão do jogador como uma escolha movida pelo poder econômico saudita, em detrimento de uma perspectiva esportiva de alto nível que o continente europeu poderia oferecer. As temáticas mais discutidas neste recorte nacional foram, evidentemente, o alto investimento da Arábia Saudita no futebol e o luxo e as regalias envolvidas, mas também discutiu-se as adaptações culturais para viver no reino saudita.

Em sua coluna no UOL, o célebre comentarista e ex-jogador Walter Casagrande Jr. afirma que Neymar está “escolhendo o montão de dinheiro que os árabes estão oferecendo para dar um gás num campeonato que, na realidade, nunca teve peso no cenário mundial”. Nesse mesmo sentido, o LANCE! levantou a opinião dos fãs do jogador nas redes sociais, apontando que muitos brasileiros argumentam que Neymar deveria ter priorizado um projeto esportivo mais ousado, em vez de um “mercado emergente”, que, embora tenha força financeira, ainda possui uma liga limitada em qualidade e reconhecimento, mesmo com a presença recente de estrelas como Benzema e Cristiano Ronaldo.

O comentarista Maurício Borges (Mano), em entrevista para o programa “Domingol com Benja” da CNN Brasil, adotou uma perspectiva semelhante ao avaliar a

¹⁷ Veja mais em: https://x.com/Alhilal_FC/status/1691902758604222861

transferência de Neymar como um "fim melancólico" de sua carreira em ligas de alta competitividade. Para Mano, "terminar a carreira de forma melancólica no futebol árabe é como uma Ferrari no barro". Essa metáfora reflete a percepção de outras figuras públicas, também retratadas na imprensa brasileira, como Casimiro Miguel – jornalista esportivo, dono do canal CazéTV e amigo próximo do jogador —, que mostrou indignação com a situação, devido ao “baixo nível técnico” do futebol saudita.

Em contraste, uma parcela menor de especialistas encara positivamente a decisão de Neymar, considerando o valor do salário oferecido, seu histórico de lesões frequentes e a possibilidade de atuar em um campeonato com um calendário mais ameno. Para o LANCE!, o ex-jogador da Seleção Brasileira Luís Fabiano defende que, nesta situação, ele também “encheria os bolsos” se não tivesse espaço na Europa. Rivaldo, outro ex-futebolista que também já vestiu a camisa do Brasil, reforça essa posição ao argumentar que a escolha financeira é legítima, dizendo que “tal como qualquer trabalhador, o jogador sempre procura melhores condições financeiras”.

Unanimidade entre os veículos brasileiros, a pauta das adaptações culturais reforçou a rigidez das leis sauditas. As reportagens abordaram amplamente as mudanças que Neymar e sua companheira, Bruna Biancardi, estariam prestes a vivenciar no Oriente Médio, destacando Bruna como símbolo das diferenças culturais em um cenário altamente conservador e religioso, especialmente para as mulheres. Em locais públicos, por exemplo, “é obrigatório respeitar zonas designadas para homens e famílias, incluindo as mulheres que não estão acompanhadas” (CNN Brasil, 2023).

Por não serem oficialmente casados, especulou-se que Neymar e Bruna optariam por viver em uma área turística, onde há condomínios e hotéis de luxo, o que permitiria a eles certa flexibilidade, vivendo dos limites aplicáveis aos turistas. Na Arábia Saudita, homens e mulheres não podem morar juntos se não forem casados. No entanto, conforme divulgado pelo LANCE!¹⁸, as autoridades sauditas frequentemente ignoram essa infração quando se trata de estrangeiros, sobretudo em áreas mais cosmopolitas, como Riade, onde o Al-Hilal está sediado.

¹⁸ matéria completa:

<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/neymar-foi-proibido-de-morar-com-a-namorada-na-arabia-saudita-explicamos-a-situacao.html>

Em uma publicação nas redes sociais, Biancardi mencionou que havia lido pouco sobre a cultura local e pediu dicas de vestimenta aos seus seguidores, o que serviu como gancho para que a imprensa brasileira ampliasse a discussão sobre as restrições do país. Na Arábia Saudita, a polícia religiosa monitora se as mulheres estão vestidas de maneira discreta, cobrindo a maior parte do corpo, embora não haja um código específico¹⁹. Como estrangeira, Bruna pode optar por não usar o véu. Nesse contexto, as reportagens focaram exclusivamente nas situações cotidianas, sem abordar questões mais complexas sobre o direito das mulheres no reino.

Outro ponto ignorado pela cobertura saudita, mas destacado pela imprensa brasileira, foi a chegada de Neymar ao aeroporto de Riade usando um colar em forma de crucifixo. Embora não haja uma lei que proíbe manifestações religiosas não-islâmicas na Arábia Saudita, o histórico de perseguições é evidente. Na análise de Fernando Brancoli – professor do Instituto de Relações Internacionais e Defesa da UFRJ – figuras de prestígio tendem a receber tratamento diferenciado, mas Neymar deve evitar gestos tipicamente religiosos, especialmente por ocupar uma posição de “embaixador” da liga saudita²⁰.

Indiscutivelmente, outra narrativa presente em todos os veículos brasileiros analisados foi o luxo e a exclusividade oferecidos a Neymar em sua chegada ao país, reforçando o caráter extraordinário do poder econômico saudita. O LANCE! e o UOL relataram a viagem de Neymar no Boeing 747, propriedade do príncipe Alwaleed bin Talal – o mesmo do telefonema citado pelo Akhbaar24 – que possui uma das configurações internas mais luxuosas do mundo, com salas de reunião, móveis de madeira maciça e um “ambiente do chefe” equipado com um trono central, destinado a ocasiões especiais como a chegada de grandes contratações²¹. Essa “carona” foi explorada pela imprensa brasileira como um símbolo do status financeiro saudita e da

¹⁹ Mais informações em:

<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/08/19/bruna-biancardi-fala-sobre-roupa-na-arabia-saudita-dificil-para-mim.htm>

²⁰ Mais informações em:

<https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2023/08/18/neymar-chega-a-arabia-saudita-com-pingente-de-crucifixo-entenda-como-ele-pode-expressar-sua-fe-no-pais.ghtml>

²¹ Mais informações em:

<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/fotos-saiba-detalhes-da-luxuosa-aeronave-de-r-1-bilhao-que-levou-neymar-a-arabia-saudita.html>

magnitude dos investimentos feitos para atrair estrelas do esporte.

6.3.2 Efeito Neymar: Influência e Controvérsias

Observa-se que a imprensa saudita constantemente eleva Neymar Jr. à posição de lenda do futebol, utilizando uma construção simbólica que o adjectiva com sinônimos de “craque”, “astro” e “estrela”. Além disso, enfatizam suas conquistas esportivas e evitam abordar aspectos pessoais que possam afetar a reputação do jogador.

Os portais analisados também relatam o poder de influência que Neymar já exercia na Arábia Saudita antes mesmo de ser anunciado no Al-Hilal, destacando o pedido constante dos torcedores por sua contratação. Segundo o Sabq, a hashtag “Neymar é uma exigência do Hilal” foi amplamente usada nas redes sociais para pressionar a administração de Fahad bin Nafel, presidente do clube, que havia fracassado nas negociações com Lionel Messi e Kylian Mbappé. De março a agosto de 2023, relatou-se o passo a passo das ofertas e reuniões dos representantes sauditas com os empresários de Neymar, especialmente no portal Akhbaar24, demonstrando a persistência em contratar um dos jogadores mais cobiçados do planeta.

Sem aprofundar em polêmicas, os portais que abordaram a biografia de Neymar destacaram sua vida como exemplo de superação, mencionando sua infância humilde e os desafios enfrentados até se tornar um jogador de estatísticas impressionantes. As únicas controvérsias abordadas, embora com tom de ponderação, foram suas dificuldades de relacionamento com Mbappé, seu ex-companheiro de time no Paris Saint-Germain, e suas frequentes lesões:

Certamente, as lesões estão, em certa medida, fora do controle dos jogadores, especialmente os mais habilidosos e talentosos, que frequentemente enfrentam intervenções agressivas de jogadores adversários, incapazes de acompanhá-los no campo de maneira convencional. (...) No entanto, sempre houve um certo mistério em torno da recorrência anual de uma lesão que afasta o astro brasileiro dos gramados. Nos últimos anos, a imprensa mundial tem comentado o mistério das lesões de Neymar, que ocorrem anualmente antes do final de fevereiro ou início de março, pouco antes do aniversário de sua irmã Rafaella, em 11 de março. (Akhbaar24, 2023).

Após a oficialização da contratação, o efeito Neymar foi imediatamente percebido. Segundo levantamento do Sabq, o vídeo de anúncio publicado pelo Al-Hilal

no X (Twitter) obteve mais de 120 milhões de visualizações em apenas seis horas, superando o recorde de Cristiano Ronaldo, que havia alcançado cerca de 65 milhões de visualizações em 24 horas, oito meses antes.

O impacto não se restringiu ao digital: foram registradas longas filas nas lojas oficiais do Al-Hilal, que esgotaram as camisas de número 10 estampadas com o nome do jogador. “Um funcionário da loja afirmou que foi a primeira vez que viu uma demanda tão alta (...) foram vendidas em questão de minutos após serem disponibilizadas”, informou o Sabq. A recepção de Neymar no estádio também atraiu um grande público, com mais de 50 mil torcedores lotando os assentos em Riade, formando um mosaico com o rosto do jogador.

Figura 05: Assentos do estádio do Al-Hilal formam o rosto de Neymar.



Fonte: Reprodução Al-Hilal (2023)

A imprensa brasileira destaca que a contratação de Neymar amplia significativamente a visibilidade do campeonato saudita e, consequentemente, da Arábia Saudita. A estratégia de trazer um jogador de renome internacional como ele atraiu uma legião de fãs para acompanhar a Saudi Pro League. O portal LANCE!, por exemplo, enfatiza que a camisa do Al-Hilal se tornou um item cobiçado por torcedores brasileiros, confirmando os efeitos dessa influência no mercado de consumo, mesmo se tratando de um time de outro continente. Em uma de suas matérias, o portal aborda os valores das camisas e os pontos de venda, ilustrando a alta demanda.

Da mesma forma, a cobertura televisiva também foi impactada. A emissora Band, que adquiriu os direitos de transmissão do Campeonato Saudita, adaptou sua programação para exibir a primeira partida de Neymar pelo Al-Hilal, substituindo a transmissão originalmente prevista. Outras reportagens detalharam informações sobre

o estádio do Al-Hilal, horários e detalhes dos jogos, atendendo à demanda de uma nova audiência. Durante esse período, a Saudi Pro League ainda foi apelidada de "Sauditão" em referência ao Brasileirão, reforçando uma fase de proximidade com a liga.

Em contraste com a mídia saudita, que evita questões da vida pessoal de Neymar, a imprensa brasileira revisita polêmicas que marcaram sua trajetória. Até mesmo as mudanças de rotina na Arábia Saudita foram usadas para relembrar algumas dessas questões. O LANCE!, ao publicar que "é expressamente proibido na Arábia Saudita o consumo e comercialização de bebidas alcoólicas", comenta que a lei se aplica tanto aos nativos quanto aos estrangeiros, o que seria uma questão para Neymar, conhecido no Brasil pelas festas promovidas para amigos e familiares. Outro aspecto mencionado é a proibição de jogos de azar, como cassinos e apostas, o que inclui pôquer – uma prática da qual Neymar é publicamente entusiasta.

Além disso, a mídia brasileira, ao abordar as lesões recorrentes de Neymar – uma das poucas críticas encontradas nos portais sauditas – ironiza a situação ao comentar que o calendário da Saudi Pro League permitiria que Neymar aproveitasse o Carnaval. A temporada do Al-Hilal encerra-se no dia 28 de dezembro de 2023 e retoma apenas em 15 de fevereiro, coincidindo com o período festivo, o qual Neymar aproveitou, mesmo lesionado, em algumas ocasiões.

Enquanto os veículos sauditas exaltam um suposto sentimento de "orgulho" de Neymar em ser parte da liga saudita, a imprensa brasileira reforça a narrativa de que o jogador, além de ter sido rejeitado por clubes europeus, apresentou uma lista extensa de exigências para finalmente aceitar a proposta do Al-Hilal. De acordo com os portais, essa lista seria sem precedentes e incluiria uma mansão com pelo menos 25 cômodos, uma piscina de 40 metros de comprimento, três saunas, pelo menos oito carros de luxo e um jatinho particular para suas viagens durante as folgas. Além disso, Neymar teria solicitado a cobertura integral dos custos de estadia em hotéis e restaurantes durante as viagens realizadas em suas folgas por parte do clube²².

²² Mais informações em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/mansao-e-carros-de-luxo-veja-exigencias-de-neymar-ao-al-hilal/>

6.3.3 Visão 2030 e Sportswashing: Narrativas Divergentes

Na cobertura da imprensa saudita, observa-se um enquadramento que vai além de tratar a contratação de Neymar apenas como uma movimentação no mercado esportivo, posicionando-a como um marco significativo dentro do projeto de modernização da Arábia Saudita. O portal Akhbaar24, por exemplo, destaca ao longo de suas reportagens os esforços sauditas para garantir a presença de Neymar, mencionando as viagens da delegação para encontrá-lo e o exaustivo processo de negociação para assegurar a contratação do jogador. Ao compilar a reverberação na imprensa internacional, o Akhbaar24 seleciona apenas trechos que exaltam o valor da transferência e a persistência saudita em tê-lo na liga.

O Sabq, que também noticiou as reações de jornais ao redor do mundo, apresentou uma perspectiva distinta de uma matéria do Globo Esporte. Enquanto o portal brasileiro afirmava que “o clube saudita foi visto por Neymar como uma forma - a única disponível - de interromper imediatamente um vínculo com o PSG”, o Sabq omitiu a referência à “única oferta disponível”, sugerindo que Neymar considerou o Al-Hilal como a solução “ideal” para essa mudança em sua carreira.

Nota-se que a imprensa saudita analisada não menciona nominalmente a Visão 2030, mas relaciona a chegada de Neymar com as metas indicadas na campanha. Isso é observado pela frequência com que a contratação é vinculada à Arábia Saudita em vez de ao Al-Hilal. Além disso, argumentam que esse investimento coloca o nome do país em evidência internacional, apontando o progresso no desenvolvimento do esporte dentro do reino como parte do plano de diversificação econômica:

A Arábia Saudita marcou sua presença no cenário mundial do futebol, esse esporte popular que atrai ampla atenção entre seus fãs, com a contratação do jogador brasileiro "Neymar", anunciada na semana passada como parte dos esforços para desenvolver o esporte saudita. Além de firmar acordos com nomes famosos e profissionais, o objetivo é posicionar a liga saudita entre as principais ligas do mundo. A Arábia Saudita já avançou significativamente em várias modalidades esportivas, além de sediar eventos juvenis para impulsionar o turismo e o entretenimento, promovendo também o nome do país em palcos internacionais. (SABQ, 2023)

Em uma crônica assinada pelo escritor e pesquisador saudita Fahad Suleiman Shoqiran no Elaph, publicada três dias após o anúncio de Neymar no Al-Hilal, o futebol é descrito como um meio de comunicação entre culturas e povos. Shoqiran argumenta

que, ao investir no futebol e atrair grandes nomes, a Arábia Saudita busca se estabelecer não apenas como um polo esportivo, mas também como um centro cultural de relevância global, alinhado aos objetivos da Visão 2030. Ele descreve o futebol como um “encontro de nações”, enfatizando seu papel na troca cultural e diplomática.

Shoqiran observa que contratações de grande porte, como a de Neymar, impactam o mundo esportivo, promovem corridas econômicas e atraem intensa cobertura midiática. Ele conclui que “A Arábia Saudita conseguiu traçar um caminho que impactará o futebol global por décadas”. Dessa forma, o texto legitima as iniciativas do reino como parte de um projeto cultural de longo prazo, posicionando o país como uma potência nesses aspectos.

A análise da cobertura da imprensa brasileira durante o período da contratação de Neymar pelo Al-Hilal revela uma postura crítica em relação ao poder econômico ditar os rumos do futebol. Os veículos destacaram a sedução financeira exercida sobre grandes talentos, que acabam se acomodando em um campeonato considerado menos competitivo e tradicional em comparação às ligas europeias, especialmente a Liga dos Campeões. Em analogia ao petróleo, combustível que sustenta a economia saudita e da qual o reino quer sair da dependência, o UOL afirma essa sedução financeira ao dizer que “Neymar, então, foi atraído pelo dinheiro dos árabes, que jorra como se fosse petróleo”²³.

Logo após o anúncio da contratação, a maioria das matérias enfatizou nas chamadas os altos valores financeiros envolvidos nessa transferência, até questionando a legitimidade desse salário sem precedentes, quando evidencia a disparidade em relação à realidade da população brasileira. Foram apresentados cálculos sobre quanto tempo uma pessoa que ganha um salário mínimo precisaria trabalhar para alcançar o salário anual de Neymar (54.293 meses)²⁴, qual valor recebido

²³ Mais informações em:

<https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/agencia/2023/08/15/neymar-escolhe-ganhar-fortuna-na-arabia-saudita-se-livra-do-psg-e-vai-jogar-no-al-hilal.htm>

²⁴ Mais informações em:

<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/quanto-voce-precisa-trabalhar-para-ganhar-o-salario-mensal-do-neymar.html>

por hora pelo jogador (R\$ 1,7 mil)²⁵. Essas comparações também apontam as possibilidades de consumo e o estilo de vida que essa remuneração proporcionaria.

Embora algumas opiniões de ex-jogadores tenham defendido a escolha de Neymar com base no ganho financeiro, a imprensa brasileira destacou que há possibilidades de recusar tais ofertas, como demonstrado por Lionel Messi, que optou por jogar no Inter Miami em vez da Saudi Pro League.

Em contraste com a imprensa saudita, que apresenta Neymar como entusiasmado por essa nova fase e exalta sua chegada como motivo de orgulho nacional, as reportagens brasileiras sugerem que o jogador “nunca viu a Arábia como Plano A”²⁶, e que sua decisão foi impulsionada pela ausência de propostas europeias significativas, além da atratividade financeira oferecida pelo Al-Hilal. Essa percepção contrasta com as metas da Visão 2030, que pretende transformar o país em uma referência também no cenário esportivo.

Em geral, as matérias focadas na contratação de Neymar fizeram poucas menções à situação política da Arábia Saudita. Alguns veículos aludiram ao príncipe Mohammed bin Salman e à acusação de envolvimento na morte do jornalista Jamal Khashoggi, mas esses pontos foram geralmente mencionados ao final dos textos, sem grande destaque. Ainda que o conceito de *sportswashing* tenha sido abordado em algumas reportagens específicas, o contexto político do regime ditatorial saudita recebeu menos aprofundamento.

Em uma crônica de Joe Hrakuri no LANCE!, por exemplo, o colunista e esportista observou que a aliança entre a família real saudita e o futebol transformou o esporte em um “palanque” para a imagem que o país deseja projetar ao mundo²⁷. Reconheceu, com indignação à essa estratégia, que esse investimento faz parte de um plano maior de autopromoção, mas, novamente, sem aprofundar nas questões controversas associadas à Arábia Saudita.

²⁵ Mais informações em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/as-regalias-de-neymar-na-arabia-saudita-aviao-r-27-mi-por-elogio-nas-redes-e-mais/>

²⁶ Mais informações em:

<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/futebol-pelo-mundo/2023/08/15/neymar-esperou-barcelona-ate-o-fim-e-nunca-viu-arabia-como-plano-a.htm>

²⁷ Mais informações em:

<https://www.lance.com.br/lancebiz/qual-o-real-motivo-por-neymar-ter-escolhido-a-arabia-saudita.html>

Dentre os veículos analisados, a CNN abordou de forma mais detalhada a Visão 2030, explicando, por meio de especialistas, a relação entre o governo, o Fundo de Investimento Público que controla os clubes e a influência estatal no esporte. Além disso, a emissora apresentou a perspectiva de que, amenizar a percepção internacional da ditadura saudita, também é uma estratégia voltada para a população interna. Segundo o cientista político José Antonio Lima²⁸, o futebol serve como uma maneira para o príncipe herdeiro conceder algumas liberdades sociais aos jovens sauditas, que estão cada vez mais insatisfeitos com as restrições impostas pelo regime, buscando legitimação doméstica.

Fernando Brancoli, professor entrevistado pela CNN²⁹, expressou ceticismo quanto à profundidade da modernização saudita, argumentando que a presença de astros como Cristiano Ronaldo e Neymar não reflete avanços reais na abertura política e econômica do país. Ele descreve esses investimentos como uma "maquiagem" para projetar uma imagem de modernidade enquanto as estruturas autoritárias permanecem inalteradas. Contudo, Brancoli admite que essa exposição ao mundo ocidental pode gerar consequências inesperadas, como o estabelecimento de novas empresas estrangeiras e uma "pseudo-abertura" que ativistas locais podem aproveitar para reivindicar novos direitos.

²⁸ Mais informações em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/arabia-saudita-futebol-e-parte-de-plano-global-mas-tambem-nacionalista/>

²⁹ Mais informações em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/minorias-podem-aproveitar-pseudo-abertura-da-arabia-saudita-para-buscar-direitos-diz-professor/>

7. APITO FINAL: CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca por respostas concretas pode nos levar a perder a sensibilidade diante de fenômenos complexos e em constante transformação. Este trabalho, ao explorar o *sportswashing* e sua relação com a comunicação estratégica, procura abrir espaço para um debate ainda pouco consolidado, mas que tem potencial para crescer e trazer contribuições relevantes para o campo das Relações Públicas.

A contratação de Neymar pela Arábia Saudita não é apenas mais uma transação no mercado do futebol. Ela se insere em um plano maior, refletido na Visão 2030, que tenta reposicionar o país tanto interna quanto externamente. Para o público interno, há o claro objetivo de oferecer entretenimento e fomentar o consumo local, criando uma atmosfera que vai além do futebol como esporte, transformando-o em uma experiência sociocultural dentro de um reino cuja maioria da população é jovem. Para o público externo, trata-se de um esforço deliberado de apresentar uma nova Arábia Saudita ao mundo: moderna, ambiciosa e conectada às grandes narrativas globais.

A análise da cobertura midiática evidenciou duas narrativas distintas. De um lado, a imprensa saudita celebra Neymar como um símbolo de integração e crescimento, quase romantizando sua chegada. Do outro, a imprensa brasileira adota um tom mais crítico, destacando as diferenças culturais e a motivação financeira, enquanto lamenta a decisão de um jogador icônico de deixar o futebol competitivo por um destino que ainda busca legitimação. Essas diferenças mostram como cada país projeta suas prioridades a partir de um mesmo acontecimento.

Por outro lado, é impossível negar o impacto das ações sauditas. O país virou manchete – deixando o próprio clube Al-Hilal como segundo plano – atraiu olhares e movimentou o debate, mesmo que as críticas ao *sportswashing* permaneçam. Não é apenas sobre ser visto como um grande investidor no futebol, é sobre insistir em moldar sua narrativa até que o mundo a aceite. E, de certa forma, essa persistência já está funcionando. A Arábia Saudita passou de coadjuvante para protagonista em um esporte que movimenta paixões e interesses econômicos.

Se os objetivos da Visão 2030 e a projeção de uma reputação positiva forem alcançados, só o tempo dirá. Mas uma coisa é certa: o uso estratégico do futebol já mudou o jogo para a Arábia Saudita. Seja no *glamour* das contratações ou na forma

como busca cativar internamente e impressionar externamente, o país mostra que sabe usar o esporte como novo elemento de sua identidade e ferramenta de transformação. Contudo, no mundo do futebol, sabe-se que não basta apenas entrar em campo, é preciso conquistar a torcida.

REFERÊNCIAS

AL-SAUD, Mohammad Bin Salman Bin Abdulaziz. **Saudi Vision 2030**. Disponível em: https://www.vision2030.gov.sa/media/rc0b5oy1/saudi_vision203.pdf. Acesso em: 20 jun. 2024.

BBC NEWS. Saudi Arabian reforms and political changes. **BBC**, 2011. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-14703480>. Acesso em: 20 jun. 2024.

BUONGERMINO, Henrique Faiani. **O que é orientalismo**. 2021. Disponível em: <https://sites.unipampa.edu.br/lehmai/o-que-e-orientalismo/>. Acesso em: 10 out. 2024.

CANOSSA, Carolina. Como a lavagem cerebral funciona. **Superinteressante**, 21 jul. 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-a-lavagem-cerebral-funciona>. Acesso em: 4 jul. 2024.

CARLTON, David. The History of Sportswashing: Tainted Reputation. [Local]: [Editora], 2023.

CHAMPLIN, S.; LI, M. Communicating Support in Pride Collection Advertising: The Impact of Gender Expression and Contribution Amount. **International Journal of Strategic Communication**, v. 14, n. 3, p. 160–178, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/1553118X.2020.1750017>.

EL PAÍS. Egoísta, exibicionista ou bom demais: Por que Neymar é um dos jogadores mais odiados do mundo. **El País**, 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2021-05-05/egoista-exibicionista-ou-bom-demais-por-que-neymar-e-um-dos-jogadores-mais-odiados-do-mundo.html>. Acesso em: 20 jul. 2024.

EXAME. Neymar se lesiona dias antes do seu aniversário. **Exame**, 2023. Disponível em: <https://exame.com/neymar-lesao-aniversario/>. Acesso em: 10 nov. 2024 .

FERNANDES. O que se passa por trás da venda de grandes clubes: Sportwashing. **Consulting Club**, 2022. Disponível em: <https://www.consultingclub.com.br/post/sportwashing-o-que-se-passa-por-tr%C3%A1s-da-venda-de-grandes-clubes>. Acesso em: 05 set. 2024.

FERREIRA, L. B.; BONFÁ-ARAUJO, B.; IGLESIAS, F. Lavagem cerebral: ciência, mito e pseudociência do controle psicológico. **Psicologia & Sociedade**, v. 35, p. e239120, 2023.

FIFA. Al Hilal no Mundial de Clubes. **FIFA**, 2024. Disponível em: <https://www.fifa.com/world-cup/al-hilal.html>. Acesso em: 10 nov. 2024.

FILOMENA. **Orientalismo e sua aplicação no discurso político**. 2023. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/9b0d6fee-2fa0-4e43-b6d5-a191bdb7d6ec>. Acesso em: 05 set. 2024 .

FREITAS NETTO, S. V. et al. Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. **Environmental Science Europe**, v. 32, n. 19, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>. Acesso em: 05 set. 2024.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao Sol e à Sombra**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

GLOBO ESPORTE. Neymar volta para disputar prêmio principal. **Globo Esporte**, 2012. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2012/01/envergonhado-e-feliz-neymar-diz-que-volta-para-disputar-premio-principal.html>. Acesso em: 10 nov. 2024.

GREENPEACE. Sportswashing: Definition and Examples. **Greenpeace**, 2023. Disponível em: <https://www.greenpeace.org.uk/news/sportswashing-definition-examples/>. Acesso em: 08 ago. 2024.

GRIX, Jonathan; DINSMORE, Adam; BRANNAGAN, Paul Michael. Unpacking the politics of 'sportswashing': It takes two to tango. **Politics**, [S.l.], v. 1–22, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/02633957231207387>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/home/pol>. Acesso em: 08 ago. 2024.

GOIS, Pedro Luis Ferreira. **O movimento LGBTQI, as marcas e as redes sociais: uma crítica a partir do pinkwashing**. 2020. Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4417/441768343007/html>. Acesso em: 08 ago. 2024.

INSTITUTO LEGADO. Combater o greenwashing e seus derivados deve ser uma ação conjunta. **Blog Instituto Legado**, 2022. Disponível em: <https://institutolegado.org/blog/combater-o-greenwashing-e-seus-derivativos-deve-ser-acao-conjunta/>. Acesso em: 08 ago. 2024.

LANCE. Quais são os jogadores com mais seguidores no Instagram? **Lance**, 2024. Disponível em: <https://www.lance.com.br/neymar-instagram-milhoes.html>. Acesso em: 10 nov. 2024.

LYON, T. P.; MONTGOMERY, A. W. The Means and End of Greenwash. **Organization and Environment**, v. 28, n. 2, p. 223–249, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>.

O GLOBO. Quem são os Houthis? Conheça grupo do Iêmen que apoia e faz ataques a Israel. **O Globo**, 2024. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2024/10/02/quem-sao-os-houthis-conheca-grupo-do-iyemen-que-apoia-e-faz-ataques-a-israel.ghtml>. Acesso em: 17 out. 2024.

REUTERS. FIFA made false claims about carbon neutrality at Qatar World Cup, regulator says. **Reuters**, 7 jun. 2023. Disponível em: <https://www.reuters.com/sports/soccer/fifa-made-false-claims-about-carbon-neutrality-qatar-world-cup-regulator-2023-06-07/>. Acesso em: 17 out. 2024.

SEMRUSH. Trending Websites. **Semrush**, 2023. Disponível em: <https://pt.semrush.com/trending-websites/br/sports>. Acesso em: 19 out. 2024.

TNT SPORTS. Neymar faz 32 anos: relembre trajetória e números do craque. **TNT Sports**, 2024. Disponível em: <https://tntsports.com.br/craques/Neymar-faz-32-anos-relembre-trajetoria-e-numeros-do-craque-brasileiro-na-carreira-20240205-0006.html>. Acesso em: 07 nov. 2024.

UOL. Arábia Saudita executou mais de 100 pessoas este ano. **UOL**, 2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2024/07/18/arabia-saudita-executou-mais-de-100-pessoas-este-ano.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 07 nov. 2024.

UOL. Neymar é anunciado pelo Al Hilal. **UOL**, 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/neymar-e-anunciado-pelo-al-hilal.htm>. Acesso em: 07 nov. 2024.

VEJA. Contra a tradição: Príncipe Bin Salman vira premier da Arábia Saudita. **Veja**, 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/contra-a-tradicao-principe-bin-salman-vira-premie-da-arabia-saudita>. Acesso em: 02 nov. 2024.

WATSON. Greenwashing: Lies companies tell about their environmental efforts. **The Guardian**, 20 ago. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/aug/20/greenwashing-environmentalism-lies-companies>. Acesso em: 13 ago. 2024.