

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
INSTITUTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Lucas Alves Chuba

**Conquistando pela paixão: a compra do Newcastle United F.C. e a ligação
com o soft power da Arábia Saudita**

São Paulo

2025

LUCAS ALVES CHUBA

**Conquistando pela paixão: a compra do Newcastle United F.C. e a ligação
com o soft power da Arábia Saudita**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Internacionais do Instituto de Relações Internacionais da Universidade de São Paulo como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientadora: Profa. Dra. Marislei Nishijima

São Paulo

2025

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na publicação
Seção Técnica de Biblioteca
Instituto de Relações Internacionais da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) Autor(a)

Chuba, Lucas Alves

Conquistando pela paixão: a compra do Newcastle United F.C. e a ligação com o soft power da Arábia Saudita / Lucas Alves Chuba; orientadora: Marislei Nishijima, -- São Paulo, 2025.

50 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Instituto de Relações Internacionais, Universidade de São Paulo, São Paulo.

1. Soft power 2. Arábia Saudita 3. Futebol 4. Sportswashing 5. Python I. Nishijima, Marislei, orient. II. Título.

CHUBA, Lucas A. **Conquistando pela paixão: a compra do Newcastle United F.C. e a ligação com o soft power da Arábia Saudita**. 2025. 50 p. Trabalho de Conclusão do Curso (Bacharelado em Relações Internacionais) – Instituto de Relações Internacionais, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2025.

RESUMO

Com a realização das Olimpíadas de Verão em Beijing em 2008 e a Copa do Mundo de Futebol Masculino de 2022 no Qatar, o termo *sportswashing* se popularizou nos meios jornalístico e acadêmico. O conceito passou a abarcar uma ampla gama de ações e políticas distintas de países, majoritariamente localizados no Oriente Médio. Sua conceituação, contudo, passou a receber muitas críticas por sua fragilidade teórica e a não consideração de seus impactos a longo prazo. Neste sentido, este trabalho buscou investigar a estratégia do *Saudi Vision 2030* e, especialmente, a aquisição do clube Newcastle United F.C., adquirido ao final de 2021 pelo *Public Investment Fund* (PIF) saudita, sob a ótica de *sportswashing* e, principalmente, de *soft power*. As estratégias associadas a esse planejamento saudita foram discutidas de forma holística, de maneira a não estabelecer uma visão reducionista de seus planos e objetivos almejados. O estudo buscou, como forma de mensuração quantitativa, analisar o sentimento atrelado a Arábia Saudita de um tradicional fórum online de torcedores do clube inglês, que possibilitou interpretar a maneira pela qual os torcedores foram e são influenciados, positivamente ou negativamente, e se houve uma legitimação da aquisição realizada pelo Estado por parte deste grupo. Para esse objetivo, foram empregadas metodologias de raspagem de dados (*web scraping*) para adquirir a base de análise e, posteriormente, utilizou-se, para a análise de sentimento, a técnica *Aspect-Based Sentiment Analysis* (ABSA, análise de sentimento baseado em aspecto) com auxílio de um modelo de linguagem de grande porte (*large language model*, LLM), implementado em linguagem de programação Python.

Palavras-chave: Soft power. Arábia Saudita. Futebol. Sportswashing. ABSA. Python.

CHUBA, Lucas A. **Conquering by the heart: the purchase of Newcastle United F.C. and its connection with Saudi Arabia's soft power**. 2025. 50 p. Undergraduate Thesis (Bachelor's Degree in International Relations) – Institute of International Relations, University of São Paulo, São Paulo, 2025.

ABSTRACT

With the staging of the 2008 Beijing Summer Olympic Games and the 2022 FIFA World Cup in Qatar, the term sportswashing became popular in journalistic and academic debates. The concept began to encompass a wide range of actions and policies adopted by countries, mostly in the Middle East. Its conceptualization, however, has been criticized for its theoretical fragility and for neglecting long-term impacts. In this context, this study investigates the Saudi Vision 2030 strategy and, in particular, the acquisition of Newcastle United F.C. at the end of 2021 by the Saudi Public Investment Fund (PIF), from the perspective of sportswashing and, especially, soft power. The strategies associated with this Saudi planning are discussed holistically, in order to avoid a reductionist view of its plans and intended goals. As a quantitative measure, the study analyses the sentiment towards Saudi Arabia expressed in a traditional online forum of Newcastle United supporters, which makes it possible to interpret how fans were influenced, positively or negatively, and whether there was legitimation of the State-led takeover by this group. To this end, web scraping techniques were employed to construct the analytical dataset and, subsequently, the Aspect-Based Sentiment Analysis (ABSA) approach was used for sentiment classification, supported by a large language model (LLM) implemented in the Python programming language.

Keywords: Soft power. Saudi Arabia. Football. Soccer. Sportswashing. ABSA. Python.

SUMÁRIO

1. Introdução	7
2. Referencial Teórico e Conceitos Fundamentais	11
2.1 O conceito de Soft Power e sua evolução	11
2.2 Sportswashing: conceito acadêmico ou expressão midiática?	14
2.3 O esporte como ferramenta diplomática e econômica.....	20
3. Estudo de Caso: Newcastle United e a Arábia Saudita	24
3.1. A Arábia Saudita e o Saudi Vision 2030.....	24
3.2. PIF e a Premier League: a compra do Newcastle United.....	27
3.3. Conquistando pelo coração: analisando o sentimento em fórum de torcedores.....	36
4. Conclusão	44
Referências	46
Apêndice A	50

1. Introdução

Os últimos anos foram de profundas mudanças para o campeonato inglês de futebol, iniciadas com a fundação da *English Premier League* (EPL) em 1992, que estabeleceu um sistema de liga que agregava todos os times da primeira divisão inglesa. Estes passaram a negociar de forma conjunta os contratos de direitos de transmissão e patrocínio realizados, com pesos iguais nas votações de decisão da liga, de forma a tornar o esporte mais organizado, igualitário e, também, mais rentável (Robinson; Clegg, 2018). A constituição da *Premier League* se tornou um marco do sucesso econômico da liga, firmando acordos com cifras cada vez maiores, contratando jogadores e técnicos considerados do mais alto escalão e se tornando polo de grandes investimentos em futebol, sejam eles de direitos de imagem, patrocínios e da própria aquisição de clubes.

Neste contexto, vultosos investimentos em times passaram a ser parte determinante de seu futuro. Por exemplo, no início dos anos 2000, a aquisição do Chelsea Football Club por Roman Abramovich, investidor russo ligado à indústria petrolífera, com abundantes aportes financeiros, permitiu que um modesto clube do centro de Londres figurasse, em 2024, como o nono clube mais valioso do mundo (Forbes, 2024). A aquisição dos clubes ingleses por investidores, nacionais e principalmente estrangeiros, e por conglomerados esportivos passou a se tornar um investimento bastante comum entre grandes investidores internacionais. Na temporada 2024/2025, dos 20 clubes presentes na primeira divisão da EPL, 14 eram de propriedade estrangeira, majoritariamente advindos da América do Norte - dos Estados Unidos, principalmente - e da Ásia. Para Ludvigsen (2019), há uma conexão direta entre a forma como a EPL possibilitou a comercialização e a expansão internacional do futebol inglês e a atração destes investimentos estrangeiros, que visualizaram o esporte como um mercado cada vez mais rentável e lucrativo.

Se, por um lado, a compra dos clubes por estrangeiros ou mesmo nacionais, propiciam que estes alavanquem seu aporte financeiro, diminuam suas dívidas, e permitam uma remodelação financeira e estrutural, por outro surgem questões conflituosas entre a história e tradição de um clube e a sua aquisição por seus novos proprietários, que podem não estar de acordo com sua herança cultural e não respeitar seu legado. Neste sentido, o caso do Manchester United pode ser apresentado como um exemplo, com a relação conflituosa com a família Glazer. Proprietária do clube desde 2005, a interferência no estilo do clube e as decisões financeiras voltadas cada vez mais para a lucratividade da família e não para a instituição geraram uma aversão enorme entre os torcedores. Uma simbologia desse conflito é o grito de

“*Glazer Out!*” que se tornou cada vez mais frequente dentro e fora do estádio Old Trafford (De Laurentiis, 2019), como nos protestos ocorridos em importantes momentos pré-jogos, como evidenciado pela figura 1.

Figura 1: Imagem dos protestos realizados em 2022 por milhares de torcedores do clube inglês Manchester United contra a presença da família Glazer como proprietários do clube, nos arredores do estádio Old Trafford, em Manchester.



Fonte: Peter Byrne/ PA Wire

Mais recentemente, o cenário futebolístico passou a ganhar uma camada adicional de complexidade com a entrada dos atores estatais, não necessariamente democráticos, como agentes importantes na compra de clubes de futebol, em todo o continente europeu. Neste contexto, clubes relevantes passaram a ser adquiridos por entidades ligadas a Estados, especificamente, os casos de Manchester City F.C. e o Abu Dhabi United Group, em 2008, e, mais recentemente, o Newcastle United F.C., adquirido pelo PCP Capital Partners e RB Sports, consórcio liderado pelo Fundo de Investimento Público (PIF) da Arábia Saudita, em 2021. Ao analisar a compra do clube do nordeste inglês, Jones et. al. (2023) apontam que, por mais que haja uma heterogeneidade entre as opiniões sobre a tomada de controle do clube por um Estado associado a violação de diversas normas de direitos humanos - tais como tortura, assassinato, repressão dos direitos de liberdade de expressão, desigualdade em direitos de gênero, raça e orientação sexual e religiosa, houve um processo de redefinição e de ignorância deliberada por parte de seus torcedores de forma a se acomodar com a nova hierarquia.

O debate sobre o investimento saudita no futebol inglês adentra as relações internacionais não só por ser uma questão econômica multinacional dentro do esporte, mas também por verter os limites tradicionais de um investimento esportivo, estabelecendo o Estado como parte interessada desta relação. A utilização do esporte, e seus empreendimentos associados, como ferramenta de influência da opinião pública nacional e estrangeira por um Estado vem sendo mecanismo comum dentro das relações internacionais. O conceito de *soft power* explica o fenômeno e seu desenvolvimento até o formato denominado de *sportwashing*, elucidando estas transformações (Nye, 2021). O *soft power* é um instrumento de influência de um país sobre outros por vias culturais ditas “leves”, sem incluir coerção ou força militar. Reflete a presença de um Estado permeando a sociedade de outro, por meios culturais e de seus valores políticos, seja através do cinema, da música, da literatura ou da propaganda. O *sportwashing* traz uma dimensão adicional ao *soft power* à medida que permite que recursos obtidos por Estados nacionais que utilizam de políticas ilegais ou moralmente reprováveis dentro do seu território possam ser usados como forma de financiamento de atividades esportivas. O esporte, neste debate, se tornou objeto de estudo mais relevante dentro das relações internacionais, principalmente com o advento da Copa do Mundo de Futebol Masculino no Qatar em 2022, possibilitando a obtenção de influência por meios não violentos e não necessariamente econômicos.

Considerando este pano de fundo, este trabalho de conclusão de curso se propõe a analisar a compra do time de futebol Newcastle United F.C. pelo PIF da Arábia Saudita de forma a estudar as implicações que uma ação dessa magnitude pode ocasionar dentro da sociedade inglesa e a forma como estes passaram a enxergar o país saudita. A Arábia Saudita é um país autocrático, com amplas evidências e denúncias de desrespeito aos direitos humanos, tendo como principal fonte de riqueza as gigantescas reservas de petróleo de baixo custo de extração (Wehrey, 2015). Para essa finalidade, foi realizado um estudo de caso baseado na literatura acadêmica e em diferentes organismos, além de uma análise quantitativa sobre a percepção dos torcedores sobre o Estado nos últimos anos.

Tal investigação permite estudar o conceito de *soft power*, sua relação com o esporte – especialmente o futebol, e a própria conceituação de *sportwashing* a partir de um estudo de caso ilustrativo, além de fornecer um olhar mais próximo sobre os atuais movimentos de países, principalmente do Oriente Médio e Ásia, dentro do cenário esportivo. A análise permitirá um entendimento maior sobre os seus interesses para além dos ganhos econômicos, e os impactos reais dentro da percepção pública ocasionado por suas ações.

Além desta introdução, a seção 2 discute os conceitos mais gerais do fenômeno descrito acima, tanto sobre o mercado europeu de futebol quanto sobre a teoria de *soft power* e *sportswashing* por trás das relações internacionais. A seção 3 detalha o estudo de caso da compra do time de futebol Newcastle United F.C. pelo PIF da Arábia Saudita e adentra a análise quantitativa. Por fim, a seção 4 conclui com os principais achados sobre o tema.

2. Referencial Teórico e Conceitos Fundamentais

Este estudo propõe-se a investigar a compra do Newcastle United F.C. pelo fundo gerido pela Arábia Saudita. Para tanto, utilizou-se das teorias das Relações Internacionais para fundamentar a investigação realizada a partir da Revisão da Literatura. A partir destes conceitos, o trabalho se aprofundará no estudo de caso, utilizando exemplos e notícias recentes para fundamentar o seu entendimento.

2.1 O conceito de *Soft Power* e sua evolução

De forma a compreender o comportamento da Arábia Saudita e entender como uma ação relacionada ao investimento financeiro em um time de futebol gera impactos nas Relações Internacionais de um país, necessitamos assimilar uma concepção mais abrangente de poder, para além das definições tradicionais alçadas pela Teoria Realista. Dentro do contexto global pós-Segunda Guerra Mundial, Joseph Nye (1990) instaura este debate a partir de uma separação entre o que seria o *hard power* e o *soft power*, visando interpretar esta nova dimensão do poder, que se tornava menos uma relação direta entre capacidade econômica e militar, sendo menos coerciva e menos palpável. As definições de poder eram delimitadas pelas quantidades dos seus recursos, sendo preditivas e observáveis, enquanto que o contexto das relações internacionais à época não podia ser unicamente explicado através destes parâmetros, sendo necessário entendermos a efetividade desse poder perante o seu contexto (Nye, 2021). O domínio dos Estados Unidos, ao final do século XX, não podia ser explicado apenas do ponto de vista de recursos tangíveis e materiais, a hegemonia estadunidense ganhava uma nova dimensão, não mais mensurável pelas suas “cartas na mão”, e que passava a ser, para o autor, uma dimensão de recursos culturais, ideológicos e institucionais.

A introdução do conceito criado por Nye inaugurou um novo paradigma dentro das Relações Internacionais, gerando diversos debates sobre a definição de poder, seus limites e usabilidade. Essa discussão se tornou um eixo acadêmico importante em sua trajetória acadêmica e na disciplina de uma forma global. Em sua obra *Soft Power: The Evolution of a Concept* (2020), Nye estabelece que o poder não pode ter sua definição delimitada a um embate dicotômico, devendo levar em conta o contexto no qual está inserido e se afastando do balanço realista entre controle/dominação. O autor procurou uma definição mais robusta do conceito *soft power*, e procurou diferenciar da diplomacia pública e da propaganda, apesar de estes estarem, em muitos momentos, sobrepostos. Nye (2008) apresenta *soft power* como a habilidade dos agentes de obterem os resultados desejados não pela coerção ou pelo pagamento,

mas por sua capacidade de atração, sendo definida pelo conjunto de seus recursos culturais, valores e políticas. Para ele, *soft power* ainda poderia ser combinado com o conceito de *hard power*, resultando em *smart power*.

Desta maneira, *soft power* pode ser designado como a habilidade de um determinado Estado adquirir os resultados almejados através de um efeito atrativo, não relacionado com a coerção, utilizando-se de recursos intangíveis, como a cultura, a ideologia e as próprias instituições. Neste ponto, o autor não quer estabelecer uma definição binária, mas indica que para entendermos as relações de poder no mundo atual é necessário pensar em poder como um espectro, dentro do qual encontramos *soft power* como um de seus elementos. Nye (2021) expõe

Como eu disse, ‘muitos tipos de recursos podem contribuir para *soft power*, mas isso não significa que *soft power* pode ser definido como qualquer tipo de comportamento. Estabelecer uma *agenda-setting* é entendido como legítimo por seus pares, da mesma maneira, a atração positiva e persuasão fazem parte do espectro de comportamentos dos quais eu incluo no *soft power*. *Hard power* é impor, *soft power* é atrair’. Ou, ainda, para utilizar uma metáfora comum, *hard power* é como oferecer recompensas ou punições, enquanto que *soft power* opera como um ímã. (Página 6, tradução própria)

No conceito de *soft power*, a atração se tornou elemento central, podendo ser direta e planejada ou indireta e impremeditada, e que, ao final, preserva margem para uma decisão voluntária dos agentes receptores desta influência – podendo esta influência ser fundamentada em informações verdadeiras ou falsas. Ele é muitas vezes associado a formas intangíveis, sendo conectado à cultura, aos seus valores políticos e morais e às suas próprias políticas externas (Nye, 2008). A sua efetividade irá depender da forma com a qual é realizada pelo ator ativo e também da maneira com a qual será recebida pelo receptor.

A estratégia de um Estado na aplicação de *soft power* não possui uma única forma de atuação; ela pode ser aplicada por inúmeras ferramentas, passando pela diplomacia, pela propaganda, pela cultura, pelo turismo, pelas produções audiovisuais e, até mesmo, pelo esporte. As projeções dos atores ganharam novas formas nas últimas décadas, com a expansão da democracia e, principalmente, dos meios de comunicação, tendo a sua efetividade atrelada à maneira como é percebida pelo seu público-alvo, que pode variar enormemente pensando no contexto global atual (Nye, 2021). Para Grix e Brannagan (2024), o conceito de *soft power* se encontra dentro do guarda-chuva da diplomacia esportiva como uma das formas de estabelecer relações entre diferentes atores que usam o espectro esportivo como uma maneira de atingir seus objetivos políticos.

A literatura destaca o papel dos eventos esportivos como um artifício da diplomacia esportiva, podendo ser utilizada como um modificador da percepção pública, tanto doméstica quanto externa. A utilização do esporte como instrumento de *soft power* ganha contornos particulares por possuir um alcance global e estar intrinsecamente relacionado às emoções e aos valores identitários das pessoas, tornando-o um meio eficaz de provocar a opinião pública.

Até os séculos XIX e XX, os megaeventos esportivos apresentavam-se como uma das únicas e mais eficazes formas de projetar Estados internacionalmente, garantindo uma visibilidade e repercussão única perante a opinião pública. Foi o caso das Olimpíadas de Berlim, em 1936, em que Adolf Hitler e o governo nazista, apresentaram a Alemanha como um país próspero e grandioso, ganhando repercussão positiva pela mídia internacional (Boykoff, 2022). Até mesmo atletas passaram a ganhar relevância como figuras públicas e representativas de nações, sendo descritas como *diplomats in tracksuits*, portando como agentes informais da diplomacia e cultura de seu país natal. A chegada do novo milênio representou uma transformação decisiva no esporte, especialmente no futebol. A expansão do capitalismo gerou um grande impacto no mercado futebolístico, elevando os valores de transmissões, premiações e patrocínios, e remodelando as regulamentações de transferências, como grande exemplo a Lei Bosman¹. Paralelamente, tivemos a entrada de novos investimentos, nacionais e estrangeiros, inicialmente vinculados a figuras centrais do esporte e da política, como Silvio Berlusconi, Roman Abramovich e Florentino Pérez. Hoje, contudo, esta centralidade se divide entre o eixo dos indivíduos e, um novo eixo, dos Estados-nação como Qatar, Emirados Árabes Unidos e Arábia Saudita.

Os investimentos esportivos ligados a Estados ganharam dimensões diversas, perpassando por patrocínios diretos, como do governo ruandês no clube londrino Arsenal F.C. ilustrado pela figura 2; o recebimento de eventos e megaeventos, como a final da Supercopa da Espanha de 2022 a 2025 na Arábia Saudita e a Copa do Mundo de Futebol Masculino no Qatar em 2022; a criação de torneios exclusivos ocorrendo nos países do Golfo Pérsico, como o LIV Golf e os *grand prix* de Bahrain e Jeddah; e a compra de clubes estrangeiros, como Manchester City pelo Abu Dhabi United Group, Paris Saint-Germain pela Qatar Sports Investments e do Newcastle United F.C. pelo *Public Investment Fund*. A entrada dos Estados no setor esportivo

¹ A “Lei Bosman” foi denominada desta maneira após a corte europeia de justiça decidir que Jean-Marc Bosman tinha liberdade para sair do RFC Liege após o fim de seu contrato, sem necessitar da aprovação do seu clube. Esta abertura permitiu negociações de salários e bônus em uma nova dimensão, visto não ser mais necessário a negociação de taxas de transferência entre clubes. Além disso, uma outra consequência, foi o fim da regra de escalar no máximo três jogadores estrangeiros em competições continentais, tendo liberdade para escalar qualquer jogador nacional de algum país membro da União Europeia.

é impulsionada por suas motivações geopolíticas e econômicas, principalmente ao observarmos países emergentes. O setor passa a ser utilizado como uma ferramenta estratégica para ganhar atração e reconhecimento internacional, permitindo um cenário favorável para a divulgação de sua cultura, economia, valores e agenda política (Chadwick; Widdop; Burton, 2022).

Figura 2: Camiseta Arsenal da temporada 2023/2024 com o logo do patrocínio “Visit Rwanda” em sua manga.



Fonte: Ryan Pierse/Getty Images

A relação entre aportes financeiros, patrocínios e recebimento de grandes eventos com Estados não se restringe aos países do Golfo Pérsico. Desde o início do milênio, tais práticas também perpassam pelos países do BRICS, desde as Olimpíadas de Pequim de 2008 até a Copa do Mundo da Rússia em 2018. Ainda assim, as enormes movimentações financeiras e a constante presença dos países do chamado Oriente Médio foram de grande magnitude e acabaram por consolidar um termo específico para estas práticas: o *sportswashing*.

2.2 Sportswashing: conceito acadêmico ou expressão midiática?

O conceito de *sportswashing* tem sua primeira menção em matéria do jornal britânico *Independent*, publicada pelo jornalista Gulnara Akhundova sobre a realização dos Jogos Europeus de 2015, em Baku, Azerbaijão. A primeira edição do evento multiesportivo europeu passaria a ser sediada na capital azeri, tomada por denúncias de violação dos direitos humanos, como perseguição política, censura jornalística e do direito de expressão, e a violência policial contra seus opositores. A matéria de Akhundova buscou trazer visibilidade às diversas

acusações da população civil e política azeri que, mesmo sob pressão perante a opinião pública, ganhavam força e notoriedade frente às declarações e movimentos de importantes lideranças esportivas. Segundo o jornalista, a audiência positiva gerada por essas relações públicas escondia as críticas frente aos casos de corrupção, violência e opressão que o país sofria no período. Ao final de seu artigo, Akhundova (2015) expõe

Regimes tirânicos e corruptos candidatam-se a sediar grandes eventos esportivos na esperança de os utilizarem como propaganda. Nós não podemos permitir que eles tenham êxito em sua estratégia. Em solidariedade aos prisioneiros políticos azeris, nós temos que deixar claro para o regime que eles não podem “lavar com o esporte” (*sportswash*) sua reputação. Esportes não podem ser colocados acima de direitos humanos. (Tradução própria)

O surgimento do termo pode ter sido feito a partir de uma matéria jornalística, mas também ganhou relevância dentro da academia na última década. Nos últimos anos, é possível observar um aumento relevante de artigos que mencionam o termo, ganhando reconhecimento e importância dentro de debates, sendo inclusive incluído no *Oxford English Dictionary* a partir da sua edição de 2018 (Skey, 2023).

O termo *washing* surge como uma forma de ocultar vícios e ações imorais proporcionando que estas recebam menos atenção do que deveriam, encobertas pela atração que as atividades voltadas para a sustentabilidade, como no caso do *greenwashing*, e do esporte, no *sportswashing*, passam a receber após sua “lavagem” (Fruh; Archer; Wojtowicz, 2023). Apesar do aumento da sua importância nos últimos anos, o conceito *sportswashing* ainda não possui uma definição bem estabelecida e aceita pela literatura como sua definitiva. Boykoff (2022) procura definir *sportswashing* como o fenômeno através do qual líderes políticos e nações utilizam o esporte como meio de gerar atenção e legitimação para mascarar e se distanciar de críticas e denúncias da opinião pública, doméstica e internacional, sob sua governança, podendo ocorrer tanto em sistemas democráticos como em regimes autoritários.

Segundo Fruh, Archer e Wojtowicz (2023), a utilização do *sportswashing* possibilita que seus agentes atinjam seus objetivos por meios diferentes, ainda que possam se encontrar sobrepostos de alguma forma. A realização de mega-eventos, se tornando sede de importantes torneios, e até mesmo os grandes investimentos em clubes, permite gerar uma distração, evidenciando mensagens mais positivas e abafando as notícias que questionam seu posicionamento e ações. De maneira similar, estes eventos minimizam a relevância, até mesmo em termos de volume jornalístico, de tais críticas, limitando o destaque que elas teriam em situações típicas. Uma terceira forma de alcançar seus propósitos é através da própria

normalização destas ações, pela qual as violências e opressões passam a ser consideradas comuns e cotidianas perante seus telespectadores. Há uma forte ligação entre as comunidades e suas paixões esportivas, que perpassam pelo engajamento e a defesa dos interesses em relação ao clube, a nação e os atletas, de maneira que as questões éticas e morais perdem seu espaço e, conseqüentemente, importância para a opinião pública.

A constante presença desses países em grandes eventos esportivos permite o seu envolvimento em uma nova esfera de atores, dos quais agora passam a estar mais próximos para receber a sua mensagem, estabelecer diálogos e, até mesmo, se tornarem defensores de suas iniciativas (Ganji, 2023). Gianni Infantino, atual presidente da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA), saiu em defesa da escolha da Arábia Saudita como sede da Copa do Mundo de Futebol Masculino em 2034, após a manifestação de diversas ONGs internacionais, como a Anistia Internacional e a *Humans Right Watch* criticarem duramente a escolha do país do Golfo Pérsico como sede de um dos maiores eventos esportivos da atualidade. Em suas declarações, Infantino alegou que a Arábia Saudita “está se abrindo para o mundo” e que um evento como a Copa do Mundo é “um catalisador para melhorias e mudanças sociais” (FIFA, 2024).

Embora o termo *sportswashing* tenha ganhado relevância dentre instituições internacionais, veículos de mídia e na literatura acadêmica, ele ainda não possui uma definição precisa, o que prejudica a forma pela qual é vista por diversos autores. Boykoff (2022), admite que, apesar de termos uma definição, não há elementos claros e objetivos para determinarmos sobre a atuação de *sportswashing*, requerendo que observemos o seu contexto político e o público que será atingido. Esta nebulosidade permite que o termo seja utilizado de maneira descuidada, com uma demasiada abrangência de seu significado e, de certa maneira, carregado de orientalismo² em suas aplicações. A literatura sobre *sportswashing* e do uso do esporte como ferramenta de *soft power* diverge sobre a pertinência da expressão e seu valor analítico. Chadwick, Widdop e Goldman (2023) criticam a sua utilização voltada, quase de forma exclusiva, para países árabes, monárquicos e situados no Golfo Pérsico, a despeito de estratégias semelhantes em países fora desta região. Os autores questionam a maneira pela qual a relação entre investimentos relacionados ao esporte ganha um peso desproporcional nas críticas e uma utilização sem critérios constantes. Eles debatem sobre a maneira de nunca levantarmos

² Fundado por Edward Said (1978) em livro de mesmo nome, o termo Orientalismo expressa a forma com que a visão ocidental perpassa pelos países do oriente, baseada em estereótipos e representações generalizadas, que colocam, muitas vezes, em uma posição de inferioridade. O termo espelha uma certa relação de poder, justificando uma dominância política, econômica e cultural.

suposições parecidas de “lavagem de imagem” quando são feitos grandes investimentos em cinema ou turismo, trazendo uma fixação destas críticas especificamente ao esporte. Estes argumentos expõem a necessidade de sairmos do local genérico que as críticas de *sportswashing* promovem, evitando o uso de um termo ainda pouco embasado, e olharmos de maneira mais holística para seus mecanismos e impactos reais dentro do cenário internacional. Seguir da maneira com a qual o termo é utilizado hoje, nos fará retornar a uma visão imperialista ou orientalista sobre a maneira com que observamos este fenômeno.

A forma como o termo *sportswashing* vem sendo empregado gera interpretações equivocadas e reducionistas sobre o fenômeno. A ênfase no Estado investidor induz o entendimento de que as práticas são realizadas unicamente de suas vontades e ambições políticas, negligenciando o fato de que esses investimentos e operações necessitam de um ambiente que demanda e permite que ele possa obter êxito. Nesse sentido, Grix e Brannagan (2024) ressaltam que as críticas não podem ser unicamente direcionadas ao agente executor – frequentemente os países não ocidentais –, devendo reconhecer a existência de um arranjo entre os Estados “centrais”, capazes de oferecer prestígio e poder cultural, e os Estados “periféricos”, que possuem as capacidades financeiras e buscar por maior reconhecimento e influência internacional e doméstica.

Em um artigo mais recente, Grix, Dinsmore e Brannagan (2025) postulam que o marco conceitual que eles atribuem a *sportswashing*, entendido como um processo bidirecional de ganhos de capital cultural, social e econômico para ambos os envolvidos, permanece válido. No entanto, os autores argumentam que esse processo mútuo faz parte do primeiro passo para o ganho de credibilidade e atratividade que, como seu objetivo final, resultará na aquisição de *soft power*. Durante sua análise teórica, os autores conceituam o curso dessas ações em três ondas evolutivas pelas quais as ações de um Estado transitam até se tornarem uma ferramenta consolidada de *soft power*.

A primeira onda é caracterizada por investimentos que visam a aquisição de poder cultural e prestígio de forma a ofuscar cobertura midiática, normalmente crítica ou opositora ao governo investidor. Esta onda tem uma imediata resposta, apresentada pelos autores como a segunda onda, que é manifestada pelo aumento das críticas narrativas, que questionam a legitimidade, moral e apresentam o Estado como incompatível com os “valores e normas” dos países receptores, sejam estas alegações justificadas por claros crimes de direitos humanos ou somente alimentadas por suas diferenças culturais latentes.

A terceira onda é marcada pelo momento de arrefecimento destas críticas, no qual o investimento e a presença do país investidor são normalizados, diminuindo o número de reportagens e matérias condenatórias, decaindo a própria associação entre aquele investimento e a tentativa de acobertamento de suas transgressões. Dessa forma, as estratégias do Estado investidor começam a ganhar corpo e a atingir seus objetivos, retirando do imaginário a noção de *sportswashing* e consolidando, progressivamente, o ganho de *soft power* (Grix; Dinsmore; Brannagan, 2025).

A abordagem realizada por Grix, Dinsmore e Brannagan (2025) ganha relevância pela habilidade de entender o mecanismo de *sportswashing* não como um fim em si mesmo, mas como uma forma de adquirir *soft power* no longo prazo. Há uma clara tentativa de enquadrar estes tipos de movimentação, isto é, a compra de clubes tradicionais, a realização de eventos ou torneios em seus países como sede, ou até o investimento direto e abundante em ligas nacionais, como um movimento isolado e instantâneo de forma a garantir uma boa impressão perante a população mundial. Este entendimento parece errôneo já que, como exemplificado pela chamada “segunda onda” no artigo dos autores, traz consigo uma enxurrada de críticas e comentários negativos na mídia internacional e dos próprios esportistas. Podemos observar pelo *Anholt-Ipsos Nation Brands Index* (NBI)³ que os investimentos feitos por Qatar, Emirados Árabes Unidos e Arábia Saudita não trouxeram um incremento direto na percepção da imagem em sua avaliação. Previamente, em 2022, os países ocupavam as posições, 53º, 46º e 57º, passando para posições pouco melhores no senso de 2023, seguindo 50º, 45º e 54º, respectivamente.

Neste sentido, entendemos que há uma desconexão do objetivo central do *washing*, já que não percebemos um distanciamento de opiniões negativas; estas ações questionáveis, de certa forma, tornam os Estados ainda mais expostos no cenário internacional para sua condenação e desaprovação. Ganji (2023) expõe

Se os seus esforços ao realizar *sportswashing* estão te dando uma reputação de um grande *sportswasher*, então fazer *sportswashing* está realmente te ajudando? Se esse problema está incomodando as monarquias do Golfo, isso não parece estar diminuindo o seu ritmo por causa disso. Pelo contrário, elas estão expandindo seus investimentos esportivos para além do futebol. (Página 73, tradução própria)

³ O NBI é uma pesquisa global que busca medir a percepção mundial de sessenta nações, mensurando o poder e o apelo destas a partir de seis dimensões: exportações, governança, cultura, pessoas, turismo, e imigração e investimento (The Anholt-Ipsos Nation Brands Index, 2023).

A própria maneira com a qual o termo é desqualificado e diminuído pelos Estados perpetradores questiona a sua real utilidade e relevância. Em entrevista realizada junto ao jornal *The Guardian*, Mohammad bin Salman, príncipe herdeiro e primeiro-ministro da Arábia Saudita, demonstra indiferença e demérito de terem suas ações estatais adjetivadas como uma “lavagem de suas ações”. Os ganhos econômicos recentes trazidos pela diversificação de investimentos parecem exceder as constantes críticas e acusações das mídias e dos governos opositores.

Neste contexto, a ausência de uma definição clara das estratégias dos chefes de governo e de suas figuras centrais – incluindo suas motivações, o seu público-alvo e os próprios objetivos almejados das políticas de investimentos esportivos e de sua expansão internacional – constituem uma obstrução para consolidarmos e definirmos um conceito mais preciso e sistemático de *sportswashing* (Nauright; Ramfjord, 2010). E, apesar das dificuldades conceituais e do desprestígio direcionado ao termo por figuras centrais, como bin Salman, o conceito possui certo valor ao permitir contribuições importantes dentro do sistema internacional.

A caracterização de uma ação como *sportswashing* projeta holofotes ao seu entorno, de maneira a gerar mais engajamento e significância do que talvez ele teria em outra era. Como exposto acima, *sportswashing* por *sportswashing* impede que crimes contra direitos humanos, ações autoritárias e abusivas sejam totalmente acobertadas por estes investimentos, trazendo, de certa maneira, ainda mais evidência e conhecimento à população mundial sobre eles. Caberá analisarmos a extensão dessa ação, os seus ganhos e perdas no longo prazo, e a maneira pela qual são manejados pelos Estados. Há ainda a necessidade de expandirmos o uso do termo para além dos atores não-ocidentais, ademais de exemplos como Qatar, Arábia Saudita, Rússia e China, e iniciarmos debates sobre a sua utilização em eventos como as Olimpíadas de Londres 2012 e de Paris 2024, tanto em uma ótica internacional quanto doméstica (Skey, 2023).

O histórico do termo *sportswashing* apesar de recente, iniciado em 2015, teve um aumento incontestável de sua relevância teórica e jornalística no cenário esportivo, político e internacional. O conceito, se por um lado chegou a ganhar uma delimitação mais clara e concisa, como a realizada por Boykoff, ainda se encontra em um espaço nebuloso entre os autores, que divergem sobre a sua real função e contribuição para a academia. A abordagem realizada por Grix, Dinsmore e Branngan (2025) permite uma conceituação diferente, de maneira a entender o *sportswashing* como uma primeira onda até alcançar ganhos de longo prazo de *soft power*, que possibilita entender a ação não como fim em si mesma e nem como um termo

inaproveitável. Portanto, o desafio analítico está em entender o seu papel, e capacitá-lo para ampliar o seu uso – retirando-o de caráter exclusivo aos não-orientais – e ser capaz de estruturar a relação entre todos os atores envolvidos e não somente o Estado investidor.

2.3 O esporte como ferramenta diplomática e econômica

O esporte possui um valor simbólico e instrumental enorme, sendo utilizado desde a Antiguidade grega como instrumento para atingir objetivos políticos domésticos e externos. A passagem dos séculos permitiu um espaço ainda maior para o esporte dentro do sistema internacional com as realizações da primeira Olimpíada, em Atenas (1896), e, posteriormente, com a primeira edição do Campeonato Mundial de Futebol Masculino, no Uruguai (1930).

A diplomacia pública se estabeleceu como uma forma de comunicação direta entre os Estados e o estrangeiro, na tentativa de gerar conhecimento na percepção do público, e também adquirir confiança, possibilitando uma maior cooperação e atração entre ambos os países (Melissen, 2005). Dentro deste arcabouço da diplomacia pública temos a diplomacia esportiva. Esta é entendida por Grix e Brannagan (2024) como um instrumento que engloba não só os megaeventos, mas também os valores e impactos que as confederações, ligas, clubes e atletas possuem dentro do cenário internacional, seja este um cenário exclusivamente esportivo ou que permeia o espaço econômico, social e cultural. Ao distinguir a diplomacia esportiva desta maneira, os autores entendem os efeitos por ela gerados como parte de seu “guarda-chuva” conceitual, englobando desde *soft power* (desde que relacionado ao esporte) e alcançado outros fenômenos, como o *sportswashing*.

O esporte passou a ter destacado o seu valor de forma significativa, visto a sua multidimensionalidade e capacidade de atuar no sistema internacional. Ele possui a habilidade de gerar influência entre os tomadores de decisão, catalisar a atração de países, cidades e populações, estabelecendo redes valorosas entre atores, como forma a estabelecer uma conexão positiva por meio de suas atividades. Esta diversa gama de possibilidades levou os agentes internacionais a reconhecerem as potencialidades estratégicas do esporte (Jarvie, 2024). Por conta dessa capacidade do esporte de transmitir as políticas, culturas e valores de um Estado, empacotados junto ao turismo dentro de um pacote atrativo, observamos uma capacidade de apresentar a diplomacia pública estatal de forma a ser melhor recebida e absorvida, possibilitando a produção de *soft power*, em sua instância final (Nye, 2008).

Para Nygård e Gates (2013), o esporte possui quatro mecanismos pelos quais pode manifestar a sua capacidade de adquirir *soft power*. O primeiro dentro desta lista é denominado

de construção de imagem (*image-building*), pela qual os Estados se utilizam de uma extensa mobilização de capital econômico e humano para ganhar visibilidade e atenção no cenário mundial. Um segundo mecanismo é a construção de plataformas de diálogo (*building a platform for dialogue*) que, sem a utilização do esporte, poderia passar por muito mais entraves. Este pode ser exemplificado pela Diplomacia do Ping-Pong⁴ e até mesmo pelo Jogo da Paz⁵. A própria capacidade de gerar confiança, permitir aproximações e construir a paz dentro de um ambiente harmonioso e pacífico é apontada como um mecanismo do esporte na obtenção de *soft power*, o qual denominamos construtor de confiança (*trust-building*). Por fim, um último mecanismo é a maneira pela qual o esporte pode ser utilizado para reconstituir sociedades, restabelecer comunicações, aprofundar e iniciar integrações, sendo utilizado até como uma plataforma antirracista. A Copa do Mundo de Rúgbi de 1995 permitiu um momento de demonstração pública de reconciliação entre a população sul-africana após décadas de apartheid, com a entrega do troféu para o capitão sul-africano vir das mãos do presidente à época, Nelson Mandela. De maneira similar, Jarvie (2024) aborda como o jogo amistoso entre Tampa Bay Rays e a seleção cubana de beisebol serviu como uma porta de cooperação e integração entre os Estados Unidos e Cuba. Na visão do autor, a utilização do esporte serviu como uma ação política mais próxima, palpável e efetiva para as populações do que ações mais formais que uma agenda política poderia adotar.

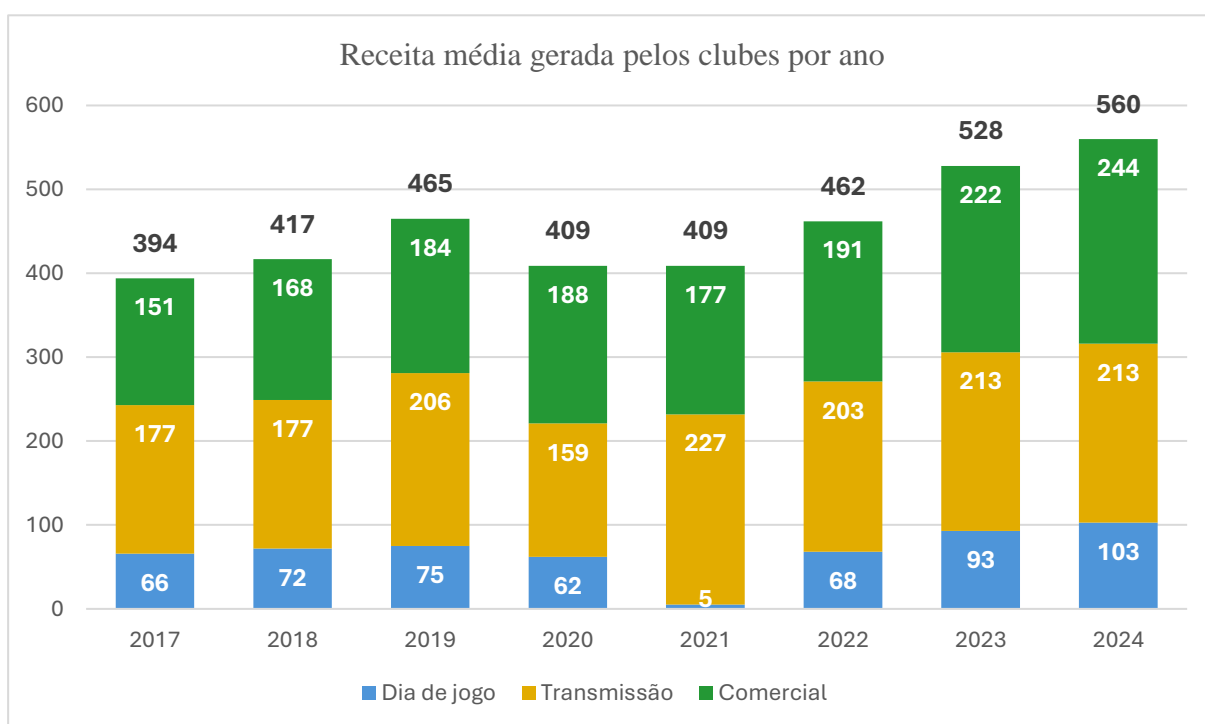
Reforçando o papel do esporte como um promotor da democracia e dos direitos humanos, Ganji (2023) aponta a capacidade das organizações esportivas de se tornarem zeladores dos padrões exigidos aos seus membros e, principalmente, dos países anfitriões de seus eventos e competições. Estabelecer estas garantias mínimas, comprometeria os Estados a atingirem padrões mínimos de respeito aos direitos humanos, adotando novas medidas e políticas para a sua promoção e estabelecendo mecanismos de monitoramento e perpetuidade desses movimentos. Movimentos que corroboram neste sentido começaram a surgir no Norte da África e no Oriente Médio, com a abertura da prática de esportes para mulheres árabes e muçulmanas (Chadwick; Widdop; Goldman, 2023).

⁴ A Diplomacia do Ping-Pong é a denominação de uma série de eventos esportivos entre Estados Unidos e a China durante a década de 1970 que tinha como uma de suas propostas arrefecer a rivalidade entre ambos os países durante a Guerra Fria.

⁵ Em partida válida pela primeira fase da Copa do Mundo de futebol masculino de 1998 na França, Estados Unidos e Irã trocaram gentilezas e tiraram fotos unidos antes do início da partida. A partida simbolizava, antes de sua realização, um território conflituoso das relações entre os países, que haviam sido rompidas uma década antes, em 1979, após a Revolução Iraniana.

De maneira paralela, o esporte também cresceu em seu papel econômico dentro do cenário internacional. O novo milênio representou novos montantes de cifras circulando entre os esportes, principalmente o futebol. Segundo *Deloitte Football Money League 2025*, os clubes presentes no estudo geraram 11,2 bilhões de libras esterlinas durante a temporada 2023/2024, um aumento de 6% em relação ao mesmo período do ano anterior. Na média, as receitas geradas por investimentos comerciais, transmissões de jogos e as receitas trazidas em dia de jogo (*matchday*) vem aumentando no pós-pandemia. A reestruturação das ligas europeias, a expansão e desenvolvimento das mídias de transmissão e os pesados investimentos de empresas, conglomerados e Estados, fez do futebol um esporte cada vez mais observado atentamente pelos centros financeiros mundiais.

Figura 3: Média da receita gerada pelos clubes presentes no estudo *Deloitte Football Money League 2025* entre 2017 e 2024; Valores em milhões de libras esterlinas.



Fonte: *Deloitte Football Money League 2025*

Neste contexto, observa-se uma crescente busca dos Estados soberanos em instrumentalizar este mercado esportivo internacional, como meio de diversificar seus investimentos com as compras de clubes, geração de propaganda e captação da atenção global dos espectadores. A emergência desses novos atores no financiamento de clubes de futebol tem impulsionado o desenvolvimento de novos fluxos comerciais e diplomáticos. Inúmeros exemplos ilustram esta tendência, principalmente em clubes europeus, como Etihad Airways,

Abu Dhabi, e seu patrocínio ao Manchester City Football Club, as campanhas publicitárias financiadas pelo Azerbaijão no clube Atlético Madrid e a propriedade da Qatar Sports Investments (QSI), atrelada ao patrocínio da Qatar Airways, junto ao Paris Saint-Germain (Chadwick; Widdop; Goldman, 2022).

A coligação entre esporte e turismo consolida-se, assim, como instrumento central no posicionamento dos Estados perante o sistema internacional, sendo operado como *soft power*, investimento econômico e ferramenta diplomática. Esta associação, segundo Satish, Portet e Vela (2024) entre esporte e turismo, constitui-se como um elemento importante na estruturação e construção da identidade de um Estado. A complexidade e as diferentes camadas com que estas marcas e suas propagandas são exibidas e vinculadas demonstram a versatilidade que o esporte adquiriu nas últimas décadas.

Entretanto, a literatura dedicada aos estudos do papel dos esportes nas Relações Internacionais apresenta divergências quanto à sua instrumentalização. Enquanto alguns autores possuem uma análise sobre *soft power*, outros a observam como ferramenta de diplomacia esportiva ou até mesmo de *sportswashing*, há um consenso acerca da sua relevância e da sua capacidade como ferramenta dentro do sistema internacional. Esta seção buscou apresentar uma abordagem mais ampla, apresentando o esporte como parte de um guarda-chuva teórico mais abrangente, em que podemos encontrar o uso de *soft power* através do esporte como um termo pertencente a este grupo.

Os investimentos estatais, sejam através da compra ou patrocínios, dentro de clubes de futebol europeus evidenciam esta multidimensionalidade: eles fazem parte de uma estratégia de projeção mundial, para ganho de *soft power*, sendo parte da construção e expansão de sua identidade cultural, ao mesmo tempo que integram a diversificação de seus investimentos, buscando retornos financeiros significativos para a sua economia, que muitas vezes são baseadas na exploração de recursos naturais. Desta maneira, não podemos ser reducionistas na forma com que observarmos estes movimentos das Relações Internacionais, entendendo-os como parte das diferentes dinâmicas que perpassam o sistema internacional.

A próxima seção buscará examinar o caso do Newcastle United F.C., adquirido pelo *Public Investment Fund* (PIF) saudita em 2021, como parte do projeto *Saudi Vision 2030*. A análise buscará levar em consideração dimensões econômicas, culturais e políticas para seu entendimento holístico, com o enfoque de localizá-lo dentro da teoria de *soft power* de Joseph Nye.

3. Estudo de Caso: Newcastle United e a Arábia Saudita

3.1. A Arábia Saudita e o Saudi Vision 2030

O Império da Arábia Saudita é o maior estado em extensão da Península Arábica, contando com mais de 2 milhões de km² e com uma população de aproximadamente 35,9 milhões de habitantes. O Estado da Arábia Saudita é o país com as maiores reservas de petróleo do mundo, com cerca de 20% de todas as reservas conhecidas mundialmente, baseando sua economia na exploração e comercialização deste recurso natural (About Kingdom). Em termos políticos, a Arábia Saudita é uma monarquia absolutista e hereditária baseado na Xaria, a Lei Islâmica, sua principal fonte legislativa. O Rei concentra nele os poderes executivo, legislativo e judiciário, sendo também o Comandante Supremo das Forças Armadas (Basic Law of Governance | The Embassy of The Kingdom of Saudi Arabia).

Em janeiro de 2015, após a morte do então Rei Abdullah bin Abdul, Salman bin Abdulaziz, príncipe herdeiro desde 2012, se tornou rei da Arábia Saudita, seguindo a Lei Básica de Governança – Arabic al-Nizam al-Asasiyy. A ascensão de Abdulaziz ao poder representou também a ascensão de Mohammad bin Salman, muitas vezes denominado pela sigla MbS, dentro da hierarquia do reinado. MbS é atualmente príncipe herdeiro do reino saudita, perpassando a linha sucessória até 2017, após a remoção do então príncipe herdeiro Mohammad bin Nayef (Kamrava, 2020). No mesmo ano destas alterações do cenário político saudita, centenas de figuras poderosas e influentes do país foram presas dentro do hotel Ritz-Carlton in Riad, desde príncipes, ministros e empresários, acusados de estarem envolvidos em um grande esquema de corrupção. Há debates sobre a real motivação desta operação anticorrupção, sendo vista como uma manobra de controlar e neutralizar os principais opositores políticos e econômicos da escalada do poder de MbS (“Night of the beating”: details emerge of Riyadh Ritz-Carlton purge, 2020).

A reformulação do império saudita iniciou com o estabelecimento de novos nomes para importantes posições políticas da ala mais jovem da família real por Abdulaziz e seu filho, e também aproximou novas figuras para setores-chave do Estado, como segurança, mídia e economia. A entrada de MbS em uma posição de maior poder e liberdade de ações possibilitou mostrar as suas três faces, como debatida por Kamrava (2020). A primeira, a face militar, evidenciada por sua liderança dentro da Guerra do Iêmen em 2015. A segunda face, a face opressora (“o novo Saddam Hussein”), em que aumentou o autoritarismo, com o reinado cada vez mais fechado e menos tolerante a críticos e dissidentes. O assassinato de Jamal Khashoggi,

escritor e opositor ao regime saudita, dentro do Consulado Saudita em Istambul, Turquia, teve investigações externas apontando para o envolvimento da monarquia saudita entre seus mandatários. Entre os investigados, Saud al-Qahtani, um dos principais conselheiros do príncipe herdeiro, afastado após as investigações internacionais do caso (Saud al-Qahtani: who is fixer cleared by Saudis over Khashoggi murder?, 2019), é apontando como um dos principais exemplos para este aumento exponencial da violência.

Uma terceira face é a de MbS ser considerado um príncipe reformista e modernizador. Durante os últimos anos, estabeleceu um plano de transformar a percepção internacional perante a Arábia Saudita através de investimentos de larga escala em propaganda e marca do Estado na esfera internacional, trazendo uma visão mais progressista e moderna, que busca alterar políticas patriarcais e diversificar seus investimentos econômicos, procurando novas vias de ganhos financeiros para além do petróleo. Dentro desse cenário surge o plano de reforma *Saudi Vision 2030*. Como parte de seus três pilares, essa nova visão estratégica planeja fazer da Arábia Saudita um país com alta qualidade de vida, uma sociedade vibrante, observada e admirada pelos estrangeiros sendo estabelecida como padrão a ser seguido. Em uma dessas frentes, o plano visa estabelecer novas frentes econômicas, com diversas indústrias e negócios, investindo em diferentes objetos, desde *startups* que despontam nos Estados Unidos até clubes de futebol nacionais e internacionais. E, como último objetivo, se torna um líder político e respeitado através da promoção de sua imagem no sistema internacional (Saudi Vision 2030)

Segundo Grix, Dinsmore e Brannagan (2025), o programa tem como um de seus objetivos centrais “suavizar” a percepção internacional perante o Reino Saudita através de investimentos vultosos - cerca de 2 bilhões de dólares americanos. O *Saudi Vision 2030* buscará que a face “Saddam Hussein” de MbS ganhe menos notoriedade e que o reconhecimento se focalize na sua fachada reformadora. A Guerra Civil no Iémen, o assassinato de Jamal Khashoggi, os constantes atos de repressão a opositores políticos, mulheres e minorias étnicas, religiosas e sexuais, ainda ganham relevância na busca à Arábia Saudita; entretanto, a conexão do reino aos seus investimentos esportivos e financeiros começa a dividir o espaço em sua representação internacional. Ações como essas representam uma forma de ganho de *soft power* saudita, porém, Nye (2008) expõe que o ganho efetivo é dependente da maneira com que estas informações são recebidas, variando conforme a credibilidade e reputação do país que a exerce.

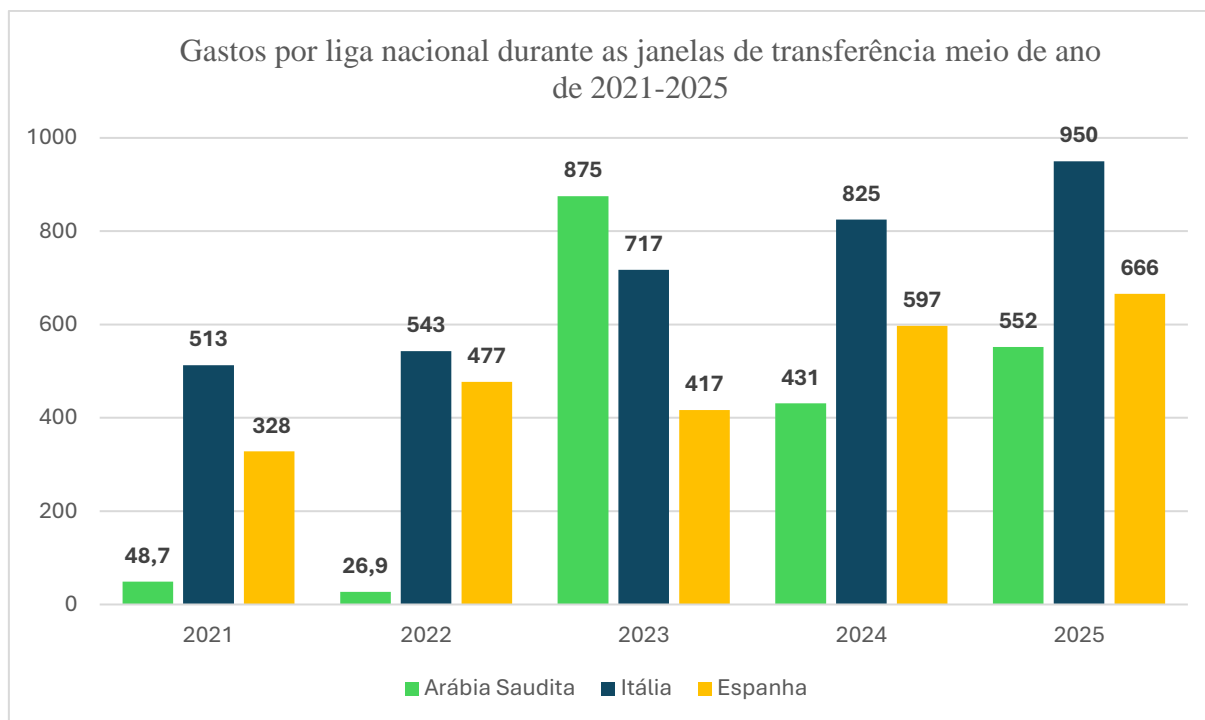
Dentro do plano iniciado em 2016, o governo saudita utilizará diferentes programas para atingir seus objetivos, entre eles, a expansão e aceleração do Fundo de Investimentos Públicos saudita (do inglês *Public Investment Fund*, PIF). O Fundo, segundo o programa *Saudi Vision*

2030, possui como um de seus principais motores a abertura de novos mercados e setores de investimento, permitindo a reinvenção da indústria e a sua inovação, além da criação de novos empregos, no território doméstico e externo (“Saudi Vision 2030”). Entre os pilares estratégicos do PIF residem a capitalização e fomento de esportes globais, como futebol, luta livre, Fórmula 1 e golfe. A instrumentalização destes esportes como ferramenta de projeção nacional e representação dos valores de um país, como apresentado previamente, não se trata de uma estratégia desconhecida. Contudo, esta prática ganhou enorme visibilidade nos últimos anos, especialmente entre os países do Golfo Pérsico.

Nesse contexto, a atuação da Arábia Saudita pode ser entendida pelo conceito de isomorfismo mimético, conceito fundamentado por Greenwood et al. (2008), e aplicado por Satish, Portet e Vela (2024) em sua análise sobre o país. Os autores sugerem que o Estado saudita observa seus vizinhos e concorrentes regionais e replicam suas estratégias de forma a atingir os mesmos resultados e conquistas – notavelmente o Qatar. A *Saudi Vision 2030* se tornou um instrumento crucial para a estratégia diplomática e econômica do país, como forma de influência e poder dentro do sistema internacional. O esporte, neste contexto, ganhou espaço como instrumento de intersecção da economia, diplomacia e *soft power*. Segundo os autores, a própria utilização das redes sociais, principalmente o X, antigo *Twitter*, se mostrou importante para a expansão da marca do país, possibilitando a criação de narrativas e proximidade com os seus feitos esportivos, atrelando interações e reconhecimentos positivos dentro da rede.

A atuação saudita no futebol se consolidou como pilar dentro da sua estratégia esportiva. Um de seus movimentos iniciais e de grande destaque foi a aquisição do clube inglês Newcastle United F.C. pelo PIF, em conjunto com os grupos PCP Capital Partners e RB Sports & Media, em 7 de outubro de 2021 (PIF, PCP Capital Partners and RB Sports & Media acquire Newcastle United Football Club, 2021). Antes da formalização da aquisição, a compra do tradicional clube do norte da Inglaterra foi procedida por um período de instabilidades e fortes críticas, culminando no seu cancelamento no final do ano de 2020, após meses de estudo por parte da Premier League (Estadão, 2020). Desde então, as ofensivas sauditas no futebol parecem ter ganhado novas dimensões. Em 2023, a iniciativa “*Sports Clubs Investment and Privatization Project*” permitiu investimentos privados nos clubes sauditas, com o PIF sendo um dos principais investidores, adquirindo quatro dos principais clubes do país – Al Hilal, Al Nassr, Al Ittihad e Al Ahli. Esta entrada na liga doméstica de futebol resultou em investimento milionários, superando importantes ligas europeias em gastos com transferências de jogadores em 2023, como apontado pela figura 4.

Figura 4: Gastos totais em dólares americanos em transferência contabilizada pela FIFA durante os anos de 2021 a 2025 na janela de meio de ano; comparativo entre Arábia Saudita, Itália e Espanha.



Fonte: *FIFA Men's Mid-year Transfer Snapshot 2025*

Além destes enormes investimentos econômicos em clubes nacionais e internacionais, é importante notar a importância dada ao país perante as organizações internacionais de futebol, como destacamos pela escolha da Arábia Saudita como país-sede para a Copa do Mundo de Futebol Masculino em 2034.

Considerando o distanciamento temporal da aquisição e de seu impacto como um investimento global, o presente trabalho focou na compra do clube Newcastle United. A análise da próxima seção buscará compreender os objetivos estratégicos da compra do clube inglês, o próprio relacionamento entre Arábia Saudita e Inglaterra e os ganhos multidimensionais buscados pelo reino saudita.

3.2. PIF e a Premier League: a compra do Newcastle United

A crise do futebol inglês se aprofundou no final da década de 1980. Um esporte dominado por um estilo de jogo “pouco agradável” aos olhos dos críticos e jornalistas, com estádios cada vez mais vazios e cercado por um ambiente violento comandado pelos hooligans⁶. Durante a

⁶ O termo “hooligans” ganhou notoriedade desde o século XX quando passou a ser associado a indivíduos com comportamentos violentos, desde o envolvimento em brigas e batalhas de rua, até a depredação de espaços públicos

década de 90, mudanças profundas como o combate ao hooliganismo, a reestruturação de estádios e a reorganização do esporte em moldes mais comerciais foram catalisadores para a fundação da *English Premier League* (EPL) em 1992. A criação da *Premier League* permitiu um crescente desenvolvimento da liga, com maiores valores de negociação de sua transmissão, maior atração e fidelização de torcedores, além de uma maior competitividade entre os clubes, se tornando a liga de futebol mais valiosa do mundo.

O posicionamento da liga inglesa nos últimos anos não gerou somente uma atração de jogadores, técnicos e torcedores. Grandes investidores passaram a olhar para os clubes ingleses como ativos atraentes, observando, principalmente, três caminhos para sua valorização: os crescentes valores negociados por contratos de transmissão, as diferentes vias de marketing global utilizadas por um clube e a possibilidade de se tornarem proprietários de forma direta de clubes de futebol (Nauright; Ramfjord, 2010). Da mesma maneira que essas características chamaram a atenção de investidores estadunidenses e europeus, fundos apartados do eixo ocidental, como Qatar, Ruanda, Tailândia e Arábia Saudita, por exemplo, se tornaram atores importantes da economia esportiva.

Para Kearns et al. (2024), a influência de países no esporte é realizada a partir de duas metodologias. A primeira, voltada para uma participação mais direta, sendo anfitriões e recebendo importantes eventos e torneios esportivos do mundo – este método já reconhecido e amplamente discutido na literatura. Os autores, entretanto, olham com mais atenção para a segunda metodologia: o patrocínio e, em casos mais extremos, a propriedade de clubes, baseada em investimentos advindos de fundos estatais. Este último, é entendido pelos autores não somente como uma forma de associação positiva, como também uma maneira de “conquistar a lealdade tribal de seus torcedores”. Esta argumentação é observada pela percepção dos torcedores e a forma pela qual recebem um novo investidor. Clubes com um histórico esportivo de baixo desempenho, muitas vezes vivendo as sombras de seus rivais regionais, podem ser conquistados por uma estratégia de capitalização e investimento massivo em seu clube, se tornando em poucos anos um “novo gigante” ou voltando aos seus tempos de glória.

No caso do Newcastle United havia um descontentamento generalizado sobre Mark Ashley, proprietário do clube desde 2007, que acumulava momentos instáveis durante seus treze anos de clubes. Neste contexto, a compra por um fundo bilionário e de grande influência como o PIF, se apresentou como um projeto otimista, imponente e glorioso para a história de

e privados. Durante o século XX, os hooligans eram presença forte dentro dos estádios ingleses e europeus e se tornaram pontos debatidos pela segurança pública nos países.

um clube tão tradicional (Jones; Adams; Mayoh, 2024). Em abril de 2020, a primeira tentativa do fundo saudita de compra do clube do norte da Inglaterra foi frustrada. Apesar de não haver impedimentos por parte da EPL pela compra, a pressão catari causou entraves na negociação e sucesso do acordo. O incômodo adivinha principalmente da pirataria realizada por redes sauditas que disponibilizam de maneira ilegal a transmissão da *Premier League* feita pela beIn Sports, empresa detentora dos direitos de transmissão do Qatar, e uma das principais mídias de transmissão do campeonato fora da Europa (Taylor, 2020). A segunda, e bem-sucedida, tentativa ocorreu no ano seguinte, sendo finalizada em 7 de outubro de 2021.

A efetivação da compra do clube pelo fundo saudita perpassou por momentos definidores em sua trajetória. Mohammad Bin Salman, príncipe herdeiro do trono saudita, enviou mensagens de textos para o então primeiro-ministro inglês Boris Johnson, alertando para possíveis danos que a relação entre Inglaterra e Arábia Saudita poderia ter caso o acordo não fosse finalizado de maneira favorável durante as discussões sobre a aprovação da compra em 2021. O aviso causou uma movimentação entre os principais líderes políticos ingleses, pressionando a EPL a dar um posicionamento rápido sobre o prosseguimento ou não da compra (Wintour; Editor, 2021). A preocupação de um dos principais rostos do reino saudita demonstra a importância da compra do Newcastle United para a estratégia política, econômica e internacional dentro do *Saudi Vision 2030* e sob uma perspectiva macro e de longo prazo de seu planejamento. Desta maneira, a Arábia Saudita começava a mimetizar as ações de seus rivais regionais, Qatar e Emirados Árabes Unidos, que haviam adentrado ao ramo da propriedade esportiva há mais de uma década, com os clubes Paris Saint-Germain F.C. e Manchester City F.C.

A entrada da Arábia Saudita no cenário futebolístico inglês pode ser analisada por quatro principais dimensões de impacto de sua aquisição. A primeira delas, a econômica. O investimento saudita não é único no cenário internacional e não parece buscar ganhos exclusivamente reputacionais com a Inglaterra. Há uma complexidade maior por trás do *Saudi Vision 2030*, que possui como seu objetivo central estruturar linhas de projetos que, no longo prazo, permitirão reduzir a dependência econômica do país do da extração do petróleo e seus derivados. Envolvendo dentro desses projetos o esporte, como também saúde, infraestrutura, turismo e educação. A associação com o esporte, o futebol, é clara, mas também o golfe e a Fórmula 1 como fortes expoentes, ganharam importância para as suas ações de saúde pública, buscando aproximar a população de atividades físicas e promover a participação de mulheres ao esporte (Kamrava, 2020). A abertura de clubes sauditas para a iniciativa privada, entre os

investidores envolvidos sendo o principal o PIF, também permite uma aceleração da competitividade, proteção das marcas nacionais e ganhos de visibilidade e a sua valorização perante as competições internacionais.

Além das ambições domésticas, o projeto saudita possui também uma ambição econômica clara e que não busca retornos imediatos para a recuperação de seu investimento. Esta percepção pode ser observada através da declaração de Mohammad bin Salman durante entrevista para a *Fox News* sobre a criação da LIV Golf, campeonato de golfe alternativo ao PGA Tour (Wintour, 2021):

“Se ‘*sportswashing*’ vai fazer com que o meu Produto Interno Bruto (PIB) aumente em quase 1%, então eu vou continuar a fazer ‘*sportswashing*’. Eu não me importo. (...) Um por cento de aumento com esporte e eu ainda quero atingir um por cento e meio – chame do que quiser, nós vamos atrás desse um por cento e meio.” (tradução própria)

A valorização do clube, avaliado em 1,1 bilhão de dólares americanos pela Forbes em 2025, apesar de não ser o único fator relevante, demonstra parte da ambição financeira saudita. Devemos observar que estes são apenas partes de investimentos de um portfólio muito mais amplo, que muitas vezes possui valores de magnitudes maiores, das quais fazem parte a aquisição de ações e setores importantes para o mercado mundial, como Disney, Bank of America e a Boeing (Roslender, 2024). O pragmatismo econômico parece ser uma das motivações importantes por trás das ações do *Saudi Vision 2030*.

Para além da abertura de novos canais de diversificação econômica, há uma necessidade de amplificar os tipos de energia utilizados pelo Estado. Dentre seus programas, um de seus objetivos é o de renovar a matriz energética e estabelecer um constante investimento em energias renováveis como seus pilares da estratégia nacional, com a meta de atingir 50% de uso de energia através de fontes renováveis até 2030 (*Saudi Vision 2030*). Neste sentido Chadwick, Widdop e Goldman (2023) levantam em seu artigo os potenciais interesses da aquisição do Newcastle ao também aproximar-se de uma região com enorme potencial energético. Os autores ainda debatem o argumento utilizado por Oliver Kay (2022), em um dos artigos de uma série para a revista *The Athletic*. O jornalista questiona sobre o potencial da cidade em termos geográficos visto estar adjacente a um importante porto inglês, Porto de Tyne, e o potencial de implementação de largos campos de *offshore* para energia eólica em sua costa. Tais exemplos evidenciam um contexto mais complexo e menos óbvio de uma injeção de dinheiro de forma a buscar como retorno uma imagem mais positiva, ou ao menos de forma a camuflar as suas transgressões de direitos humanos básicos.

Uma segunda esfera importante para o projeto saudita são os impactos políticos consequentes de um investimento deste porte, destacando-se a própria capacidade de ganho de *soft power*. Aquisições desta magnitude permitem aos Estados endereçar seus valores políticos e culturais, gerando uma atração da população e de lideranças políticas envolvidas no processo aos os objetivos de sua agenda política. Este tipo de política se assemelha a organização dos mega-eventos esportivos, porém possuem um impacto de prazo mais longo e reverberam dentro de uma população mais específica (Chadwick; Widdop; Burton, 2022). Os impactos mais imediatos serão notados, principalmente, nos seus agentes mais diretamente impactado, os torcedores. Para Kearns (2024), o comportamento deste grupo se assemelha a uma cultura tribal, de defesa constante do que consideram como sua “propriedade”, excluindo e repudiando os outros, isto é, aqueles que não são considerados parte do seu grupo. Neste sentido, o *toon army* (como se autodenominam os torcedores) entendeu a aquisição do clube como algo positivo para o seu grupo, se posicionando de maneira aberta e esperançosa sob às mudanças de propriedade do clube, ao menos em suas demonstrações públicas.

Figura 4: Torcedores do Newcastle United nas cercanias do estádio celebrando a compra do clube pelo PIF usando *shemagh*, referenciando a cultura árabe.



Fonte: Getty Images

A figura 4 ilustra a torcida se reunindo nos entornos do St. James Park, estádio do clube, como uma forma de celebração da aquisição do clube, momento pivotal de sua história. Torcedores ingleses vestiram trajes árabes tradicionais, como o *shemagh* e o *thobe*, carregando bandeiras da Arábia Saudita e, muitos, se autodenominando “*saudi boys*”, nas ruas da cidade mais populosa do nordeste da Inglaterra, há mais de 6.500km de distância da capital saudita,

Riad. Esta foi a primeira demonstração da receptividade de uma torcida insatisfeita há anos com a gestão do seu clube e que, ao olhar para seus rivais – em especial o Manchester City –, vislumbrava um futuro com enorme potencial. Para Chadwick, Widdop e Goldman (2023), é possível notar uma clara formação de defensores do PIF, do Estado saudita e da compra do clube, principalmente de forma online. A conquista da Copa da Liga Inglesa pelo Newcastle em 2025 ampara o projeto esportivo e inicia de forma otimista os primeiros anos de propriedade saudita.

A cobertura midiática realizada durante a aquisição do clube pela nova gestão foi interpretada pela torcida como uma forma de constante perseguição, que colocava o clube sempre sob uma perspectiva negativa, que buscava impedir a ascensão e projeção do clube inglês. O impedimento era percebido por dois principais eixos de motivação: o primeiro esportivo, em que clubes tradicionais e com grandes poderes aquisitivos temiam o ressurgimento de um clube importante, se estabelecendo como mais um rival dentro das competições nacionais e europeias; e o segundo, uma contenda política regional, que seria motivada por uma relutância ao observar uma possível revitalização e desenvolvimento do noroeste da Inglaterra, estigmatizado por uma economia “ultrapassada”. Este padrão comportamental encontra um paralelo na forma pela qual torcedores do Manchester City, clube de propriedade majoritária do *Abu Dhabi United Group*, percebem as acusações de *sportswashing* sofridas pelo clube. A percepção interna descarta categoricamente a possibilidade de os proprietários do clube gerirem a partir de condutas antiéticas e de atitudes ilegais. Na verdade, as acusações e críticas são percebidas pelos torcedores apenas como uma maneira de caluniar e manchar uma gestão que é entendida como referência de profissionalismo, garantidora de anos de alto nível e sucesso esportivo (Kearns et al., 2024). Esta excelência futebolística parece servir como validação para o argumento de que investimentos com este perfil são planejados e estruturados, pensando não em ganhos políticos, mas sim em um retorno financeiro que possa ser atingido e impulsionado por suas conquistas futebolísticas.

O comportamento destes torcedores promove uma dissociação entre as políticas internas dos Estados investidores e as ações dos agentes ativos dentro dos clubes de futebol. Papel este reforçado pela postura adotada por seus treinadores, um dos perfis mais públicos e notáveis do clube. Ao serem confrontados por questionamentos deste tipo, os treinadores e diretores esportivos preferem se abster e desviar das perguntas relacionadas aos detentores majoritários do clube. O treinador do Manchester City, Pep Guardiola, ao ser questionado sobre direitos

humanos nos Emirados Árabes Unidos, delimitou suas respostas a uma posição de neutralidade, muitas vezes com uma réplica vaga sobre o assunto (Onyeagwara, 2025). O mesmo ocorreu com Eddie Howe, treinador do Newcastle United, que desmistou sobre o questionamento das políticas sauditas, apontando que sua única preocupação está com o futebol (Sky Sports, 2022).

A aceitação e defesa dos novos proprietários passa não só pelos funcionários e a torcida do clube, como observamos acima, como também por parte da população local, impactada também por estes investimentos e pela própria normalização da presença saudita. A terceira dimensão do impacto da aquisição passa por uma aproximação voluntária e atrativa dentro do Estado receptor. Neste sentido, os regimes estatais não atuam somente na esfera esportiva, eles buscam implementar projetos e políticas públicas que buscam a revitalização urbana, expansão de empregos e o desenvolvimento econômico regional, observando também o retorno financeiro advindo destas atividades. Estes investimentos abrangem áreas do entorno do estádio, seus bairros, trazendo um retorno benéfico para os moradores, que, ao mesmo tempo, estabelecem uma associação positiva com a presença dos investidores na cidade e no país. Casos como esse são mais claramente representados pela City Football Group Community Initiatives e, entendesse que será o caminho seguido também pela Arábia Saudita, como apontou o professor Simon Chadwick (Whitehead, 2023). Este tipo de influência, segundo Satish, Portet e Vela (2024) cria uma conexão entre o esporte e a imagem atrelada ao Estado, influenciando na forma com que a população concebe a sua narrativa, a sua interação com este agente e o seu próprio senso de orgulho. Se por um lado há uma ótica benéfica pela vinda destes investimentos para a região, o aporte financeiro em altos volumes produz uma espécie de gentrificação do futebol e do clube, que passa a ser mais visado, com aumento de seus preços de ingressos, os gastos de dias de jogo, seus produtos de marketing, entre outros. Este tipo de política afasta os torcedores com menor poder aquisitivo, se distanciando de suas raízes, antes próxima das classes mais baixas (Roslender, 2024), embora esta seja uma tendência global do futebol nos últimos anos.

Por mais que estes investimentos possam produzir uma nova barreira financeira entre o clube e os adeptos, estas iniciativas criam e instituem uma via de comunicação importante entre seus investidores e proprietários em uma ponta e a população local na outra extremidade. Essa relação não é fomentada exclusivamente pela aquisição de jogadores, investimentos em reformulações administrativas e modernização de infraestrutura, que satisfazem o torcedor médio nas suas ambições com os novos donos. A comunicação é marcada também pela presença constante de marcas econômicas e culturais do Estado, utilizando destes mecanismos

para sua representação no território e associação no imaginário populacional. No caso do Newcastle, estes movimentos são exemplificados por amistosos e períodos de pré-temporada em solo saudita, a cessão do estádio St. James Park para amistosos da seleção da Arábia Saudita, patrocinadores como a Sela e a Saudia, empresas vinculadas ao PIF, e a própria adoção de um uniforme que evoca as cores e design na seleção de futebol da Arábia Saudita, conforme ilustrado pela figura 5. Segundo Nye (2008), estabelecer esta via de mão dupla na comunicação é fundamental para adquirir e consolidar *soft power*. Tal abordagem exige que a mensagem transmitida seja ouvida, assimilada e aceita por seus agentes receptores, não utilizando da imposição direta de valores e elementos culturais que serão incompatíveis e rejeitados desde seu primeiro contato. Desta maneira, podemos perceber os movimentos da Arábia Saudita em linha com a determinação e estratégia estabelecida por Nye. A gestão do regime é realizada com poucas aparições públicas de suas grandes personalidades políticas, associando-se ao clube de maneira positiva, sem instituir políticas e ações que possam ser repudiadas de forma imediata ou levantar críticas pela população local. Prefere-se uma abordagem de aceitação gradual, assimilando-se a partir de uma conexão mais tangível e positiva no regime esportivo e regional.

Figura 6: Imagem de divulgação oficial do clube do terceiro uniforme para a temporada 2022/2023, para os times de futebol feminino e masculino do Newcastle United F.C.



Fonte: Newcastle United

Necessário entendermos uma quarta dimensão, mais reputacional, e a forma com que encaixamos o conceito de *sportswashing* e a sua limitação de explicar o fenômeno. As práticas realizadas pela Arábia Saudita não se limitaram a tentativa de ofuscar as transgressões de direitos humanos e de políticas pouco progressistas, havendo empenho dispendiosos nas alterações de pilares fundamentais de sua economia e política. O ambicioso projeto saudita

possui como um de seus objetivos reformular a maneira pela qual são percebidos internacionalmente, especialmente nos países denominados como centrais. Grix, Dinsmore e Brannagan (2025) debatem sobre a maneira pela qual este mecanismo ocorre, entendendo este processo a partir de um movimento bidirecional, entre o centro econômico periférico, no qual se encontram países como Qatar e Arábia Saudita, e o centro cultural, nos quais observamos França e Reino Unido, por exemplo. Este movimento permite com que o prestígio cultural seja “vendido” aos países periféricos, em troca de uma necessidade e desejo econômico da entrada de capital. A relação entre os países quebra o paradigma de que ações de *sportswashing* advêm unicamente dos países não democráticos, necessitando da abertura dos Estados liberais para atingirem seu objetivo inicial, afinal, tal como os autores descrevem, “são necessários dois para dançar tango”. De maneira semelhante à exposta pelos autores, há críticas sobre a forma com que a relação do clube é feita com o Estado saudita. Há um questionamento sobre o porquê de haver críticas e repressões apenas aos investimentos esportivos, sendo que o próprio Estado inglês mantém relações comerciais e militares importantes com a Arábia Saudita.

A utilização do termo *sportswashing* para a compra do clube Newcastle pelo PIF saudita parece ser limitante e insuficiente para abranger as motivações e ambições do país do Golfo, carecendo de evidências mais claras de seus propósitos reais para ganhar esta conotação. O conceito, ao longo dos anos, se tornou cada vez mais amplo e abarcou diferentes tipos de investimentos, carecendo de uma definição mais rígida e capaz de agregar fenômenos similares. Tal permissividade permite que haja uma simplificação do conceito, possibilitando que qualquer movimento de um país iliberal no esporte seja classificado como uma forma de “lavagem de imagem”.

A tentativa de obter e acumular *soft power* possui um risco notório ao ser desempenhado por um Estado como a Arábia Saudita. Podemos citar, entre estes riscos, o antagonismo e a distância entre os valores e princípios imbricados no país investidor e no país receptor. Este afastamento ocasionará uma obstrução adicional pela maneira que tais políticas são internalizadas pelo país receptor. Ainda assim, a busca por um aumento de influência internacional pode, quando não bem recebida, gerar *soft disempowerment* (Brannagan; Giulianotti, 2015), tornando o que deveria ser um movimento de atração, uma forma de gerar um distanciamento e repulsa ainda maior ao Estado cultivador. Sentimentos como estes são apresentados como no caso da seleção norueguesa ao considerar o boicote a Copa do Mundo de 2022 no Qatar (O Globo, 2021) e também evidenciado pelo torcedor Chris Helliwell, do Newcastle (Fruh; Archer; Wojtowicz, 2023). Chris, apesar de ser um torcedor fanático do clube

alvinegro, criou uma aversão a ele após ser adquirido pelo fundo saudita. Por mais que este sentimento cause uma antipatia ao reino saudita, em torcedores como Chris, ainda assim a relação entre adeptos e clubes é profunda o suficiente para impedir que haja um rompimento tão abrupto. Esta dualidade acrescenta camadas na maneira que analisamos o projeto saudita e os seus reais impactos, marcadas por uma obscuridade ao estudarmos seus objetivos políticos e uma nebulosidade visto o seu histórico recente.

A estratégia da Arábia Saudita afigura-se com determinações mais longevas, amplas e permanentes, associada a uma busca de ganhos de *soft power*, que sejam capazes de gerar uma atração cada vez maior por um processo cadenciado e menos intrusivo. Há um propósito de vincular o Estado a uma concepção modernizadora, progressista e triunfante na opinião pública, que exige um longo processo de assimilação, mas que apresenta, ainda de maneira um pouco mais sutil, conquistas de *soft power* já evidenciadas nos últimos anos. Embora o contexto doméstico e internacional saudita deva ser criticado e pressionado por constantes mudanças, a compra de um clube de futebol, porém, deve ser observada para além do conceito jornalístico de “*sportswash*” para seu entendimento completo. É necessário que esse movimento seja complementado por seu plano de fundo estratégico e assimilado junto aos seus movimentos tentaculares para fora da esfera futebolística e esportiva.

3.3. Conquistando pelo coração: analisando o sentimento em fórum de torcedores

A percepção da opinião pública constitui pilar importante para garantir a conquista de *soft power* no sistema internacional, ampliando e impulsionando a atração do Estado atuante dentro do Estado receptor. No entanto, transformar a opinião de uma população é um processo gradual. Apesar de não gerar ganhos imediatos, a estratégia para obtenção de *soft power* pode abrir espaço para construções de vias que permitam a pavimentação de influência e atração para o Estado. Sob esta ótica, percebemos a atuação da Arábia Saudita em seu envolvimento com a *Premier League* como um método de longo prazo como forma de adquirir a atração almejada dentro do continente europeu. A seção a seguir buscará analisar a percepção dos torcedores perante seus novos proprietários como forma de entender os impactos atingidos pelo reino saudita desde a aquisição do clube inglês.

A metodologia adotada consistiu em realizar uma análise de sentimento de comentários publicados em um importante e um dos principais fórum de discussão do clube, *Toontastic*. Para coletar e armazenar estes dados utilizamos o *framework Scrapy*, ferramenta importante para a raspagem automatizada e estruturada em websites ou bases de dados. A raspagem dos

dados foi realizada utilizando-se de palavras-chaves consideradas importantes e relevantes para o estudo, sendo elas: “*saudi arabia*”, “*pif*”, “*vision 2030*”, “*mohammad bin salman*”, “*bin salman*”, “*mbs*”, “*sportswashing*”, “*sportswash*”, “*saudi*”, “*arabia*”, “*2030*”, “*salman*”, “*sport wash*”, “*sport-wash*”.

A etapa de análise destes dados buscou utilizar-se da técnica denominada de *Aspect-Based Sentiment Analysis* (ABSA), que permite distinguir o aspecto apontado a cada comentário e basear o sentimento expresso em torno do termo específico. Desta maneira a análise de sentimento concentrou-se na maneira pela qual o texto se relaciona ao aspecto, e não trazendo uma visão do sentimento do texto pelo seu todo (Pandit; Raval; Upadhyay, 2025). Isto garante que possa haver diversos sentimentos dentro do mesmo comentário e ainda assim reconhecemos que o nosso interesse está apenas em uma parte dele. Esta técnica também permite que o modelo de processamento de linguagem natural entenda de maneira mais clara sua tarefa de análise, concentrando-se diretamente nos sentimentos em vez de entender apenas a estrutura da linguagem (Nazir et al., 2022). Para a análise extensiva dos comentários, recortamos parte da base total raspada pelo *Scrapy* e rotulamos ela a partir de um transbordo humano. Inicialmente pensou-se que esta base humanamente rotulada poderia servir de base para treinar um modelo de linguagem natural pré-treinado (como *BERT* ou *RoBERTa*), porém por termos uma base de treinamento pequena e com pouca margem de tempo de aprimoramento do modelo, optou-se por utilizar de modelos de linguagem natural generativo (*large language model*, LLM), especificamente o *Claude 3.5 Sonnet*, por ser um LLM proeminente, com pontuações competitivas em tarefas similares (Pandit; Raval; Upadhyay, 2025). De forma a facilitar a metodologia, optamos por classificar todos os comentários apenas como positivo, negativo ou neutro, sem estabelecer uma pontuação para cada texto avaliado.

A opção por uma inteligência artificial generativa deveu-se pela elevada capacidade destes tipos de modelos em analisar textos, compreender os contextos nos quais estão inseridos e realizar a análise de sentimentos com uma alta acurácia sem necessitar de um treinamento da base específica. Inicialmente, analisamos o desempenho do modelo a partir de uma base pré-rotulada, adquirindo uma acurácia média de 76%. Em termos de precisão, o modelo apresentou melhor desempenho ao lidar com comentários negativos, com precisão de 0.81, indicando que, de todos os comentários indicados como negativos pelo modelo, 81% destes efetivamente pertenciam a esta classe; o *recall*, capacidade de identificação dos negativos reais a esta classe foi de 0.73, apontando que, de todos os comentários identificados pela base manual de comparação como negativo, o modelo conseguiu identificar 73%. Para a categoria “positivo”,

o modelo obteve uma precisão de 0.67, a mais baixa entre as três, porém obteve o maior *recall* entre eles, 0.78, indicando uma maior capacidade de identificar comentários positivos corretamente. A tabela 1 apresenta detalhadamente o relatório de classificação do modelo frente a base rotulada.

Tabela 1: Relatório de classificação de análise do modelo de linguagem em comparação com a tabela de comentários anotados.

	<i>precision</i>	<i>recall</i>	<i>f1-score</i>	<i>support</i>
negativo	0.81	0.73	0.76	165
neutro	0.78	0.77	0.77	221
positivo	0.67	0.78	0.72	114
	<i>accuracy</i>		0.76	500
<i>macro avg</i>	0.75	0.76	0.75	500
<i>weighted avg</i>	0.76	0.76	0.76	500
f1 Global - Modelo de Linguagem vs Anotação				
0.75315548499				

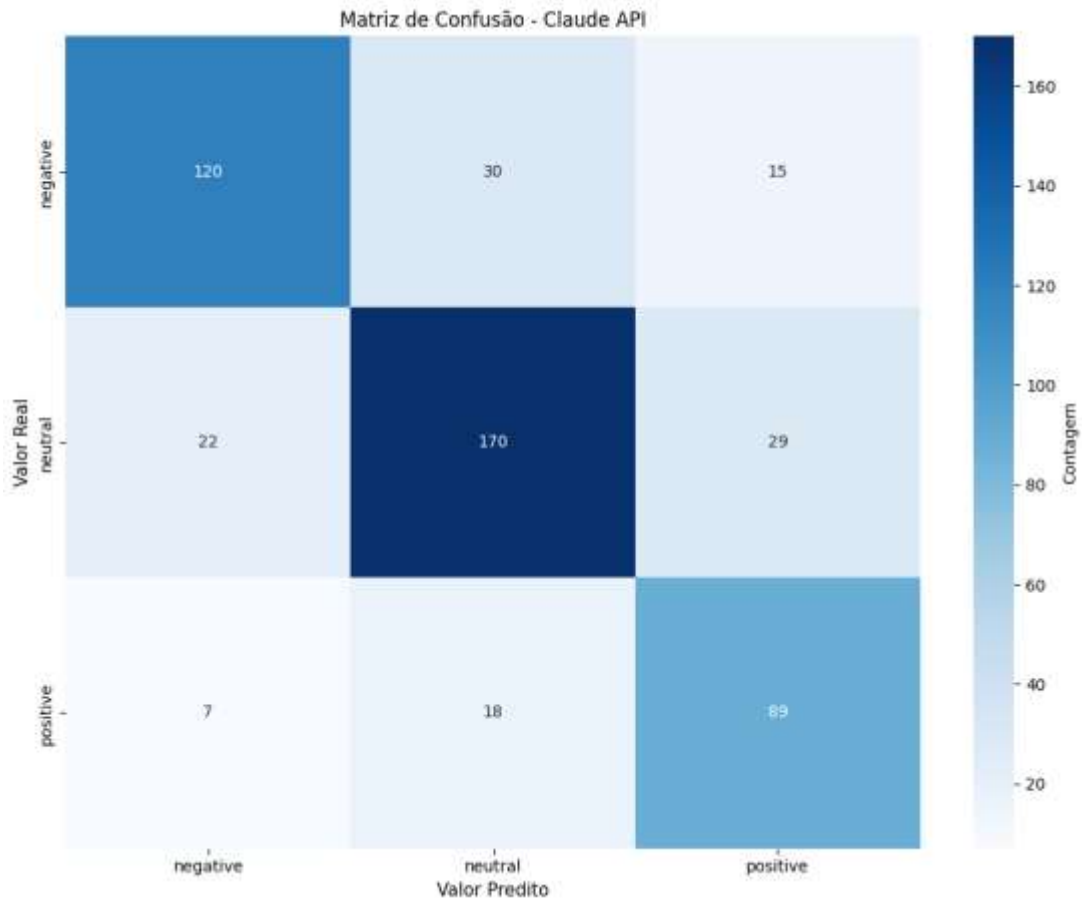
Fonte: Elaboração própria

A figura 8 apresenta a matriz de confusão da análise realizada pelo modelo de linguagem natural generativa. Nela observamos que o modelo apresentou uma tendência maior em rotular comentários como neutros, comportamento esperado para estas análises. Como ponto atenção, destacamos a inversão de polaridade para 22 casos, especialmente os preditos como positivos, que podem ocasionar em um impacto mais favorável a opinião dos torcedores frente a estratégia saudita no clube inglês.

Diante do desempenho satisfatório do modelo *Claude* em sua avaliação inicial, avançou-se para a análise do restante da base de comentários. Da mesma maneira pela qual foi realizada no primeiro conjunto, na análise da base total foram identificados os aspectos chave de todos os comentários. A análise prosseguiu a partir da montagem de um *prompt* indicando o contexto, as tarefas a serem realizadas pelo modelo, regras de identificação e exemplos robustos para garantir bagagem suficiente ao modelo para realizar a identificação dos sentimentos. De forma a evitar uma atribuição de peso indevida, optou-se por considerar apenas um aspecto por texto, mesmo que houvesse a citação de mais de um termo ao longo do comentário. Essa abordagem foi realizada de forma a evitar distorções em nossa análise e garantir um equilíbrio maior nos resultados. O código utilizado para a extração dos comentários e, posteriormente, a análise de

sentimento dos mesmos foi publicado de maneira pública no *GitHub*, podendo ser acessado via link disponível no Apêndice A.

Figura 8: Matriz de confusão do modelo *Claude* após análise de sentimento dos 500 comentários anotados.



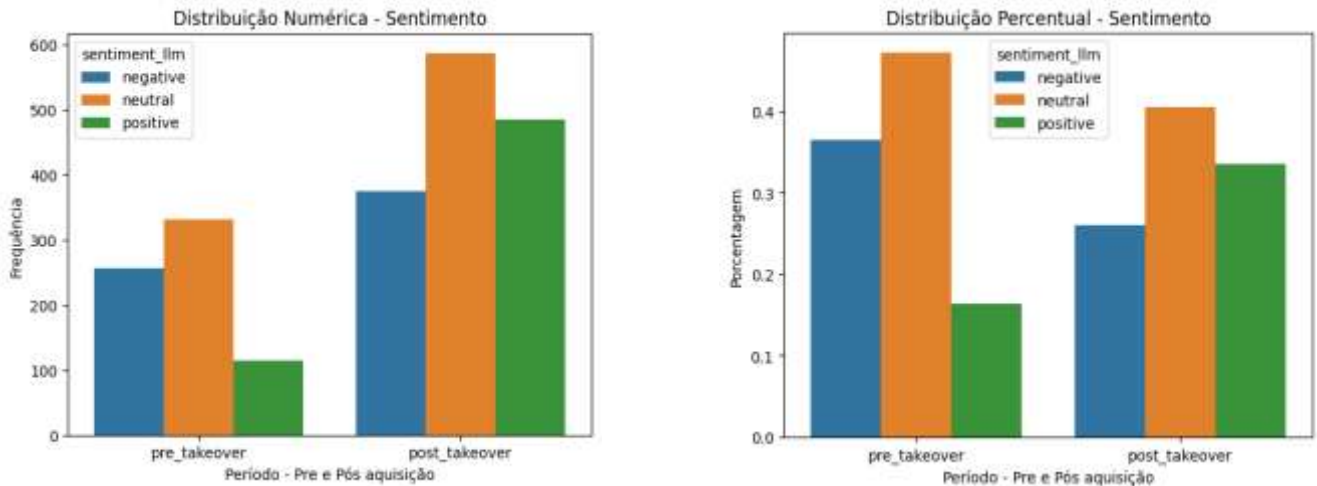
Fonte: Elaboração própria

Os resultados da análise de sentimento da base completa permitiram apontar para uma distribuição mais polarizada dentre os sentimentos dos posts após a aquisição do Newcastle United F.C. pela Arábia Saudita. As figuras 9 e 10 apontam para uma queda percentual do rótulo neutro e um aumento expressivo dos comentários analisados como positivos.

Ao observarmos o comportamento destes sentimentos ao longo do período, podemos notar uma concentração dos posts ao longo dos anos de 2020 a 2024, apontado pela Figura 11. O aumento dessa frequência é justificado pela relação entre o Estado da Arábia Saudita e o clube inglês ao longo dos últimos anos, ocasionados pela primeira tentativa de compra em 2020, e a segunda tentativa – essa confirmada – ao final de 2021. Os dados sugerem que, apesar da categoria neutra se manter como a mais densa ao longo do período, observarmos um aumento substancial de textos rotulados como positivos, entre 2020 e 2025, após a primeira tentativa de

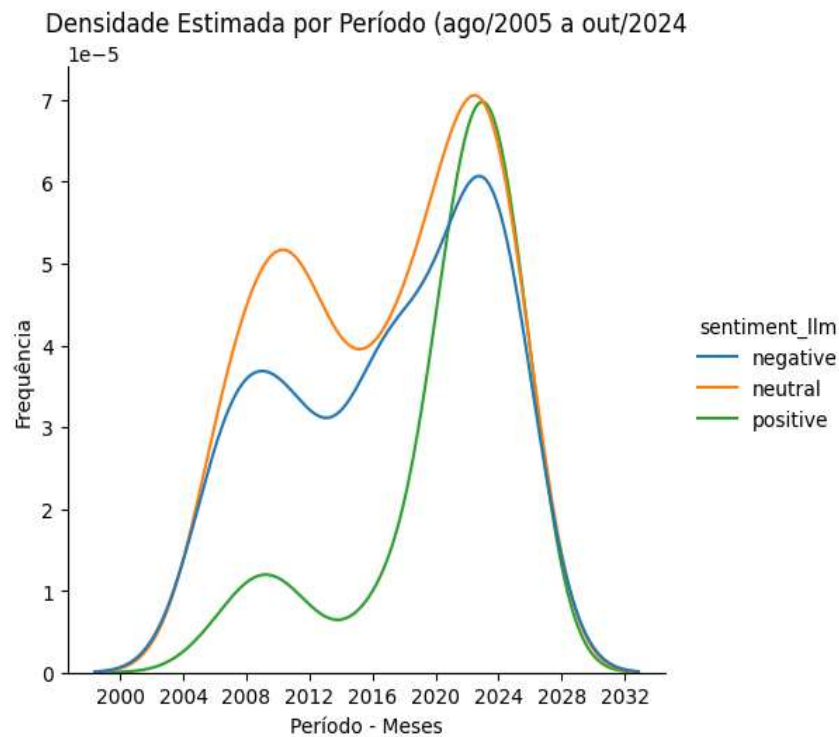
aquisição do fundo saudita. Podemos notar a perda de predominância de textos negativos, antes muito maior que os positivos, sendo ultrapassado, nos últimos anos, por esta categoria.

Figura 9 e 10: Distribuição numérica e percentual do sentimento da base completa, separando-os em período pré e pós aquisição do Newcastle United, no dia 7 de outubro de 2021.



Fonte: Elaboração própria

Figura 11: Densidade estimada de frequência de agosto de 2005 a outubro de 2024. O gráfico distingue a frequência entre as três categorias de sentimento.



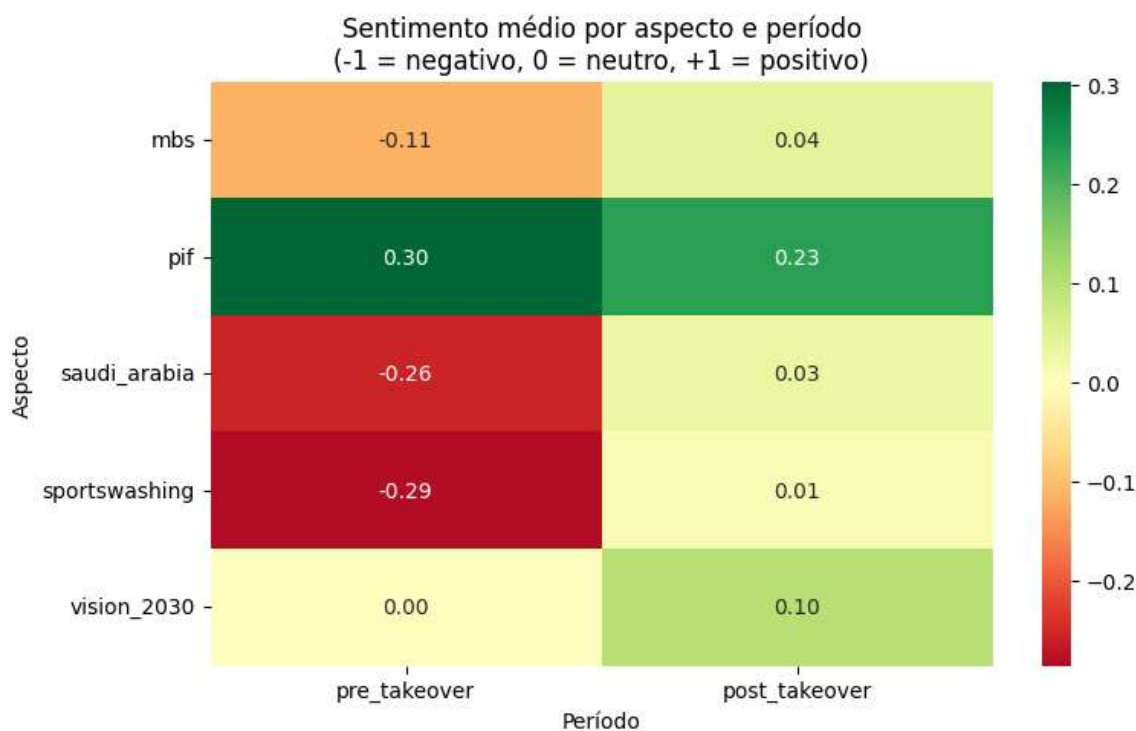
Fonte: Elaboração própria

A aquisição do clube inglês gera a expectativa de grandes investimentos em um clube que, apesar de tradicional, não conquistava um título de primeiro escalão há mais de 70 anos.

Promessas e expectativas desta dimensão podem ser fatores importantes para o crescimento do sentimento positivo atrelado a Arábia Saudita pelos torcedores. Ao analisarmos o posicionamento negativo, notamos que comentários negativos eram mais frequentes no início dos anos 2000 e teve um crescimento recente nos últimos anos, podendo ser explicado pela maior exposição do país no noticiário mundial e esportivo.

Ao analisarmos os aspectos agrupados, há indícios de uma variação do sentimento médio, o que sugere uma transição do negativo ao neutro. A figura 12 apresenta um mapa de calor do sentimento médio de cada aspecto, calculado pela média aritmética do *score* de cada comentário, onde delimitamos -1 para negativo, 0 para neutro e +1 para positivo.

Figura 12: Mapa de calor gerado pela média aritmética das três categorias de sentimento. Comparação entre períodos pré e pós aquisição do clube.



Fonte: Elaboração própria

Destaca-se os aspectos “*saudi_arabia*” e “*sportswashing*”, que no período pré-aquisição possuíam um sentimento médio próximo a -0.3, e ao passo do período após 2021, atingem médias próximas a 0. Tais resultados podem ser interpretados como potenciais indícios de uma mudança da percepção de torcedores ao Estado da Arábia Saudita, possivelmente impactadas pelos investimentos esportivos, gerando um possível incremento de *soft power* adquirido em um curto espaço de tempo – ainda que limitado a um coletivo delimitado.

Notável apontarmos as limitações que a base de dados e a análise possuem. Apesar da base de dados original possuir 3.617 comentários, após a limpeza e exclusão das duplicatas, nossa base final de análise foi reduzida para 2.178. A diminuição da base gera dificuldade para generalizar e termos um nível de confiança maior em nossos resultados. A raspagem dos comentários se estendeu desde o primeiro post que incluía algumas de nossas palavras focais até o dia 14 de outubro de 2025 no fórum *Toontastic*. Um novo estudo poderia incluir diferentes fóruns de torcedores e redes sociais, como *Newcastle-Online*, *NUFC Blog* e a página da rede social *Reddit*, *r/NUFC*, para maior abrangência de comentários e torcedores.

Na análise da raspagem foi possível notar a inclusão de alguns comentários que não se relacionam com a Arábia Saudita e o processo de compra do clube Newcastle United. Em um tópico mais antigo, em uma discussão de filmes, alguns comentários sobre o filme “Lawrence da Arábia”, como o comentário do usuário *143-happy-face* abaixo, acabaram sendo incluídos na análise, porém, todos os comentários que não tangem a discussão do estudo foram rotulados como neutros.

Lawrence of Arabia looks stunning but act 2 is a right pain in the arse. The film would benefit from being about 90 mins shorter. I always think the BFI overrates a lot kitchen sink dramas too even though I enjoy them. I like the Third Man too but agree with you there as well Parky. I'll have to check out 'Come and See'. Edit: He's right about 'La Dolce Vita' as well. I like 'La Strada' though.

author: 143-happy-face

Um outro aspecto que merece destaque refere-se a linguagem utilizada em fóruns e à sua construção ortográfica. Postagens em fóruns de torcedores frequentemente incluem elementos de sarcasmo, ironia e humor por se basearem na interação entre usuários da mesma “tribo”. Em diversas ocasiões, tais mensagens incluem adjetivos fortemente negativos, embora não reflitem, necessariamente, a avaliação pessoal do autor sobre aquele tópico. O comentário abaixo ajuda a exemplificar este tópico:

Gary Neville says Premier League should stop Saudi Arabia transfers -
<https://www.bbc.co.uk/sport/football/65956434> Fuck off

author: 61-wykikitoon

O texto é permeado por um palavreado negativo, porém, ao ser analisado dentro de seu contexto, podemos entender que o autor está se referindo ao comentarista esportivo Gary Neville, repudiando suas declarações contrárias às transferências de jogadores entre a Premier League e o país saudita. Desta maneira, atribuímos o sentimento a Arábia Saudita (*aspect: saudi*

arabia) como neutro, por não realizar uma defesa explícita ao país, apesar de ser contrário às críticas do comentarista inglês. A rotulagem foi realizada de maneira cautelosa, buscando se distanciar de vícios pré-postos na leitura dos comentários, entretanto o contexto futebolístico e político intrínseco aos comentários criava uma expectativa de rotulá-lo pelo que estava implícito a ele. O comentário de *149-renton* se apresenta como um exemplo desta complexidade:

Is MBS actually a nonce anyway? Did the Saudi Arabian government cause 9/11? Is Saudi Arabia "invading" Yemen? The only place I've heard these said is on the SMB.

author: 149-renton

Ao atrelar notícias negativas a Arábia Saudita (o atentado de 11 de setembro de 2001 e a invasão ao Iémen pelo país) o texto tende a ser direcionado ao sentimento negativo, porém o questionamento, demarcado pelos pontos de interrogação, aponta para uma incerteza sobre a relação entre agente e objetivo. Da mesma maneira, a frase final indica um questionamento sobre a veracidade destas informações e se não há uma estratégia em criar uma narrativa de culpa para o país, visto que estas notícias só foram vistas “em um meio de comunicação”, segundo o autor. As diversas camadas trazem a esta simples tarefa uma complexidade profunda para o anotador. O exemplo acima foi rotulado como neutro pela análise supervisionada.

Embora o modelo possua suas limitações, os dados obtidos permitem interpretar um avanço em direção a um sentimento mais positivo em relação a Arábia Saudita e o PIF quando comparado ao período pré-aquisição, ao menos entre os torcedores do Newcastle United. A atração observada sugere impactos da aquisição do clube e das demais vertentes de investimento saudita na Inglaterra, porém nos impede uma generalização dessas opiniões para o país como um todo. A análise realizada aponta, entretanto, uma perspectiva otimista caso as ambições internacionais sauditas estejam direcionadas para o ganho de *soft power*. Para que seja efetiva, caberá a estratégia saudita ampliá-la para além do universo estimado de 4 milhões de torcedores, garantindo que seu alcance atinja grupos cada vez mais amplos da população inglesa. Nesse sentido, o planejamento saudita tenderá a alargar seu escopo, trabalhando para o fortalecimento gradual e contínuo de seu *soft power*.

4. Conclusão

O presente trabalho dedicou-se à análise dos mais recentes movimentos de fundos de investimento estatais dentro do âmbito esportivo, principalmente a compra de novos clubes. O estudo consistiu em entender as motivações e compreender as ações que o Fundo de Investimento Público (PIF) da Arábia Saudita realizou durante e após a aquisição do clube inglês Newcastle United F.C. O objetivo central foi o de estabelecer uma avaliação crítica deste movimento, analisando suas estratégias de influência e ganho de poder a partir da dinâmica do *soft power*, seu pragmatismo econômico e seus interesses políticos intrínsecos. Em sua última seção, analisamos comentários de torcedores do Newcastle United em fórum online, de forma a dimensionar o impacto que as políticas sauditas obtiveram nos últimos anos, mesmo que em uma parcela pequena da população.

O estudo teve como base definir *soft power* a partir de seu principal autor, Joseph Nye, e, tendo como base este conceito, foi capaz de estabelecer uma base crítica de análise do *sportswashing*. A análise da literatura evidenciou que a expressão *sportswashing* ainda apresenta baixa rigidez conceitual, expandida a ponto de abranger diferentes fenômenos esportivos, resultando em uma definição pouco estruturada. Distanciando-se de uma abordagem simplista de “lavagem de imagem”, este estudo examinou o projeto saudita por uma lente mais ampla e holística. A estratégia do PIF se apresentou, até o momento, por dois pilares centrais: o primeiro de adotar uma política de *soft power* menos intrusiva, que procura se alinhar à teoria de Nye ao não se utilizar de ações impositivas, de grande impacto cultural, atrelando sua imagem e marcas de forma gradual. A legitimidade e o poder intangível passaram a ser buscada através da conquista sentimental, com a proximidade de um esporte tão passional, e econômica, com aportes financeiros nos clubes e em suas comunidades até adquirir a sua legitimação; um segundo pilar seria o de um pragmatismo econômico que reflete um país dependente de *comodities* cada vez mais pressionada por uma agenda ambiental nos últimos anos. Estes investimentos presentes no *Saudi Vision 2030* buscariam diversificar as formas de ganho econômico, criando novos veículos de retorno financeiro a longo prazo, com o clube inglês sendo apenas uma parte de um vasto portfólio.

A contribuição deste trabalho reside na ampliação da metodologia utilizada para analisarmos aquisições e patrocínios esportivos, reconhecendo que estas estratégias possuem um segundo ator em sua ponta final, o “parceiro do tango”, que também, por sua vez, cria mecanismos para receber e validar estes aportes financeiros, e que muitas vezes são agentes pouco visados ao se criticar o *sportswashing*. É necessário pontuar que, embora o trabalho tenha

buscado uma análise mais ampla do que a adjetivação de *sportswashing*, o termo possui valor e impacto como ferramenta para o debate da opinião pública, doméstica e internacional, e possui um papel importante ao permitir maior pressão sobre a responsabilidade de governos locais e internacionais. O trabalho também contribui ao permitir uma análise quantitativa dos impactos gerados pela aquisição do fundo saudita de um clube inglês, apontando uma melhora na percepção do país perante os adeptos do clube alvinegro após a compra. Apesar de focar em um grupo particular de indivíduos, os dados analisados, do fórum de discussão do clube, *Toontastic*, indicaram uma percepção mais positiva sobre a Arábia Saudita quando comparada ao período pré-aquisição.

Há limitações no trabalho que devem ser consideradas para um futuro aprofundamento desta pesquisa. O enfoque único na aquisição do Newcastle F.C. e no futebol pode ter restringido a metodologia e as conclusões a serem retiradas de uma análise mais profunda. Sugere-se que futuras contribuições possam trazer paralelos inter-esportes ilustrativos, como o golfe, a luta livre e o automobilismo, por exemplo, que são esportes importantes no projeto saudita. Além disso, traçar paralelos entre a atuação da Arábia Saudita no Newcastle F.C. e o Qatar no Paris Saint-Germain F.C., visto as suas semelhanças e a própria atuação a longo prazo destes países, culminando em serem os países representantes da Copa do Mundo de 2030 e 2022, respectivamente. Além disso, a ampliação dos fóruns de busca ajudaria na criação de um modelo não generativo mais robusto de análise de sentimento, em que poderíamos adaptar bases de treino e teste para seu melhor desempenho. A busca por outras fontes de opinião, como redes sociais e seções de comentário, poderiam ser uma saída para a análise menos enviesada, expandindo para uma população não diretamente ligada à aquisição do clube. Estes novos arranjos e melhorias podem ser importantes para entender estratégias e ganhos esperados em projetos de longo alcance e longo prazo, como o *Saudi Vision 2030* se propõe a ser.

Referências

AKHUNDOVA, G. **In Baku, a fearsome PR machine is using sport to sweep human rights under the carpet.** Disponível em: <https://www.independent.co.uk/voices/comment/baku-european-games-2015-a-fearsome-pr-machine-is-using-sport-to-sweep-human-rights-under-the-carpet-10314316.html>. Acesso em: 23 set. 2025.

About Kingdom. Disponível em: <https://www.mofa.gov.sa/ar/Pages/default.aspx>. Acesso em: 9 out. 2025.

Basic Law of Governance | The Embassy of The Kingdom of Saudi Arabia. Disponível em: <https://www.saudiembassy.net/basic-law-governance>. Acesso em: 10 out. 2025.

BIRD, S.; KLEIN, E.; LOPER, E. **Natural Language Processing with Python.** 1. ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2009. ISBN 978-0-596-51649-9.

BOYKOFF, J. **Toward a Theory of Sportswashing: Mega-Events, Soft Power, and Political Conflict.** *Sociology of Sport Journal*, 2022. Disponível em: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/ssj/39/4/article-p342.xml>. Acesso em: 15 set. 2025.

BURNTON, S. **“Quarantine our sad, sick game”: how Heysel tragedy changed English football.** *The Guardian*, 2 jun. 2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/football/2020/jun/02/how-heysel-tragedy-changed-english-football-clubs-banned-europe>. Acesso em: 6 out. 2025.

CHADWICK, S.; WIDDOP, P.; BURTON, N. **Soft Power Sports Sponsorship – A Social Network Analysis of a New Sponsorship Form.** *Journal of Political Marketing*, v. 21, n. 2, p. 196–217, 2022. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15377857.2020.1723781>. Acesso em: 20 ago. 2025.

CHADWICK, S.; WIDDOP, P.; GOLDMAN, M. M. **The Geopolitical Economy of Sport: Power, Politics, Money, and the State.** London: Routledge, 2023.

DE LAURENTTIS, F. **“Quem são os Glazer, donos bilionários que colocaram o United num buraco e são odiados”.** *ESPN.com*, 15 out. 2019. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/6183872/quem-sao-os-glazer-donos-bilionarios-que-colocaram-o-united-num-buraco-e-sao-odiados. Acesso em: 4 dez. 2024.

DELOITTE. **Deloitte Football Money League.** Deloitte, Londres, 2025. Disponível em: <https://www.deloitte.com/uk/en/services/consulting-financial/analysis/deloitte-football-money-league.html>. Acesso em: 18 set. 2025.

FIFA. **Men's mid-year transfer snapshot 2025.** FIFA, Zurique. Disponível em: <https://inside.fifa.com/transfer-system/transfer-reports?tab=Men%27s+mid-year+transfer+snapshot+2025>. Acesso em: 14 set. 2025.

Fundo da Arábia Saudita retira oferta de compra do Newcastle após polêmicas. Estadão, 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/fundo-da-arabia-saudita-retira-oferta-de-compra-do-newcastle-apos-polemicas/>. Acesso em: 21 set. 2025.

GANJI, S. K. **The Rise of Sportswashing.** *Journal of Democracy*, v. 34, n. 2, p. 62–76, 2023. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/pub/1/article/886933>. Acesso em: 15 ago. 2025.

GREENWOOD, R. **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism.** [s.l.: s.n.], [s.d.].

GRIX, J.; BRANNAGAN, P. M. **Sports Mega-Events as Foreign Policy: Sport Diplomacy, “Soft Power,” and “Sportswashing”.** *American Behavioral Scientist*, 23 jul. 2024. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00027642241262042>. Acesso em: 23 ago. 2025.

GRIX, J.; DINSMORE, A.; BRANNAGAN, P. M. **Unpacking the Politics of ‘Sportswashing’: It Takes Two to Tango.** *Politics*, v. 45, n. 3, p. 377–398, 1 ago. 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/02633957231207387>. Acesso em: 7 set. 2025.

JARVIE, G. **Sport, Soft Power and Cultural Relations.** *Journal of Global Sport Management*, v. 9, n. 4, p. 670–687, 2024. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/24704067.2021.1952093>. Acesso em: 3 set. 2025.

JONES, I.; ADAMS, A.; MAYOH, J. **Fan Responses to Ownership Change in the English Premier League: Motivated Ignorance, Social Creativity and Social Competition at Newcastle United F.C.** *International Review for the Sociology of Sport*, v. 59, n. 1, p. 101–118, 2024. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10126902231179067>. Acesso em: 10 set. 2025

JURAFSKY, Daniel; MARTIN, James H. **Large Language Models.** In: *Speech and Language Processing: An Introduction to Natural Language Processing, Computational Linguistics, and Speech Recognition with Language Models*. 3. ed. Manuscrito online, 24 ago. 2025. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3/7.pdf>. Acesso em: 11 out. 2025.

KAMRAVA, M. **Routledge handbook of Persian Gulf politics.** London: Routledge, 2020.

KEARNS, C.; SINCLAIR, G.; BLACK, J.; DOIDGE, M.; FLETCHER, T.; KILVINGTON, D.; LISTON, K.; LYNN, T.; SANTOS, G. L. **‘Best Run Club in the World’: Manchester City Fans and the Legitimation of Sportswashing?** *International Review for the Sociology of Sport*, v. 59, n. 4, p. 479–501, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/10126902231210784>. Acesso em: 19 ago. 2025.

MELISSEN, J. (ed.). **The New Public Diplomacy: soft power in international relations.** Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005. Disponível em: https://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/soft_power/The_New_Public_Diplomacy.pdf. Acesso em: 9 ago. 2025.

NAURIGHT, J.; RAMFJORD, J. **Who owns England's game? American professional sporting influences and foreign ownership in the Premier League.** *Soccer & Society*, v. 11, n. 4, p. 428–441, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14660971003780321>. Acesso em: 11 ago. 2025.

NAZIR, A. et al. Issues and Challenges of Aspect-based Sentiment Analysis: A Comprehensive Survey. **IEEE Transactions on Affective Computing**, [s. l.], v. 13, n. 2, p. 845–863, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1109/TAFFC.2020.2970399>. Acesso em: 8 out. 2025.

Newcastle manager Eddie Howe hits back at critics over Saudi ownership: "My specialist subject is football". Sky Sports, 2022. Disponível em: <https://www.skysports.com/football/news/11678/12567506/newcastle-manager-eddie-howe-hits-back-at-critics-my-specialist-subject-is-football>. Acesso em: 14 out. 2025.

"Night of the beating": details emerge of Riyadh Ritz-Carlton purge. *The Guardian*, 19 nov. 2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2020/nov/19/saudi-accounts-emerge-of-ritz-carlton-night-of-the-beating>. Acesso em: 20 out. 2025.

NYE, J. S. **Public Diplomacy and Soft Power.** *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, v. 616, p. 94–109, 2008. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002716207311699>. Acesso em: 19 nov. 2024.

_____. **Soft power: the evolution of a concept.** *Journal of Political Power*, v. 14, n. 1, p. 196–208, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/2158379X.2021.1879572>. Acesso em: 11 nov. 2024.

NYGÅRD, H. M.; GATES, S. **Soft power at home and abroad: Sport diplomacy, politics and peace-building.** Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2233865913502971>. Acesso em: 16 ago. 2025.

PANDIT, T.; RAVAL, M.; UPADHYAY, D. **Multi-Domain ABSA Conversation Dataset Generation via LLMs for Real-World Evaluation and Model Comparison.** [S. l.]: arXiv, 2025. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2505.24701>. Acesso em: 11 nov. 2025.

PIF, PCP Capital Partners and RB Sports & Media acquire Newcastle United Football Club. Disponível em: <https://www.pif.gov.sa/en/news-and-insights/press-releases/2021/nufc/>. Acesso em: 21 out. 2025.

ROBINSON, J.; CLEGG, J. **The Club: How the English Premier League Became the Wildest, Richest, Most Disruptive Force in Sports.** [S. l.]: Houghton Mifflin Harcourt, 2018. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=DeE9twEACAAJ>.

SATISH, K.; PORTET, X. G.; VELA, J. **Football and Nation Branding: A Case Study of Saudi Arabia's Strategy for Global Football Recognition.** *adComunica*, p. 27–52, 2024. Disponível em: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/7776>. Acesso em: 3 set. 2025.

Saud al-Qahtani: who is fixer cleared by Saudis over Khashoggi murder? *The Guardian*, 23 dez. 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2019/dec/23/saud-al-qahtani-saudi-fixer-khashoggi>. Acesso em: 20 out. 2025.

Saudi Vision 2030. Disponível em: <https://www.vision2030.gov.sa/en>. Acesso em: 20 out. 2025.

SKEY, M. Sportswashing: Media Headline or Analytic Concept? International Review for the Sociology of Sport, v. 58, n. 5, p. 749–764, 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10126902221136086>. Acesso em: 27 out. 2024.

TAYLOR, L. BeIN Sports asks Premier League to block Saudi Newcastle deal over piracy. The Guardian, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://www.theguardian.com/football/2020/apr/22/bein-sports-asks-premier-league-to-block-saudi-newcastle-deal-over-piracy>. Acesso em: 26 out. 2025.

TEITELBAUM, Justin. The World's Most Valuable Soccer Teams 2025. Forbes, Nova York, 30 maio 2025. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/justinteitelbaum/2025/05/30/the-worlds-most-valuable-soccer-teams-2025/>. Acesso em: 11 out. 2025.

WINTOUR, P. Saudi crown prince asked Boris Johnson to intervene in Newcastle United bid. The Guardian, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/15/saudis-asked-boris-johnson-to-intervene-in-newcastle-united-bid>. Acesso em: 27 out. 2025.

APÊNDICE A – CÓDIGO UTILIZADO PARA EXTRAÇÃO E POSTERIOR ANÁLISE DE COMENTÁRIOS DO FÓRUM TOONTASTIC

De forma a garantir transparência metodológica e reprodutibilidade, o código fonte, *notebooks* de análise e amostras representativas da base de dados utilizadas estão disponíveis publicamente em repositório no GitHub. Interessados pelo material podem acessá-lo através do endereço seguinte endereço: <https://github.com/lucasachuba/toontastic-sentiment-analysis>.