

ÂNIMA / CENTRO UNIVERSITÁRIO CURITIBA
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

**O ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER:
O CASO DA FIFA**

ANDREW DE LIMA WHITTLE

CURITIBA-PR

2023

ANDREW DE LIMA WHITTLE

O ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER:

O CASO DA FIFA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Relações Internacionais do Centro Universitário Curitiba como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Eduardo Teixeira de Carvalho Júnior.

CURITIBA-PR

2023

ANDREW DE LIMA WHITTLE

O ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER:

O CASO DA FIFA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de graduação em Relações Internacionais do Centro Universitário Curitiba como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

_____, _____ de _____ de 20____.
Local dia mês ano

Prof. e orientador, abreviatura da titulação Nome da Instituição de Ensino

Prof. Nome completo, abreviatura da titulação Nome da Instituição de Ensino

Prof. Nome completo, abreviatura da titulação Nome da Instituição de Ensino

AGRADECIMENTOS

Quero dedicar este momento para expressar meus sinceros agradecimentos a todos que tornaram possível a realização desta monografia, um marco importante em minha jornada acadêmica.

Primeiramente, meu profundo agradecimento ao meu orientador, Eduardo Teixeira de Carvalho Júnior, cuja orientação e insights foram essenciais para moldar este trabalho. Sua paciência e dedicação foram verdadeiramente inspiradoras.

À minha família, agradeço por seu apoio incondicional. Vocês foram meu alicerce, oferecendo amor e compreensão nos momentos desafiadores desta jornada acadêmica.

Por fim, ao Centro Universitário Curitiba, agradeço por criar um ambiente propício ao aprendizado e crescimento. É uma honra fazer parte desta comunidade acadêmica.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso busca analisar o impacto do uso do soft power pela Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA) no cenário mundial. O estudo se concentra na maneira como o futebol, ao longo da história e através das políticas da FIFA, afeta determinados países. O futebol tem sido um fenômeno global que transcende fronteiras nacionais e culturais, unificando pessoas de diferentes origens em torno de uma paixão comum. Este estudo explora como a FIFA tem capitalizado este fenômeno para exercer influência no cenário internacional. A pesquisa explora o surgimento dos principais eventos esportivos do futebol, incluindo a Copa do Mundo da FIFA e suas implicações geopolíticas. Argumenta-se que esses eventos servem como uma plataforma para a FIFA exercer seu soft power, influenciando as decisões políticas e sociais dos países anfitriões. A principal questão de pesquisa abordada neste estudo é: "Qual é a importância do esporte como instrumento de Soft Power: O caso da FIFA?". Através de uma análise detalhada das estratégias e práticas da FIFA, esta pesquisa busca responder a essa pergunta. Este estudo contribui para a literatura existente em Relações Internacionais ao fornecer uma análise original do papel do futebol e da FIFA no exercício do soft power. Espera-se que os resultados deste trabalho possam abrir caminho para futuras pesquisas nesta área emergente de estudos.

Palavras-Chave: Soft Power. FIFA. Diplomacia do Futebol. Geopolítica do Esporte.

ABSTRACT

This final thesis aims to analyze the impact of the use of soft power by the International Federation of Association Football (FIFA) on the global stage. The study focuses on how football, throughout history and through FIFA's policies, affects certain countries. Football has been a global phenomenon that transcends national and cultural boundaries, bringing people from different backgrounds together around a common passion. This study explores how FIFA has capitalized on this phenomenon to exert influence on the international stage. The research delves into the emergence of major football sporting events, including the FIFA World Cup and its geopolitical implications. It argues that these events serve as a platform for FIFA to exercise its soft power, influencing the political and social decisions of host countries. The main research question addressed in this study is: "What is the significance of sports as a tool of Soft Power: The case of FIFA?" Through a detailed analysis of FIFA's strategies and practices, this research seeks to answer that question. This study contributes to the existing literature in International Relations by providing an original analysis of the role of football and FIFA in the exercise of soft power. It is hoped that the results of this work can pave the way for future research in this emerging area of study.

Keywords: Soft Power. FIFA. Football Diplomacy. Geopolitics of Sports.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	08
2	HISTÓRIA DO FUTEBOL E PORQUE O FUTEBOL SE TORNOU UM ESPORTE MUNDIAL	09
2.1	HISTÓRIA DO FUTEBOL	09
2.2	ASCENSÃO DO FUTEBOL COMO UM ESPORTE DE POPULARIDADE GLOBAL	13
2.3	SURGIMENTO DE GRANDES EVENTOS ESPORTIVOS	18
3	INSTITUIÇÃO FIFA	22
3.1	A INSTITUIÇÃO FIFA E SEUS OBJETIVOS	22
3.2	FIFA ENQUANTO INSTITUIÇÃO INTERNACIONAL E HISTÓRIA	28
3.3	INFLUÊNCIA DA FIFA NOS DIAS DE HOJE E FUTURO	34
4	A IMPORTÂNCIA DO SOFT POWER NA FIFA	37
4.1	ANÁLISE DE ELEMENTOS DO <i>SOFT POWER</i> NOS PROJETOS DA FIFA	37
4.2	O SOFT POWER E OS MEGA EVENTOS PARA A FIFA	44
4.3	COMO A FIFA ENQUANTO INSTITUIÇÃO INTERNACIONAL UTILIZA O SOFT POWER E FALANDO UM POUCO SOBRE O SOFT POWER	50
	CONCLUSÃO	54
	REFERÊNCIAS	57

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Cha (2010), os eventos esportivos internacionais podem ser considerados uma forma eficaz de soft power ao promoverem uma imagem positiva do país anfitrião. Além disso, Giulianotti (2011) ressalta que esses eventos também podem contribuir para aumentar o prestígio internacional da nação organizadora. Portanto, ao organizar tais eventos, a FIFA pode ser vista como uma ferramenta estratégica na promoção dos interesses nacionais através do soft power.

O trabalho aqui proposto visa analisar e compreender a dimensão do soft power exercido pela FIFA e o impacto deste nos países, sobretudo através da realização de grandes eventos esportivos como a Copa do Mundo. O futebol, neste contexto, surge como uma poderosa ferramenta de *soft power*, capaz de influenciar as relações internacionais e a política dos países hospedeiros desses eventos.

Nye (2004) define *soft power* como "a capacidade de obter o que você quer através da atração e persuasão". Esta definição se aplica perfeitamente ao papel exercido pela FIFA no cenário internacional. Ao utilizar o futebol como instrumento de soft power, a FIFA consegue persuadir e atrair os países para suas políticas e interesses.

A importância do esporte, especificamente o futebol, como instrumento de *soft power* é inegável. Como afirmam Chauffour e Maur (2011), "o esporte tem um impacto significativo na economia mundial e nas relações internacionais". A capacidade da FIFA em mobilizar grandes massas ao redor do mundo através do futebol mostra o quanto esta organização detém um considerável poder suave.

O surgimento dos grandes eventos esportivos do futebol também é um aspecto importante dessa discussão. A realização destes eventos é uma estratégia utilizada pela FIFA para exercer seu *soft power* sobre os países anfitriões. Como afirma Tomlinson (2006), "os megaeventos esportivos são vistos como uma maneira eficaz de promover a imagem internacional de um país ou cidade".

O objetivo deste trabalho é mostrar como o futebol, ao longo da história, e a política da FIFA afetam um determinado país. Mais especificamente, exploraremos o surgimento dos grandes eventos esportivos do futebol e o impacto do *soft power* exercido pela FIFA nesse contexto. Ao analisar esses elementos, pretendemos responder à seguinte pergunta de pesquisa: qual é a importância do esporte como

instrumento de Soft Power? Para isso, tomaremos como estudo de caso a própria FIFA.

2 HISTÓRIA DO FUTEBOL E PORQUE O FUTEBOL SE TORNOU UM ESPORTE MUNDIAL

2.1 HISTÓRIAS DO FUTEBOL

A história do futebol remonta à antiguidade, e serviam como treinamento e preparação de guerreiros com jogos semelhantes ao futebol sendo praticadas em diferentes culturas em todo o mundo suas origens remontam a civilizações antigas, como China, Grécia e Roma.

Por exemplo, o "Tsu Tsù" é um antigo ritual de guerra chinês que foi criado a cerca de 2600 a.C., durante a Dinastia do Imperador Huang-Ti. Que tinha como regras não permitir que a bola tocasse o solo e cruzasse os limites demarcados e a bola deveria ser chutada por entre dois pedaços de madeira, que eram ligados por fios em suas extremidades. Depois de uma batalha, a tribo vencedora jogava futebol com a cabeça do chefe inimigo ou do guerreiro mais corajoso. Acreditava-se que este ritual assimilava toda a inteligência, bravura, força, capacidade e liderança presentes na cabeça corajosa do escolhido, bem como a base do corpo, o lugar da vida, os pés (Murad *et al.*, 1996).

O *epyskyros* e o *harpastum* eram jogados na Grécia desde o século IV a.C. Nestes jogos, uma bola de couro cru tinha de ser transportada a pé até à área defensiva da equipa adversária. Estes jogos eram praticados pela nobreza, mas a população também podia jogar durante o período em que eram populares as festas em honra de Baco, o deus do vinho. Os romanos também jogavam um jogo chamado *harpastum*, que era o esporte que tinha, por objetivo, o treinamento militar e simulação de táticas de guerra, já que, 14 nesse período, Roma passava por guerras de defesa e expansão do império. A coincidência deste esporte com o futebol atual era que já existiam posições mais ou menos definidas. Em quatro linhas eram divididos os *Astati*, os *Veliti*, os *Principi* e os *Triari*, que correspondiam aos atacantes, aos meio-campistas, aos defensores e aos goleiros. De acordo com Silva,

O jogo como uma técnica de treinamento era realizado dentro de um campo retangular em que os legionários deviam levar a bola ao outro lado do campo colocando a bola atrás da linha de marcação final da equipe adversária sendo a forma de marcação deste jogo violentíssima. (Silva, 2011, p 29.)

No *Harpastum* também existia uma relação hierárquica, onde guerreiros veteranos disputavam partidas contra jovens guerreiros. Essa disputa, entre veteranos e aprendizes, tinha o objetivo de treinar e educar os corpos para as batalhas que estavam por vir. Apesar de já ter posições definidas, esse jogo ainda tinha regras que coibissem faltas. O esporte acabava descambiando para violência, chegando muitas vezes a quase matar jogadores da equipe adversária (Silva *et al.*, 2011).

O cálculo, como ainda hoje é chamado o futebol na Itália, é um esporte antigo, um ritual de lazer da nobreza italiana na Idade Média (século XIV), que ocorreu por conta de uma rixa que envolvia problemas políticos e militares com o príncipe de Orange em 1529. Foi aí que duas facções políticas decidiram resolver seus problemas numa partida de futebol. O jogo possuía um total de 27 jogadores, com uniformes diferenciando uma equipe da outra, e já havia a divisão por posições no campo como: *corridori* (atacante), *sconciatori* (médios), *datori innanzi* (médios recuados ou zagueiros avançados), *datori addietro* (zagueiros recuados). E como corria muitos casos de violência durante as partidas foram criadas novas regras por Giovanni Di Bardi, em 1580, as partidas passaram a ter árbitros para evitar que entradas mais fortes e excessivas ocorressem (Silva *et al.*, 2011).

O esporte assim se tornou muito popular pelo país, e hoje é uma festa anual em várias cidades italianas. Silva afirma que:

Mesmo com sucessivas proibições houve na Itália, mais especificamente em Florença, a transformação do *Harpastum* romano em um jogo chamado Cálculo, os florentinos tornaram o jogo romano uma parte das festividades de carnaval sendo jogado uma vez por ano entre equipes que alimentavam a rivalidade durante o ano inteiro. (SILVA, 2011, p.29)

É importante ressaltar que a Europa, no século XVIII, começava a viver o período da Revolução Industrial e a Inglaterra foi o berço dessa revolução. Na Inglaterra, foi praticado de forma bastante agressiva. Essas primeiras formas de futebol lançaram as bases para o jogo, no entanto, os esportes modernos como o conhecem hoje teve origem na Inglaterra do século XIX. Murad (1996, apud RUIZ, 1998, p.22-23). O capitalismo, no final do século XIX, já alcançava grande parte do mundo, tornando-o mais próximo, mais globalizado, tendo os ingleses como pioneiros. Para dominar e influenciar o mundo, não somente o investimento de capitais era necessário, mas também trazer consigo seus costumes (Silva *et al.*, 2011).

O futebol na Inglaterra era um jogo semelhante ao Soule que foi influenciado pelo Harpastum, e com isso houve o crescimento de popularidade ao ponto que habitantes das cidades inglesas saíram à rua chutando uma bola de couro, para comemorar a expulsão dos nórdicos. E para os ingleses por muito tempo o futebol foi apenas um meio de comemoração festivo. Nessa época era comum jogadores terem pernas quebradas, roupas rasgadas, dentes arrancados. Houve também muitas mortes por conta da rivalidade entre times (Silva *et al.*, 2011).

Por isso o esporte era conhecido por ser das massas e sem regras. Esse futebol medieval tinha como objetivo apenas levar a bola até o local determinado, não importando o meio realizado. Muitas vezes centenas de pessoa jogavam as partidas e a mesma poderia durar o dia todo. Mas como inicialmente não era bem visto, devido a violência e por ser praticado pelas camadas populares, o esporte passou a ser proibido de acordo com Silva:

O jogo até então estava proibido em muitos lugares da Europa inclusive na Inglaterra, mas em 1681 devido às relações diplomáticas entre Florença e aquele país houve o descobrimento do Cálcio italiano pelo contato entre estas regiões, assim o Rei inglês Carlos II derruba a proibição ao jogo futebol de carnaval, mas apesar da legalização este futebol foi reduzindo a sua popularidade e se restringindo a lugares menores devido às sucessivas proibições no decorrer dos séculos. Isto o levou a ser praticado em maior escala nas universidades inglesas, local onde não eram proibidos, já no início do século XIX. (Silva, 2011, p. 30)

Mas com a popularidade crescendo aos poucos o esporte passou a ser liberado para ser praticado nas escolas e universidades, por jovens aristocratas. O esporte teve que mudar, e foi ganhando características modernas. Em 1710, as escolas de *Covent Garden*, *Strand* e *Fleet Stret* passaram também a adotar o futebol como atividade física. Com isso, logo ganhou novos apoiadores. Duas regras de diferentes colégios prevaleceram na época: uma, jogada só com os pés, e uma com os pés e as mãos. Criava-se, assim, o Football e o que viria a ser o Rugby (Silva *et al.*, 2011).

Mas graças à explosão de popularidade estavam ocorrendo no esporte. Em 1863, foi fundado na Inglaterra a Football Association, fazendo com que se criassem regras para o jogo. E que se tivesse a organização como existe nos dias de hoje com a formação de tabelas e datas dos jogos. O futebol deixa de ficarem restritas as elites e passa a ser difundido em toda Inglaterra. O futebol era um esporte e devido ao ritmo e às exigências da vida metropolitana onde se misturavam pessoas das

mais diversas origens diversas raças, tornando-se estranhas umas às outras, o futebol que se tornou a religião da classe operária (Silva *et al.*, 2011).

E a profissionalização do futebol teve início apenas em 1885 e no ano seguinte seria criada, na Inglaterra, a *International Board*, entidade cujo objetivo principal era estabelecer e mudar as regras do futebol, quando necessário (Silva *et al.*, 2011).

Em 1888, foi fundada a Football League com o objetivo de organizar torneios e campeonatos internacionais. Conforme Silva, Silva:

Esta prática organizada sobre os princípios da lealdade, da destreza e do cavalheirismo está assentada nos valores da época disseminados a partir do preconceito social, pois se jogava nas universidades um jogo proibido às classes menos abastadas. Mais uma vez se observa no jogo as representações do que uma sociedade é, ou seja, transfere-se a prática do jogo elementos da organização social, assim nasce o futebol como produto do capitalismo, como produto dos valores do sistema social. É o Football Association fundado em 1864 por estudantes universitários ingleses. (Silva, 2011, p. 30)

Em 1871, o futebol tornou-se obrigatório no ensino secundário e passou a ser praticado nas escolas públicas. O Arsenal (fundado em 1886), oriundo de uma fábrica de munições, e a Manchester United, formado em 1878 por trabalhadores dos caminhos-de-ferro, é exemplos disso, com financiamento e formação fornecidos pelos patrões. Com exceção do Arsenal, que era de Londres, a maior parte das equipas que se destacavam na competição da época eram do norte de Inglaterra e eram maioritariamente constituídas por industriais e pobres (Silva *et al.*, 2011).

A passagem do futebol do meio escolar, a entrada da elite nas fábricas traduziu-se não só pela introdução do profissionalismo, mas também por uma mudança de mentalidade em relação ao esporte, que deixou de ser apenas uma atividade de lazer para melhorar a condição física e mental dos indivíduos e passou a ser tratado como uma mercadoria. O protagonismo das equipas de trabalhadores nas competições também deu visibilidade às fábricas (Ferreira *et al.*, 2005).

Muitos dos times de fábrica, que se desenvolveram naquela época, passaram por um processo de profissionalização, ainda que, em muitos casos, disfarçado. Logo surgiram equipas como o Blackburn Olympic, onde os operários eram contratados muito mais em função da habilidade demonstrada com a bola nos pés do que pela sua eficiência no trabalho nas minas de carvão³. Com isso, surgiu a figura do "operário-jogador", assunto do qual trataremos mais adiante. (Ferreira, 2005, s/p)

Numa sociedade fortemente comercialista, o futebol amador ou estudantil de base torna-se profissional e popular. Torna-se mais um produto, mais um trabalhador na dinâmica do capitalismo. É um trabalhador que vende o seu trabalho a habilidade

e a qualidade do seu futebol para entreter multidões de entusiastas do esporte (Silva *et al.*,2011).

Já regido por regras, o futebol moderno é uma invenção britânica e tem uma forte ligação com as mudanças que ocorreram no país, especialmente no final do século XIX, mas o esporte espalhou-se pelo mundo devido ao papel de liderança que o Reino Unido desempenhou nesse período. A Grã-Bretanha era já uma das principais nações industrializadas, com uma força militar apoiada por uma marinha forte, bem como várias áreas de comércio e influência em todo o mundo. Esta influência permitiu a interação com a cultura britânica e a difusão do futebol (Silva *et al.*, 2011).

O futebol tornou-se uma paixão mundial em França em 1872, na Suíça em 1879, na Bélgica em 1880, nos Países Baixos, na Dinamarca e na Alemanha em 1889, na Itália em 1893 e no Brasil em 1894. O esporte também ganhou repercussão mundial quando se tornou um esporte olímpico nos Jogos Olímpicos de Londres, em 1908 (Silva, 2011).

O aparecimento do futebol moderno, com regras, é um complemento a utilização do então promissor esporte como meio de reprodução do trabalho e de manutenção da vitalidade física necessária para sustentar a exploração capitalista e a dominação social. Assim, o futebol passou por um processo de expansão. No entanto, eram necessárias regras para mantê-lo sobre controle (Silva, 2011).

O futebol foi exportado por cidadãos britânicos que serviram outros países ou estudaram no Reino Unido durante algum tempo. Foi o caso de Charles Miller, que introduziu o futebol no Brasil, trazendo das Ilhas Britânicas duas bolas e um livro de regras. A influência econômica e cultural da Inglaterra na América do sul se reflete nos clubes fundados por colonos batizando os times fundados durante o fim do século 19 e início do século 20 um bom exemplo é o Corinthians (1910).

O futebol como modalidade esportiva é resultado da organização de elementos referentes aos períodos: Antigo, Feudal e Moderno, numa Inglaterra economicamente influente para a América do século XIX, sendo a primeira uma potência mundial caracterizada por uma hegemonia no plano político, econômico e socio-cultural. Dessa forma, temos um contexto em que o Brasil "emancipado" dos laços de dominação colonial com Portugal vê-se obrigado economicamente a manter relações com a metrópole britânica, pois esta nos fornece "[...] todo o capital necessário para melhoramentos internos no Brasil e fabrica todos os utensílios de uso ordinário," (Casalecchi, 1992, p.26 apud Silva, 2011, p. 32).

E com a criação da FIFA em 1904, que organiza, até hoje, o futebol no mundo. A FIFA organiza os grandes campeonatos de seleções (Copa do Mundo) de

quatro em quatro anos. Também organiza campeonatos entre clubes, por exemplo, a Copa Libertadores da América, Copa da UEFA, Liga dos Campeões da Europa, Copa Sul-Americana, Concacaf Champions league, entre outros (Silva, 2011).

Além que a Inglaterra com a criação de regras e a própria influencia que tinha sobre o mundo (O século XIX pode ser considerado o século do imperialismo inglês pelo mundo), se aproveitou disso e expandiu seu comércio internacionalmente, os seus aspectos culturais também, além do futebol.

2.2 ASCENSÃO DO FUTEBOL COMO UM ESPORTE DE POPULARIDADE GLOBAL

A eleição do presidente da FIFA em 1974 foi o catalisador direto da comercialização do futebol e da sua transformação no esporte mais popular do mundo. Nessa altura, o então presidente, Stanley Rous, concorreu contra o candidato oficial da América do Sul, o brasileiro João Havelange. Até então, a FIFA tinha sido caracterizada como estando sob controlo europeu e não permitindo a comercialização do futebol. No entanto, Havelange compreendeu bem o significado do princípio básico da FIFA de "um país, um voto". Os movimentos independentistas, nomeadamente na Ásia e em África, tinham alterado a constituição política da FIFA: em 1974, havia 140 países membros, menos de um terço do número total de membros europeus e sul-americanos (Eisenberg, 2005; Goldblatt, 2006; Smit, 2007).

Havelange visitou 86 países com uma campanha agressiva e fortes capacidades diplomáticas. Em África, ao contrário dos seus rivais, prometeu aos países membros do continente que, enquanto fosse presidente, a África do Sul seria expulsa da FIFA até ao fim do regime da Apartheid. Prometeu também aumentar o número de vagas no Campeonato do Mundo, aumentar o número de vagas africanas e acolher o Campeonato do Mundo de Juniores fora da Europa. Além disso, prometeram assistência técnica e financiamento para a construção de estádios, centros médicos e centros de treino. As eleições realizadas em Frankfurt terminaram com a vitória de Havelange por 68 votos contra 52 (Goldblatt, 2006; Smit, 2007).

Após a eleição, Havelange assinou um acordo com Horst Dassler, presidente da Adidas, que transformaria o negócio do futebol. Dassler percebeu que, com o crescimento das empresas multinacionais, estas empresas queriam que as suas marcas fossem reconhecidas a nível mundial. o patrocínio de eventos desportivos

teria, portanto, um efeito mais positivo do que a publicidade tradicional. Construiria a imagem da empresa como uma boa cidadã corporativa, associando - a aos valores indispensáveis e prestigiantes do desporto. Havelange concede então a Dassler o direito de vender ações de marketing no futebol internacional. Com a ajuda de Patrick Nally, antigo diretor de publicidade e sócio da empresa de marketing desportivo West Nally, Dassler percorre o mundo para convencer as grandes empresas a investir no futebol. O acordo com a Coca - Cola foi provavelmente o mais lucrativo e permitiu a Havelange financiar a organização dos prometidos campeonatos de juniores: em 1977, a Tunísia foi o primeiro país anfitrião, seguida do Japão em 1979 e da Austrália em 1981 (Smit *et al.*, 2007).

Consequentemente, desde a Copa do Mundo de 1990, em Itália, o futebol conheceu um crescimento económico e geográfico sem precedentes: em meados da década de 90, o sector vendia já cerca de 225 mil milhões de dólares por ano; o mandato da FIFA tornou-se muito mais claro, não só em termos políticos, mas também em termos de recursos à sua disposição o Campeonato do Mundo de 1994, realizado nos EUA, foi uma tentativa ousada de conquistar o maior mercado consumidor de esporte e entretenimento. Reconhecendo a importância crescente da Ásia para o futuro da economia mundial e para o desenvolvimento do futebol, Havelange já vinha defendendo a realização do evento na Ásia desde o final da década de 1980. Havelange também procurou estabelecer o futebol como o esporte mais popular do planeta, decidindo um calendário rotativo, com o primeiro Campeonato do Mundo em 2010 a ser realizado na África (Butler, 2002; Giulianotti, 1999; Hill, 2004).

Em particular, a televisão contribuiu fortemente para a expansão global do futebol, mercantilizando o esporte e transformando-o num espetáculo para consumo de massas: de acordo com as demonstrações financeiras da FIFA para 2007 e 2008, as receitas totais para os dois anos ascenderam a 1,839 biliões de dólares, dos quais 1,07 biliões de dólares se relacionam com a venda de direitos televisivos para o Campeonato do Mundo de 2010, que teve lugar quase dois anos antes dos Jogos. O desporto sempre foi atrativo para a indústria dos meios de comunicação social devido aos baixos custos de produção e à capacidade de atrair grandes audiências (Fifa, 2008; 2009a; Horne; Manzenreiter, 2002).

E com o grande ganho de popularidade do futebol acompanhou o processo de industrialização do Brasil. A migração para as grandes cidades e a construção de

ferrovias para o transporte da produção cafeeira contribuíram para a difusão, interiorização e popularização do esporte. Rio de Janeiro e São Paulo absorveram pessoas vindas de diferentes partes do país e do mundo, e essas pessoas, sem vínculos identitários com essas novas regiões, começaram a criar vínculo com o esporte. O futebol, que era utilizado para o trabalho nas fábricas e como atividade recreativa, para se criar novos laços (Apud Krause, 2010).

No tempo da República Velha, o futebol estava se mantendo restritas as oligarquias e aos estrangeiros, em especial aos ingleses. A formação das primeiras equipes se deu no interior desses grupos dominantes, e o futebol começou a conquistar a preferência perante os demais esportes, antes praticados na capital federal. Por ser um esporte coletivo, estimulava o espírito de disciplina e solidariedade entre os atletas. As regras de fácil aprendizagem também contribuíram para a hegemonia dentro das camadas mais abastadas e posteriormente na popularização (Apud Krause, 2010).

Com a afirmação de Sevcenko comprovando:

A expansão das cidades e a multiplicação da classe trabalhadora fazem surgir metrópoles onde as pessoas não possuem raízes e tradições, todas vinham de diferentes partes do território nacional e do mundo. Segundo o autor, na busca de novos traços de identidade e de solidariedade coletiva, de novas bases emocionais que substituíssem as comunidades e laços de parentesco que cada um deixou ao emigrar, essas pessoas se vêem atraídas, dragadas para paixão futebolística que irmana estranhos, os faz comungar ideais, objetivos e sonhos, consolida gigantescas famílias vestindo as mesmas cores. (apud Krause, 2010, p. 16).

E com o complemento de Toledo:

A crescente urbanização, nas primeiras décadas do século XX, de cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, com o futebol, afirmando que o esporte por algum dos elementos que contem e o caracterizam, ou seja, reflexo e agilidade, coletiva, dinâmica, espírito coletivo, a participação - não somente daqueles que, de fato, praticam, mas também assistem - expressou simbólica e materialmente o espírito do progresso dos centros urbanos (apud Krause, 2010, p. 16).

A construção de espaços esportivos pela elite ocorreu num momento em que se vislumbrava a modernização da República brasileira e a introdução e o cultivo de costumes e valores europeus, dos quais o futebol, praticado pela elite europeia, era um elemento. Por isso, procurou-se trazer para o Brasil estilos europeus e excluir as influências negras e indígenas (Castilho *et al.*, 2010).

Antes mesmo da influência inglesa, a modernização do Brasil já era buscada. A cultura francesa sempre teve presença marcante na história do país, mesmo não tendo sido a principal colonizadora. Ela exerceu grande influência no processo de

independência da colônia portuguesa e, depois disso, ajudou a renovar as artes e provocou mudanças nos hábitos culturais e sociais, contribuindo para a construção da identidade brasileira. Embora não tenha dominado a economia do Brasil como a Inglaterra ou Portugal, a França foi responsável pela primeira colonização cultural do país, determinando modelos de vida social e referências intelectuais que se estenderam desde a filosofia até a moda, da gastronomia à literatura, influenciando principalmente as elites brasileiras (Castilho *et al.*, 2010).

Guiados pelos princípios de cavalheirismo, honestidade esportiva e amadorismo, valores vistos como elegantes em uma época de segregação social, foram criados escolas e clubes que se transformariam em espaços de instrução, diversão e socialização para a classe alta. Tal movimento revelava uma tentativa de se distanciar dos outros setores da sociedade, ao mesmo tempo em que se buscava afirmar a pretensa superioridade desse grupo social. As primeiras ligas a serem formadas - a Liga Paulistana de Futebol em 1902, em São Paulo, e a Liga Metropolitana de Futebol em 1905, no Rio de Janeiro - estavam abertas apenas a clubes da elite (Correa junior *et al.*, 2008).

O futebol estava tão associado à Inglaterra que até os termos usados pelos jogadores das elites eram em inglês, indicando uma forte influência cultural. “quando um jogador de seu time estava com a bola e um jogador de outro time corria para toma-la, tinha que avisar: ‘man on you’”. (Filho, 2003, p.30).

Um jogo destinado aos privilegiados e nobres em uma nação marcada por extrema carência e desigualdades, resultando da implementação tardia do capitalismo para acompanhar o capitalismo em expansão global. Um esporte das classes privilegiadas de pele clara em uma sociedade recentemente liberta do sistema escravocrata. O futebol conectado ao avanço e à industrialização, enquanto mais de metade do país dominava principalmente um estilo de vida agrário (Castilho *et al.*, 2010).

Em resumo, o futebol foi um elemento importante na construção da identidade nacional brasileira, representando a modernidade europeia e sendo apropriado pelas camadas pobres da sociedade. O sentimento de unicidade foi exaltado através da participação da seleção brasileira em competições sul-americanas e na Copa do Mundo, projeto iniciado durante o governo Vargas e desenvolvido posteriormente (Castilho *et al.*, 2010).

Dessa maneira, o futebol se difundiu rapidamente entre diferentes camadas sociais e geográficas, tornando-se uma prática popular em todo o mundo, mesmo em locais menos desenvolvidos ou com difícil acesso a equipamentos esportivos sofisticados (Silva *et al.*, 2011).

É importante notar que este período coincide com a chamada República Velha. Esse período foi caracterizado pela ascensão das oligarquias do café e do leite. Apesar da emancipação dos escravos, a Constituição de 1891 não buscou promover nenhum tipo de projeto de inclusão social e econômica para essa população historicamente marginalizada, no caso os pobres e ex-escravos. Esse período também foi marcado pela repressão aos movimentos populares e às expressões culturais das camadas sociais mais pobres. A capoeira é um exemplo de arte que foi perseguida nesse período: foi incluída no Código Penal pelo artigo 402 e era punida com prisão por vários anos. Nesse período, a capoeira era considerada como pertencente a malandros e vagabundos e associada a religiões de origem africana. A criminalização da capoeira pelo Código Penal, seguida de outras medidas policiais, resultou na prisão dos principais capoeiristas do Rio e sua imediata deportação para a ilha de Fernando de Noronha (Castilho *et al.*, 2010).

Durante as primeiras décadas do século XX, ocorreu um movimento cultural entre as classes sociais, embora isto não significasse necessariamente que as pessoas estavam se movendo de uma classe para outra. Apesar disso, os jogadores pobres e negros eram incorporados aos clubes da elite para melhorar a qualidade do time. No entanto, eles precisavam saber que não faziam parte do espaço social em que esses clubes e seus sócios estavam inseridos. O exemplo do que acontecia no carnaval, onde pessoas de diferentes classes se reuniam para celebrar, a união de ricos, negros e pobres para representar um clube de elite pode dar a impressão de uma democracia social que não existe na realidade (Da matta *et al.*, 1997).

É precisamente isso que parece ocorrer em momentos como o do carnaval brasileiro, quando o uso de fantasias permite relacionar ao núcleo (ou centro do sistema social) toda essa legião de seres, papéis sociais e categorias que, no curso da vida diária, estão escondidos e marginalizados. Desse modo, quando se inverte, procede-se juntando categorias e papéis sociais que, no mundo cotidiano, estão rigidamente segregados. O ambiente chamado "ritual" é, conseqüentemente, criado quando se coloca lado a lado o ladrão e o policial, a prostituta e a dona-de-casa, o presidiário e o diplomata, o travesti e o machão (DA MATTA, 1997, p. 80).

A popularização do futebol não ocorreu sem dificuldades e enfrentou barreiras de classe social. Para ilustrar essa divisão, foram criadas duas ligas na capital

federal, uma para a elite e outra para os menos favorecidos, respectivamente representados pelo Fluminense e Bangu (Correa junior, *et al.*, 2008).

No final da década de 1940, a Europa estava devastada pela guerra e todas as atenções estavam voltadas para as Américas, especialmente para o Brasil, após o sucesso na última Copa do Mundo (Silva *et al.*, 2011).

O Brasil já tinha grandes ídolos do futebol, como Leônidas da Silva, Domingos da Guia e Fausto. Esses jogadores surgiram ao mesmo tempo em que o samba, o candomblé e a capoeira começaram a ser aceitos e incorporados à cultura nacional. Essa "aceitação" das atividades populares ocorreu no contexto do desenvolvimento do capitalismo no Brasil, que teve início na era Vargas. No capitalismo, a cultura é vista como uma mercadoria, um objeto de consumo, e tende a ser exaurida pela institucionalização. A institucionalização inclui a profissionalização, o pagamento de salários, a transferência de jogadores devido aos altos salários e a redução dos campos de treinamento de futebol (um processo de urbanização da cidade e redução de terras) (Correa junior *et al.*, 2008).

2.3 SURGIMENTOS DE GRANDES EVENTOS ESPORTIVOS

Para Eric Pincas, em seu artigo a Copa surgiu para curar feridas, as fontes encontradas se apoiam na idealização deste grande evento esportivo a quase um tratado de paz pós-guerra. A história das Copas surgiu para curar as feridas da primeira Guerra Mundial (1914-1918), por um idealista francês chamado Jules Rimet, de personalidade forte e que sempre fora contrário às desigualdades sociais (Pincas Eric *et al.*, 2016).

A sua biografia revela o como um jovem de tendência cristã e democrática, empenhado no progresso social. Acreditava que o esporte unia os povos. Através dos Jogos Olímpicos, os países uniram-se em prol da saúde e da harmonia étnica e, em muitos casos, registaram-se cessar-fogo, ou seja, a suspensão de conflitos bélicos. Estas realizações sociais levaram-no a tornar-se presidente da Federação Internacional de Futebol (FIFA) em 1921. Durante quase uma década, trabalhou na organização de uma competição em que pudessem participar equipes de todo o mundo. O seu principal objetivo era reunir jogadores de ambos os hemisférios num espírito de fraternidade (Pincas Eric, 2016).

Jules Rimet, juntamente com o advogado Robert Guérin, o banqueiro holandês Hirschmann e o designer gráfico francês Henri Delaunay, todos ligados ao

esporte, tinham a ambição de reunir as associações nacionais e unificar as regras do jogo. Assim em 21 de maio de 1904, convidaram dirigentes esportivos da Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Países Baixos, Suécia e Suíça para fundar em Paris a organização que ainda hoje é conhecida pela sigla FIFA (Federação Internacional de Futebol) (Pincas Eric *et al.*, 2016).

O espírito político e a conduta diplomática de Jules Rimet o levando a se tornar Presidente da Federação Internacional de Futebol (FIFA) em 1 de Março de 1921. Após a Primeira Guerra Mundial, Rimet idealizou realizou a primeira Copa do Mundo de Futebol, que teve lugar no Uruguai em 1930. As dificuldades que Rimet enfrentou foram de ordem diplomática (Pincas Eric *et al.*, 2016).

O primeiro torneio internacional foi disputado entre a Inglaterra e a Escócia em 1872. O futebol era praticamente inexistente em qualquer outro país, exceto na Inglaterra. A expansão do jogo acabou por reunir sete países da Europa continental em 1904 para formar a FIFA (Copa do Mundo, 2017).

O futebol foi considerado pela primeira vez um esporte olímpico nos Jogos Olímpicos de 1908, em Londres, Inglaterra, onde as medalhas eram de ouro, prata e bronze; em 1914, a FIFA reconheceu o futebol nos Jogos Olímpicos como um campeonato mundial de futebol para amadores e assumiu a responsabilidade pela organização do torneio. Até então, o torneio era apenas um prêmio simbólico, mas em 1920 realizou-se em Antuérpia (Bélgica) e passou a ser considerada a Copa do Mundo da sua época. 1924 (Paris, França) e 1928 (Amesterdão, Países Baixos), o Uruguai venceu duas vezes e foi o primeiro país sul-americano a vencer o torneio. Já nos jogos Olímpicos de 1932 (Los Angeles - Estados Unidos) não incluíram o futebol como parte do programa por causa da baixa popularidade nos Estados Unidos e houve uma discordância entre o COI e a FIFA sobre a condição dos atletas amadores (Copa do Mundo, 2017).

A primeira participação brasileira com uma equipe nos jogos aconteceu no ano de 1952 (Helsinque - Finlândia), quando foi eliminada pela Alemanha Ocidental nas quartas de final. O futebol brasileiro desde que começou a ser colocado como uma das melhores equipes do mundo quando conquistou pela primeira vez a Copa do Mundo em 1958, carrega de quatro em quatro anos a esperança pela medalha de ouro olímpica (Copa do Mundo, 2017).

Aos poucos, o futebol nas olimpíadas foi perdendo espaço para a Copa do Mundo, tornando-se um campeonato relevante para os países onde tinha uma

importância pela FIFA. Com isso, a FIFA decidiu realizar a sua própria competição mundial de futebol, a Copa do Mundo, que foi jogada pela primeira vez no Uruguai em 1930, em comemoração aos cem anos de independência deste país. As seleções foram convidadas a participar do torneio, porém queriam que fosse realizado na Europa. Além disso, consideravam as viagens longas e o alto custo intimidaram os europeus, que tiveram apenas quatro seleções em disputa (Copa do Mundo, 2017).

A Copa do Mundo de 1930 contou com 13 seleções quatro da Europa, sete da América do Sul e apenas duas da América do Norte e a Celeste Olímpica (a alcunha da equipa uruguaia que venceu os Jogos Olímpicos de 1924 e 1928) venceu o Campeonato do Mundo inaugural e manteve o troféu durante quatro anos. A equipe conseguiu manter o troféu durante quatro anos. A seleção brasileira teve de lutar de forma irregular devido a problemas políticos no estado de São Paulo. Não liberava jogadores devido a problemas políticos com a Federação Paulista de Futebol (FPF), que pretendia se profissionalizar (Copa do Mundo, 2017).

Após a formação desta equipe amadora, o preconceito racial entre as elites que frequentavam o clube obrigou à profissionalização do futebol. Os membros negros da equipe de futebol não eram geralmente aceites pelos sócios mais conservadores, que começaram a exigir que se tornassem empregados da associação. Foi então que surgiu a ideia de pagar aos craques e de os tornar empregados da equipe.

Depois da participação do Brasil na Copa de 30, as brigas entre amadores e profissionais continuaram, e em 1933, foram criadas as ligas profissionais do Rio de Janeiro e São Paulo, e também realizavam campeonatos paralelos entre os amadores. Um ano depois foi instituído a Federação Brasileira de Futebol (FBF) que realizou o primeiro campeonato profissional com seleções estaduais (Silva *et al.*, 2011).

A CBD (Confederação Brasileira de Desportos) encantou a FIFA quando tinha a intenção de construir um estádio de futebol com uma capacidade de 155 mil pessoas. A inauguração do Maracanã aconteceu oito dias antes do início do campeonato mundial, este na qual seria o palco da final. E pela segunda vez, a Celeste Olímpica ficaria com o título ao vencer o Brasil, em um Maracanã lotado, marcando de vez a história das Copas do Mundo, o dia 16 de julho de 1950 (Maracanazo) (Copa do Mundo, 2017).

Na Copa do Mundo de 1958, a opção pela Suécia que deveria ter sido sediada em 1934 foi decidida em 1950 durante a Copa no Brasil. E pela primeira vez, Jules Rimet não compareceu como presidente da FIFA, pois o mesmo morreria dois anos antes. O campeonato mostrou de vez a importância do Brasil para o mundo. Com um futebol alegre e determinado a seleção brasileira conquistava o primeiro título mundial, uma vitória sobre a anfitriã Suécia, os brasileiros puderam ser considerados os melhores daquele campeonato (Copa do Mundo, 2017).

A Inglaterra realizou a Copa do Mundo de 1966, por motivos de ações políticas e diplomáticas, Alemanha e Espanha brigavam para ser o país escolhido para a organização do mundial. Os ingleses tinham a seu favor a comemoração do centenário da Associação Inglesa de futebol - The Football Association - (1963), a mais antiga associação de futebol no mundo. Em seus domínios os ingleses conquistaram a Copa do Mundo de Futebol ao vencerem a Alemanha Ocidental (Copa do Mundo, 2017).

A Copa do Mundo de 1970, foi marcada pela conquista do tricampeonato mundial pela seleção brasileira e a escolha do México como sede, após os mexicanos terem organizado os jogos olímpicos de 1968, eram pontos favoráveis a este país pela estrutura. O Brasil venceu os seis jogos que disputou nesta competição e na final bateu a poderosa bicampeã Itália que também buscava o tricampeonato mundial. Na final o Brasil venceu e conquistou o título, embalada pela canção Pra Frente Brasil de composição de Miguel Gustavo, foi cantada no país na euforia ufanista do governo militar, e também pela primeira transmissão de uma TV em cores aqui no Brasil (Copa do Mundo, 2017).

A seleção brasileira foi marcada por fatos relevantes neste mundial, a troca do técnico João Alves Jobim Saldanha por Mário Jorge Lobo "Zagallo" tornou-se público em decorrência que Saldanha era comunista e prejudicaria o governo do presidente Emílio Garrastazu Médici (1969-1974). A notícia vinculada era de que o presidente queria que convocasse o jogador Dário, o Dadá Maravilha, que jogava no Internacional de Porto Alegre. Médici era apresentado para a população como o homem do povo e apaixonado pelo futebol (Silva *et al.*, 2011).

Agora indo para uma Copa mais recente em 2014 injetou cerca de R\$ 142 bilhões na economia brasileira de 2010 a 2014, segundo o estudo Brasil Sustentável - impactos socioeconômicos da Copa do Mundo de 2014. A avalanche de recursos criou em média 3,63 milhões de empregos, além de ter adicionado R\$ 63,48 bilhões

à renda da população. Além dos investimentos diretos na Copa, outros R\$ 112,8 bilhões foram injetados na economia através do crescimento de setores como construção civil, turismo e comércio. Os turistas estrangeiros trouxeram para o país uma quantidade significativa de recursos. No período 2010 a 2014, o número de turistas internacionais cresceu em 3 milhões e o movimento de estrangeiros no ano da Copa, em 2014, ficou em torno de 7 milhões (Copa do Mundo, 2017).

3. INSTITUIÇÃO FIFA

3.1 A INSTITUIÇÃO FIFA E SEUS OBJETIVOS

A FIFA é uma instituição responsável pela organização filiada em 210 países ao redor do mundo. Organiza competições próprias, tanto de futebol masculino como de futebol feminino, além de campeonatos de base e de futebol de areia e futsal. Cada vez mais, a organização cresce em número de filiados, onde cada confederação possui campeonatos em nível interno, mas que são subordinadas às suas regras internacionais (Fifa, 2016).

Por isso a Fifa é a entidade máxima do futebol mundial e responsável pela realização, dentre outros eventos, das Copas do Mundo de Futebol. Por ser uma entidade sem fins lucrativos, tem como principais objetivos: “promover e melhorar constantemente o futebol em todo o mundo, considerando seu caráter universal, educativo e cultural, assim como seus valores humanitários” (Fifa, 2016; apud Gregory, 2017, p. 38-40).

Cosmopolitismo está enraizado no discurso de diversos atores no cenário global, incorporando a luta pelos direitos humanos, pregando a paz e em luta constante contra o preconceito e ações xenofóbicas. A FIFA, no mesmo sentido, busca aderir a muitos desses ideais, como nos estádios de futebol e dentro dos programas que foi desenvolvendo principalmente a partir de 1990, que é o discurso de combate ao racismo e à discriminação, buscando promover relações amigáveis entre os atores envolvidos no esporte, visando fazer com que os mesmos busquem se adequar aos princípios de seu estatuto e regulamentos, respeitando o fair play. Ainda, a FIFA também oferece mecanismos institucionais internos para a resolução de litígios no âmbito esportivo (Fifa, 2012, p. 72-73):

A FIFA considera sua responsabilidade social como algo além de simplesmente fazer o bem. O órgão diretor do futebol mundial definiu uma estratégia clara para governar a sua busca por resultados sustentáveis nessa área, utilizando o futebol para construir um futuro melhor. A FIFA se tornou a

primeira federação esportiva internacional do mundo a criar seu próprio departamento de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e a dedicar recursos consideráveis ao desenvolvimento e à implementação da estratégia de RSC da FIFA. Adicionalmente, a FIFA se esforça para garantir que o país anfitrião e o Comitê Organizador Local de sua principal competição, a Copa do Mundo da FIFA™, estejam cada vez mais envolvidos em iniciativas de RSC. A importância crescente da RSC reflete-se no fato de que os comitês de oferta para as Copas do Mundo da FIFA™ 2018 e 2022 foram solicitados a fornecer à FIFA planos detalhados de suas contribuições com relação ao desenvolvimento social sustentável e à proteção ambiental em seus próprios países, bem como pelo mundo, através da Copa do Mundo da FIFA™ (FIFA, 2012, p. 72-73).

O Prêmio FIFA *Fair Play* é conferido a equipe com a melhor pontuação fair play durante o torneio, ou seja, que menos tenham cometido faltas e recebido cartões. Essa premiação tem como objetivo incentivar o espírito esportivo e estimular comportamentos éticos no futebol. Além disso, a FIFA também promove programas educacionais e de conscientização para disseminar os princípios do *Fair Play* entre os jogadores, treinadores, árbitros e torcedores. A intenção é promover um ambiente de jogo justo, igualitário e com respeito mútuo entre todos os envolvidos na prática do futebol. Essa filosofia é representada pela campanha "My Game is Fair Play", que tem como objetivo promover a ética no esporte. A federação versa que (Fifa, 2012, p. 78):

No cenário atual, sujeito a mudanças extremamente rápidas, a FIFA enxerga a si mesmo como defensora de valores esportivos tradicionais. As campanhas mundiais em prol do fair play lançadas pela FIFA em 1988 estão dentre as mais importantes ações realizadas pelo órgão diretor para destacar o princípio de conduta ética como um dos fundamentos do futebol e do esporte em geral. O Dia do Fair Play internacional da FIFA, realizado anualmente, é mais uma estratégia para apoiar o fair play no esporte. Nesse dia, a FIFA incentiva as suas associações membro a organizar atividades dedicadas ao fair play e a destacar a importância do mesmo dentro e fora do campo (FIFA, 2012, p. 78).

Por isso a Fifa vê o futebol como fator social porque o esporte tem um papel muito importante para o desenvolvimento social, pois proporciona qualidade física, integração social, cooperação, fraternidade, multiculturalidade e muitos outros valores. O desenvolvimento desses princípios pode ser proporcionado mediante a prática diária com suas regras ou pelo clima que um evento esportivo proporciona (FIFA, 2014).

De acordo com a filosofia da FIFA, não basta fazer doações e discursos afirmativos do que é certo para o mundo, mas deve-se posicionar-se como um cidadão global responsável em fazer a diferença. Por isso, o futebol é um poderoso instrumento para o desenvolvimento social, já que tem o poder de unir pessoas e transpor barreiras pelo mundo (Fifa, 2014).

É a partir destas premissas e da universalização do futebol que a responsabilidade social da FIFA não é em vão, sustentando a expressão social “Building a Better Future”, por meio da qual, desenvolveu-se diversos programas e projetos para a melhoria da educação, saúde, sustentabilidade e aumento do padrão de qualidade de vida e moradia ao redor do mundo (Fifa, 2014).

A FIFA tem realizado diversas atividades humanitárias desde 1995, por meio do programa Football for Hope. Esse programa visa apoiar organizações que trabalham para promover os direitos sociais das crianças, como a educação, saúde, paz e liderança. Ao longo dos anos, a FIFA já apoiou mais de 425 programas em 75 países, inclusive construindo 20 centros do programa na África. Acredita-se que o Football for Hope tenha fortalecido uma rede internacional de compartilhamento de conhecimento e expertise social (Fifa, 2014).

O programa Goal tem como objetivo fornecer recursos financeiros para projetos relacionados ao futebol de membros associados à FIFA. Além de construir várias instalações esportivas, os fundos também são utilizados para apoiar membros afetados por desastres e financiar equipamentos e necessidades dos jovens para competições da FIFA (Fifa, P.F.).

Outro programa da FIFA é o Football for the Planet, o qual se preocupa com questões ambientais e sustentáveis. A FIFA declara ter preocupação com o meio ambiente em diversas situações do cotidiano da organização, além disso, afirma que país sede também deve demonstrar compromisso com o meio ambiente e trabalhar de forma sustentável no desenvolvimento da Copa do Mundo (Fifa, 2014).

Além de implementar programas de desenvolvimento, a FIFA também se compromete em se envolver com instituições políticas e autoridades governamentais. Isso foi demonstrado em janeiro de 2015, quando a organização participou de uma comissão do Conselho da Europa, apresentando um relatório sobre a reforma da governança do futebol. Um dos pontos principais discutidos foi a violação dos direitos humanos dos trabalhadores no Qatar (Fifa, 2015a).

E com base na análise do Estatuto da FIFA, pode-se iniciar a compreensão dos objetivos da entidade, que vão muito além do controle do futebol mundial. Os documentos oficiais que a organização emite são à base de sua “missão”: “desenvolver o esporte, tocar o mundo e construir um futuro melhor”. Diante disso pode-se observar, a partir desse discurso, como se dão suas ações e como a FIFA usa do soft power para a obtenção de seus objetivos.

No entanto, assim como a ONU, a FIFA também é alvo de críticas e questionamentos quanto à efetividade de suas ações e à falta de transparência em sua gestão. Escândalos de corrupção envolvendo altos dirigentes da organização abalaram sua reputação e levantaram dúvidas sobre seu compromisso real com os princípios de igualdade e justiça (Tharoor *et al.*, 2015).

Apesar disso, a retórica utópica da FIFA e sua crença no poder do esporte como ferramenta de união e desenvolvimento internacional ainda são características fundamentais da organização. Buscar a harmonia entre nações e a realização de competições globais é uma das principais missões da FIFA, que, mesmo diante dos desafios, continua a promover o futebol como um instrumento de aproximação entre povos e culturas distintas (Levermore *et al.*, 2004).

E a estratégia de marketing da FIFA, baseada na exclusividade de transmissão e direitos comerciais de patrocínio, permite que a organização arrecade grandes quantias de dinheiro com suas parcerias empresariais. Grandes marcas como Coca-Cola, Sony, Adidas, Nike, Emirates Airlines e Hyundai são os principais patrocinadores da FIFA, o que contribui para o sucesso das arrecadações da organização (Fifa, 2015a).

Em especial a Adidas que tinha contrato com David Beckham, Lionel Messi, Kaká, entre outros. A Nike era representada por Cristiano Ronaldo, Wayne Rooney, entre outros. Esses jogadores acabam sendo os grandes representantes das marcas, utilizando os produtos durante todas as partidas. No caso específico da seleção brasileira, dos 23 convocados para disputar a Copa na África do Sul, a maioria deles (14 jogadores) utilizou chuteiras da Nike. A Adidas, em contrapartida, patrocinou o principal jogador da seleção - Kaka - e se utilizou da imagem dele para defender a bola "Jabulani", a qual foi tão polêmica durante a Copa (Opinião e notícia, 2010).

O primeiro nível, aquele que investe mais e por consequência recebe prêmios estratosféricos, é conhecido como "Parceiros FIFA". Esses parceiros fazem contratos de longo prazo e dificilmente mudam ao longo dos anos. Nesse nível apenas uma empresa de cada ramo consegue participar. O segundo nível, conhecido como "Patrocinadores da Copa do Mundo Fifa" faz contratos de prazos menores e com uma participação pouco menor do que os Parceiros FIFA. O terceiro nível são os patrocinadores do país sede, são aqueles patrocinadores específicos da Copa no determinado ano, ou seja, nesse nível os patrocinadores mudam a cada Copa (FIFA, 2012, p. 79).

Com o acesso cada vez maior aos meios de comunicação, a transmissão de eventos esportivos se tornou uma fonte significativa de receita para a FIFA. Em

2014, a organização arrecadou cerca de 2 bilhões de dólares, sendo que 90% desse valor era proveniente da renda relacionada a eventos (Fifa, 2015a).

Essas parcerias empresariais e estratégias de marketing garantem o investimento futuro nos eventos da FIFA e possibilitam a realização de arrecadações massivas. A organização se beneficia da exclusividade de transmissão e direitos comerciais, o que atrai grandes empresas interessadas em patrocinar seus eventos (Skinner e Rukavina, 2002: 10).

No contexto do marketing esportivo, a FIFA se destaca como uma das organizações que soube explorar o potencial de parcerias empresariais e estratégias de exclusividade para arrecadar grandes quantias de dinheiro. Essas arrecadações são essenciais para a realização de seus eventos e contribuem para a manutenção e crescimento da organização (Skinner e Rukavina, 2002: 10).

Por ser considerada uma instituição sem fins lucrativos, a FIFA tecnicamente paga poucos impostos, no entanto, na Copa do Mundo FIFA, que foi realizada em 2014 no Brasil, sua arrecadação superou as anteriores, ultrapassando a marca de 4 bilhões de dólares, principalmente a partir de concessões televisivas e parcerias corporativas (Tharoor, 2015).

A necessidade de gerar receita muitas vezes leva a acusações de corrupção e falta de ética, o que prejudica a reputação da organização. Além disso, a FIFA também enfrenta críticas relacionadas à falta de transparência em suas operações e tomadas de decisões. Um exemplo disso é a escolha de sedes dos torneios da Copa do Mundo, que geram suspeitas de corrupção e manipulação (Pieth Mark, Heller, 2011).

Essas controvérsias têm um impacto negativo na imagem da FIFA e de outras organizações esportivas, como o Comitê Olímpico Internacional (COI) e a Federação Internacional de Automobilismo (FIA). A falta de confiança do público pode afetar a participação e o envolvimento dos torcedores, além de diminuir o interesse de patrocinadores e parceiros comerciais (Forster e Pope, 2004).

A FIFA como entidade máxima do futebol, tem sido criticada por seu papel na acumulação de riqueza e poder no esporte. Os contratos corruptos e a lavagem de dinheiro que envolveu a Copa do Mundo no Qatar são apenas uma amostra dos meandros obscuros do mundo do futebol como negócio (Pieth Mark; Heller, 2011).

No entanto, é importante reconhecer que a resiliência da FIFA não é única, mas sim uma característica do capitalismo contemporâneo como um todo. O sistema

econômico em que vivemos é construído sobre relações de poder, desigualdade e exploração. A FIFA é apenas uma das muitas instituições que operam dentro dessas estruturas (Pieth Mark, Heller, 2011).

A luta contra a corrupção e a busca por transparência são etapas importantes, mas não são suficientes para abalar profundamente o capitalismo contemporâneo. Mudanças substanciais requerem uma análise crítica das estruturas fundamentais do sistema econômico e político que perpetuam a desigualdade e a corrupção (Pieth Mark, Heller, 2011).

No caso da FIFA, as mudanças internas, como a introdução de medidas de transparência e governança, podem ajudar a melhorar as práticas da entidade. No entanto, é fundamental também questionar a própria lógica subjacente ao modo como o futebol é comercializado e explorado (Pieth Mark, Heller, 2011).

Em última análise, a resiliência da FIFA é apenas um reflexo da força do capitalismo contemporâneo. É necessário um esforço coletivo e contínuo para dismantelar as estruturas injustas e opressivas que sustentam o negócio do futebol e promover uma forma alternativa e mais justa de vivenciar o esporte (Pieth Mark, Heller, 2011).

Embora uma série de escândalos de corrupção a tenham marcado e colocado muitos dos seus principais executivos atrás das grades, o poder e a capacidade da FIFA para fazer negócios em todo mundo não foram abalados; a sua capacidade, autoridade e capacidade para atrair a atenção de vários jogadores interessados em participar nos grandes negócios e megaeventos organizados pela FIFA não foi diminuída por nenhum destes escândalos. Continua a ser o topo de um poderoso complexo e um modo de acumulação muito bem sucedido (Estatuto da FIFA [Livro, 2012]).

A FIFA não é uma empresa ou corporação como qualquer outra. Seu produto, o futebol, não é tangível e não podem ser comercializados sem a participação direta de uma série de incontáveis parceiros comerciais, todos adequados a padrões técnicos determinados pela própria FIFA. Por mais corrupta que seja, destruir a FIFA não parece ser do interesse de ninguém no planeta. Pois, no atual contexto, destruir a FIFA seria destruir o futebol enquanto o bilionário negócio que se tornou ao longo da segunda metade do século XX. Ou seja, destruir a FIFA seria muito mais que destruir uma organização, seria o mesmo que destruir um modo de acumulação central ao capitalismo global, capaz de produzir fluxos globais de investimentos,

peças e capital tão gigante que praticamente nenhum outro megaevento esportivo é capaz de produzir (Estatuto da FIFA [Livro, 2012]).

A capacidade da FIFA como uma instituição capaz de agitar a crítica é mais bem encarnada pelo próprio Blatter, um homem descrito como "o príncipe escuro do futebol" e "o ditador não homicida de maior sucesso do século passado", como o colega Cindy Boren (Estatuto da FIFA [Livro, 2012]).

Antes das detenções, Blatter estava prestes a vencer confortavelmente reeleição para mais um mandato como presidente da FIFA. Em 2011, seu principal rival, Mohammad bin Hammam, teve uma campanha eleitoral promissora, mas descarrilou por acusações de corrupção, enquanto Blatter saiu ileso e ocupou o posto mais alto da organização desde 1998 (Estatuto da FIFA [Livro, 2012]).

3.2 FIFA ENQUANTO INSTITUIÇÃO INTERNACIONAL E HISTÓRIA

A FIFA, a *Fédération Internationale de Football Association*, foi fundada em 1904 por sete nações europeias: França, Suécia, Bélgica, Dinamarca, Suíça, Espanha e Holanda. Hoje em dia, ela tem 208 membros e sua sede está localizada em Zurique, na Suíça. A FIFA é considerada uma organização internacional não governamental (ONGI) de acordo com o artigo 60 do código civil suíço, que governa associações com diversos objetivos, excluindo os industriais. Além disso, a FIFA se beneficia do status de *Offshore Financial Centre* (OFC) da Suíça, como mencionam Sugden e Tomlinson. Isso significa que a FIFA aproveita as vantagens financeiras oferecidas pela Suíça em termos de regulamentação financeira e impostos. Como afirmam Sugden e Tomlinson:

[...] Devido à considerável alavancagem econômica da Fifa, é útil misturar a noção de INGO (o mesmo que ONG) com a do OFC (Centro Financeiro Offshore), que foi definido como 'um centro que hospeda atividades financeiras separadas das principais unidades reguladoras (estados) pela geografia e/ou pela legislação. A autonomia política e fiscal da Fifa (e a falta de responsabilização) é sublinhada pela localização da sede da Fifa na Suíça. O centro internacional da OFC. (SUGDEN; TOMLINSON, 1998, P. 19, tradução nossa).¹

É interessante observar como a história inicial da FIFA foi marcada por tensões políticas e pelo domínio das nações britânicas sobre o futebol mundial. A

¹ because of Fifa's considerable economic leverage, it is useful to blend the notion of INGO {o mesmo que ONGI} with that of the OFC (Offshore Financial Centre) which has been defined as 'a centre that hosts financial activities that are separated from major regulating units (states) by geography and/or by legislation'. Fifa's political and fiscal autonomy (and unaccountability) is underlined by the location of Fifa headquarters in Switzerland. The international centre of OFC dealing.

criação da "*International Board*" em 1886, composta exclusivamente por países britânicos, reflete essa influência. A visão desses países era de que o futebol global na época não era suficientemente forte para ser considerado seriamente, e o controle da *International Board* parecia suficiente. Essa influência britânica sobre o órgão, atualmente conhecida como *International Football Association Board* (Ifab), ainda persiste até hoje. Mesmo com o sucesso financeiro da Fifa e sua complexa estrutura organizacional e política atual, é importante lembrar-se dessas raízes históricas e das tensões iniciais que moldaram a organização. Apesar de contar com membros da Fifa de todas as confederações e de um colegiado de árbitros, o Ifab mantém uma cadeira para as nações britânicas no seu corpo decisor, fato criticado abertamente pelo atual presidente e ex-secretário geral da Fifa, Joseph Blatter:

Quando nenhum time britânico se classificou para a final de 1994 nos EUA, Sepp Blatter, secretário-geral da Fifa, lançou um ataque ao futebol britânico como '30 anos atrás dos tempos', e sobre a contínua 'dominação britânica da lei do jogo mundial-fazendo corpo, o International Football Association Board', sugerindo que 'o país mãe do futebol... exerce uma influência fora de toda proporção à sua posição atual no jogo' (Fifa, 2011, P. 10, tradução nossa).²

No ano de 1905, no entanto, a federação de futebol inglesa aderiu à Fifa, mas somente depois da promessa de que presidiria a entidade. Aqui cabe ressaltar antes de tudo porque a posição de liderança máxima em uma entidade como a Fifa era tão importante para países dominantes como a Inglaterra à época. É um pensamento que pode ser traduzido pelo que Giddens chamou de dialética do controle:

O poder dentro dos sistemas sociais que gozam de alguma continuidade no tempo e no espaço pressupõe relações regularizadas de autonomia e dependência entre atores ou coletividades em contextos de interação social. Mas todas as formas de dependência oferecem alguns recursos pelos quais aqueles que são subordinados podem influenciar as atividades de seus superiores. Isto é o que eu chamo a dialética do controle nos sistemas sociais (GIDDENS. 1984. APUD SUDEN; TOMLINSON, 1998, P 44, tradução nossa).³

Daniel Woolfall sucedeu a Robert Guérin como presidente da Fifa em 1906 e ocupou o cargo até 1918. A Inglaterra se retirou da instituição em 1920 devido a desacordos sobre relações com a Alemanha após a Primeira Guerra Mundial. Essa

² When no british side qualified for the 1994 finals in the USA, Sepp Blatter, general secretary of Fifa, launched an attack on British soccer as '30 years behind the times', and on the continued British 'domination of the world game's law-making body, the International Football Association Board', suggesting that 'football's mother country... exerts an influence out of all proportion to its current standing in the game'

³ Power within social systems which enjoy some continuity over time and space presumes regularized relations of autonomy and dependence between actors or collectivities in contexts of social interaction. But all forms of dependence offer some resources whereby those who are subordinate can influence the activities of their superiors. This is what I call the dialectic of control in social systems.

ação abriu espaço para Jules Rimet, um advogado francês, que se tornou um dos grandes presidentes da entidade e deu nome à Taça do Mundo, eventualmente conquistada pelo Brasil como tricampeão. Rimet via a Fifa como uma grande família e se opunha à criação de federações regionais, acreditando que isso fragmentaria a organização. Essa visão influenciou fortemente a Fifa e seus sucessores (Sugden; Tomlinson, 1998, P. 19, tradução nossa):

Rimet estava relutante em abraçar essa mudança radical. e defendeu a preservação da 'família' da Fifa como uma unidade, objetando que 'a descentralização destruirá a Fifa, apenas a adesão direta manterá a Fifa como uma família'.⁴

Durante o período em que Rimet, Seeldrayers e Drewry estavam no poder, a FIFA era dominada por interesses europeus. Rimet foi seguido por Seeldrayers, um belga de família europeia tradicional, e Drewry, um inglês. Ambos mantiveram e ampliaram o pensamento eurocêntrico da organização. No entanto, durante a administração de Rous, que comandou a FIFA de 1961 a 1974, houve uma mudança na visão. Rous acreditava na expansão da FIFA em confederações, o que é o sistema utilizado atualmente. Ele defendia a manutenção do poder europeu na organização, mas reconhecia a importância de envolver outros continentes. Rous foi um importante ponto de transição na história da FIFA, pois adotou uma visão mais aberta e transitória em relação ao domínio europeu na entidade. Isso contribuiu para a evolução e expansão da organização ao longo dos anos (FIFA, 2011).

Apesar de seu perfil inovador, a necessidade de defesa dos interesses europeia também defendida por Rous prendia-no em "um conjunto de valores anacrônicos" como sustentam Sugden e Tomlinson:

Rous poderia ser ao mesmo tempo inovador e tradicional, aventureiro e, ainda assim, siribily cauteloso, ressonante da modernidade ainda mergulhado em valores tradicionais. Uma figura mundial no esporte, ele levou para a arena esportiva as contradições inerentes de uma Grã-Bretanha no meio do período de um remaking muito incerto (SUGDEN; TOMLINSON, 1998, P. 19, tradução nossa).⁵

As contradições da época foram um dos principais desafios que Rous enfrentou durante seu mandato como presidente da entidade. Antes de assumir o cargo em 1954, a UEFA foi criada para lidar com o aumento da influência de outras

⁴ Rimet was reluctant to embrace such radical change. and argued for the preservation of the Fifa 'family' as an unity, objecting that 'descentralization will destroy Fifa, only direct membership will retain Fifa as one family'.

⁵ Rous could be both innovative and traditional, adventurous and yet crabbily cautious, resonant of modernity yet steeped in traditional values. A world figure in sport, he carried into the sporting arena the inherent contradictions of a Britain in the middle period of a very uncertain remaking.

confederações, como as da América do Sul, África e Ásia, na FIFA. Rous resistiu a esse crescimento, mas essa foi apenas uma das razões que contribuíram para sua derrota para João Havelange nas eleições de 1974, o terceiro grande presidente da FIFA (Fifa, 2011).

João Havelange - responsável pelo fim da hegemonia europeia na presidência da Fifa - credenciou-se para a posição, principalmente, após suas destacadas atuações nos Comitês Olímpicos. Brasileiro e Internacional e na Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Ex-atleta olímpico em duas modalidades - natação e pólo aquático - Havelange buscou representar a imagem da modernidade e da diversidade e foi apoiado, principalmente, por países africanos, asiáticos e sul-americanos nesta empreitada. Seu ambicioso programa de governo incluía: o aumento do número de vagas a países competidores para 24 na Copa de 1982; a criação de um campeonato mundial sub-20; a construção de uma nova sede para a Fifa, mais moderna; o fornecimento de materiais a associações subdesenvolvidas e o apoio ao desenvolvimento destas associações; a criação de uma campeonato intercontinental de clubes, entre outros. O lobby e a campanha de Havelange foram imediatamente reconhecidos como sem precedentes na história - tanto do futebol quanto de qualquer esporte e, principalmente, da Fifa - quando, de 1971 a 1973, o brasileiro visitou cerca de oitenta e seis dos países-membros da entidade, com atenção especial para a África e a Ásia (Sugden; Tomlinson, 1998, P. 37). Acerca da campanha de Havelange, Patrick Nally - um homem de negócios próximo de Horst Dassler, dono da Adidas - opinou:

Nunca houve uma campanha como essa para uma presidência esportiva [...] Foi uma mudança tão radical ter de repente esse personagem sul-americano dinâmico e glamouroso, repleto de bonhomie, viajando pelo mundo com sua esposa, conhecendo pessoas, pressionando a carne, [...] Como Lange tinha gasto uma fortuna indo ao redor do mundo com a equipe brasileira e tinha examinado cada membro da Fifa. Era inédito. Nenhum presidente esportivo jamais havia dado a volta ao mundo vestido e fazendo campanha (Nally apud Sugden; Tomlinson, 1998, p. 37, tradução nossa).⁶

De acordo com o jornalista inglês Andrew Jennings no seu revelador livro *Foul! The secret world of Fifa: Bribes, vote rigging and ticket scandals*, não só de charme e boa política se fez a eleição de Havelange. Jennings aponta que, além de

⁶ There had never been an alection campaign like it for a sports presidency [...] It was such a radical change to suddenly have this dynamic, glamorous South American character, brimming with bonhomie, travelling the world with his wife, meeting people, pressing the flesh, [...] Have lange had spent a fortune going round the world with the Brazilian team and had canvassed every single member of Fifa. It was unheard of. No sports presidente had ever gone round the world clad handing and campaigning

contar com apoio financeiro e político da poderosa Adidas (que, no entanto, ao menos no início, apoiou também a campanha de Stanley Rous), a candidatura de Havelange também era vista com bons olhos pelo regime militar brasileiro:

[...] Um queridinho dos generais que governavam o Brasil. Havelange estava prometendo trazer algum desvio, algum prestígio ao seu regime desacreditado e os generais o ajudariam de qualquer maneira que pudessem (JENNINGS, 2006, p. 11, tradução nossa).⁷

Horst Dassler e sua empresa, a Adidas, exerciam uma influência significativa no mundo esportivo naquela época. De acordo com Jennings, Dassler financiava eleições em organizações esportivas tanto a nível internacional quanto local, fornecia equipamentos esportivos e adquiria direitos de marketing em escala global. Isso o tornava não apenas um influenciador na escolha de presidentes e diretores de organizações como a Fifa e o Comitê Olímpico Internacional (COI), mas também lhe permitia sobrepor-se a interesses tanto nacionais quanto internacionais, utilizando técnicas como lobby e subornos, para determinar as cidades-sede de eventos de grande porte, como os Jogos Olímpicos (Jennings, 2006).

Os agentes de Dassler trabalharam para corrigir quais cidades foram palco das Olimpíadas. No coração de sua rede estava o conselheiro do presidente do COI, o Yugoslav Arthur Takac. De seu escritório em Lausanne, ele oleou as relações de Dassler com o COI e seu filho corpulento Goran canalizou subornos de cidades interessadas em ser anfitriões (Jennings, 2006, p. 22, tradução nossa).⁸

Jennings, os europeus não se sentiam corajosos o suficiente para desafiá-lo nesse período: Havelange conseguiu realizar suas promessas ao ampliar as confederações, apoiar o crescimento das federações, estabelecer campeonatos juvenis e promover a prática de futebol em escala global, consolidando a Fifa nesse sentido. Ele permaneceu firme na presidência até a Copa do Mundo da França, em 1998, e segundo

⁷ A darling of the generals who then governed his homeland Brazil. Havelange was promising to bring some diversion, some prestige to their discredited regime and the generals would help him in any way they could.

⁸ Dassler's agents worked to fix which cities got to stage the Olympics. At the heart of his network was the IOC president's top advisor, the silver-haired Yugoslav Arthur Takac. From his office in Lausanne he oiled Dassler's relationships with IOC and his burly son Goran channelled bribes from cities keen to be hosts

Os europeus. Intimidado pelo olhar gelado do brasileiro e pelo dinheiro que distribuía pelos países mais pobres, não ousou concorrer contra ele no congresso da Copa do Mundo de Espanha em 1982, nem no México em 1986, nem mesmo na Itália em 1990 (Jennings, 2006, p. 34, tradução nossa).⁹

O crescimento econômico da FIFA foi impulsionado pela venda de direitos de marketing para grandes empresas e pelo aumento nos preços dos direitos de transmissão da Copa do Mundo, principalmente através da empresa de marketing esportivo ISL, que fazia parte do grupo Adidas. Isso proporcionou a Havelange uma fonte significativa de recursos para expandir a organização. No entanto, Guido Tognoni, ex-assessor de imprensa da FIFA, minimiza a contribuição de Havelange na captação desses recursos.

Nos anos 60 começou a explodir... o dinheiro... e isso não é mérito de Havelange, são as circunstâncias da época. Ele não fez nenhum milagre mágico. Ele fez o que todo mundo teria feito durante esse tempo. Por um certo tempo, todo mundo estava elogiando Havelange como o homem mágico que ganhou dinheiro para a Fifa e que fez da Fifa a empresa moderna e assim por diante... A TV fez isso (Tognoni, 1996, apud SugdeN; Tomlinson, 1998, p.43, tradução nossa).¹⁰

O autor do trabalho de reportagem Jennings destaca que a liderança de Havelange na Fifa e o subsequente crescimento da organização vieram com um custo considerável. Isso inclui práticas como votações manipuladas, desvio de fundos, pagamento de subornos e favorecimento a empresas em licitações, entre outras. Segundo o livro, esses foram elementos que caracterizaram tanto a gestão de Havelange quanto a de seu sucessor, Joseph Blatter, eleito em 1998. Mesmo após deixar a presidência, Havelange, agora presidente honorário, continua a desfrutar de benefícios em nome da Fifa:

Ele viaja extensiva e dispendiosamente no que a Fifa chama de 'deveres de representação' e pode cobrar por um companheiro. Seu motorista aparece com um Mercedes quando necessário, em qualquer lugar do mundo, de Bamako a Salt Lake City. Havelange mantém seu cartão de crédito Fifa (Jennings, 2006, p. 108, tradução nossa).¹¹

O atual presidente, Joseph Blatter, ex-funcionário da Adidas, eleito com o apoio de Havelange em votação duvidosa (o vice-presidente da Confederação

⁹ The Europeans. cowed by the Brazilian's icy stare and the money he was laying out around the poorer countries, didn't dare run a candidate against him at the congress at the Spanish World Cup in 1982, or in Mexico in 1986, or even Italy in 1990.

¹⁰ In the 60s it started to explode... the money... and this is not merit of Havelange, it is the circumstances of the time. He didn't do any magical miracle. he did what everybody would have done during this time. For a certain time, everybody was praising Havelange as the magic man who made money to Fifa and who made Fifa the modern enterprise and so on and so forth... TV made it.

¹¹ He travels extensively and expensively on what Fifa calls 'representational duties' and can charge for a companion. His driver shows up with a Mercedes when required, anywhere in the world from Bamako to Salt Lake City. Havelange retains his Fifa credit card.

Africana de Futebol, Farah Addo, por exemplo, afirma ter recebido oferta de cem mil dólares para trocar de candidato e votar em Blatter, também alvo de um grande número de denúncias, ocupa então desde a Copa do Mundo da França um dos mais cobiçados cargos mundo. Não se sabe exatamente quanto ganha um presidente da Fifa, já que os salários estão entre as contas confidenciais da organização, mas Jennings arriscou, baseando-se em informações de fontes internas:

Blatter salário continua a ser um segredo. Dentro da Fifa eles dizem que 4 milhões de francos (cerca de 1,7 milhões) soa sobre direito. E este contrato de trabalho secreto é dito para conter uma pílula de veneno Sack Blatter e Fifa deve pagar-lhe 24 milhões de francos. Isso é quase fl1 milhão. O subsídio pago para o custo de seu apartamento na cobertura em Zollikon custa FIFA 8.000 francos por mês (quase € 1.000 por semana), depois há o Mercedes top de linha (Jennings, 2006, p. 107, tradução nossa).¹²

Baseado em "segredos" desta natureza, Sugden e Tomlinson criticam as limitações da instituição, apesar do seu viés democrático:

Em termos formais Rito é uma instituição democrática responsável perante os seus membros e toits congresso. Na realidade, no último quarto de século foi operado mais como um feudo ou um tribunal medieval, convenientemente pesado para reunir como um. e com base no patrocínio dispensado do centro e deferência expressa em troca (Sugden; Tomlinson, 1998, P. 71, tradução nossa).¹³

Apesar das acusações e do impactante livro de Jennings, a Fifa tentou silenciar, Blatter continuou no cargo presidencial. Em março de 2011, ele era o único candidato oficial para as eleições no Congresso da Fifa. Alguns possíveis oponentes, como o jornalista americano Grant Wahl e o presidente da Hyundai, Chung Mong-Joon, foram mencionados, mas para concorrer oficialmente, precisariam ser indicados por uma federação membro. A possibilidade de ganhar dependeria muito das complexidades políticas e táticas de negociação mencionadas.

3.3 INFLUÊNCIA DA FIFA NOS DIAS DE HOJE E FUTURO

A Fifa nos dias de hoje vai além da simples promoção do esporte, demonstrando um compromisso genuíno com a promoção do bem-estar social e

¹² Blatter salary remains a secret. Inside Fifa they say 4 million francs (about 1.7 million) sounds about right. And this secret employment contract is said to contain a poison pill Sack Blatter and Fifa must pay him 24 million francs. That's nearly fl1 million. The allowance paid towards the cost of his rooftop apartment in Zollikon is said to cost Fifa 8.000 francs a month (almost €1.000 a week), then there's the top-of-the-line Mercedes.

¹³ in formal terms rito is a democratic institution accountable to its members and toits congress. In reality, in the last quarter of century it was operated more like a fiefdom or a mediaeval court, conveniently cumbersome to bring together as one. and based upon patronage dispensed from the centre and deference expressed in return.

humano através do futebol. Ao abraçar essa visão, a entidade se posiciona como um agente de mudança global, reconhecendo o potencial transformador do esporte não apenas como uma atividade atlética, mas como uma força capaz de unir e melhorar comunidades ao redor do mundo. Essa abordagem ressalta o papel essencial que o futebol pode desempenhar na promoção da paz, saúde, integração social, educação e em muitos outros aspectos vitais para o progresso da sociedade. O apelido de "ONU do futebol" ressalta a magnitude da influência e responsabilidade que a Fifa aceitou ao assumir essa missão expandida (Fifa, 2010).

Além da Fifa demonstra eficácia e consistência na realização de sua missão primária, que é liderar e promover o futebol em escala global. Ao considerarmos os critérios de efetividade e robustez, percebemos que a organização consegue estabelecer uma subordinação eficaz de seus membros aos princípios e regras estabelecidos, bem como demonstra uma notável capacidade de resistir às mudanças no cenário internacional (Fifa, 2010).

Além disso, a Fifa mostra-se capaz de expandir sua influência para além do âmbito esportivo, influenciando também questões de direitos humanos e soberania nacional. Isso reflete não apenas sua importância no mundo esportivo, mas também seu poder enquanto uma entidade global que tem impacto significativo em assuntos que vão além do esporte, demonstrando sua capacidade de exercer influência e liderança em diversas áreas. Essa habilidade de transcender sua função inicial reforça a relevância e o alcance da Fifa como uma organização de grande relevância global (Fifa, 2010).

Essa estratégia da Fifa, de buscar sediar eventos em países politicamente instáveis, reflete uma abordagem complexa na gestão de suas operações. Por um lado, busca-se garantir um espetáculo esportivo de grande impacto, atraindo patrocinadores e ampliando a visibilidade global do evento. No entanto, ao escolher países com instabilidade política, a organização pode estar sujeita a desafios adicionais, como possíveis discordâncias e controvérsias relacionadas à interferência na soberania estatal (Fifa, 2010).

Além disso, os altos investimentos envolvidos na realização desses eventos também representam um fator de risco significativo para a Fifa. A gestão financeira e a transparência na alocação de recursos se tornam aspectos críticos para o sucesso e a integridade da organização. É crucial que a Fifa continue a avaliar e aprimorar suas práticas operacionais para equilibrar a busca por espetáculos esportivos

grandiosos com a necessidade de manter a integridade e a estabilidade de suas operações globais (Fifa, 2010).

A escolha dos países anfitriões é um processo complexo que leva em consideração uma variedade de fatores, incluindo capacidade de infraestrutura, logística, impacto econômico e compromisso com os valores da FIFA. Portanto, a seleção dos países da Copa do Mundo de 2026 é vista como uma decisão estratégica importante para a organização (Fifa, 2020).

Essa será a primeira Copa do Mundo a serem sediada em três países, Canadá, Estados Unidos e México. A previsão é que os Estados Unidos recebam 75% dos jogos, incluindo a final. Na primeira fase, serão 12 grupos com quatro equipes em cada, totalizando 48 seleções. O novo Mundial ainda terá 104 jogos (Fifa, 2020).

Nos Estados Unidos, Seattle, São Francisco, Los Angeles, Kansas City, Dallas, Atlanta, Houston, Boston, Filadélfia, Miami e Nova York vão receber jogos do Mundial de 2026. Já no México, Guadalajara, Monterrey e Cidade do México foram as cidades escolhidas. O Canadá terá apenas Vancouver e Toronto. Os locais de abertura e o palco da grande final ainda não foram definidos. A ideia inicial com formato de 48 seleções coloca um ponto final na disputa de 32 equipes que acontecia desde 1998, quando a França sediou o grande torneio e conquistou o seu primeiro título mundial.

A escolha dos países para sediar a Copa do Mundo de 2026 pode ter vários impactos relacionados ao conceito de "*soft power*", no que se refere à influência de um país por meio de atração cultural, diplomacia, valores e instituições em vez de coerção militar ou econômica direta. Alguns dos impactos potenciais do *soft power* na Copa do Mundo de 2026 incluem: Promoção da Cultura e Identidade Nacional, Diplomacia e Relações Internacionais, Turismo e Imagem Global dentre outros.

A FIFA, ao escolher os países que sediarão a Copa do Mundo de 2026, tem várias expectativas e objetivos em mente, que incluem:

1. **Ampliação do Evento:** A Copa do Mundo de 2026 será a primeira a contar com um aumento significativo no número de equipes participantes, de 32 para 48. A FIFA espera que isso leve a um torneio ainda mais global, envolvendo mais nações e proporcionando maior acesso ao futebol de alto nível.
2. **Impacto Econômico:** A escolha dos países anfitriões é fundamental para a geração de receita e o impacto econômico do torneio. A FIFA espera que a

Copa do Mundo de 2026 gerasse receitas substanciais por meio de vendas de ingressos, patrocínios, transmissões e turismo, beneficiando tanto os países anfitriões quanto a própria FIFA.

3. Desenvolvimento do Futebol: A FIFA vê a Copa do Mundo como uma oportunidade para promover e desenvolver o futebol em escala global. Isso inclui investimentos em infraestrutura esportiva, programas de desenvolvimento de jovens talentos e promoção do esporte em nível local.
4. Unidade e Cooperação: A escolha de vários países para sediar o torneio reflete um desejo de promover a cooperação e a unidade entre nações. A FIFA espera que a Copa do Mundo de 2026 seja um evento que una pessoas de diversas origens culturais e geográficas.
5. Legado Duradouro: Além dos benefícios imediatos do torneio, a FIFA espera que a Copa do Mundo de 2026 deixe um legado duradouro nos países anfitriões, incluindo melhorias em infraestrutura esportiva, oportunidades econômicas contínuas e um aumento no interesse e participação no futebol.

E podemos citar que o impacto da FIFA é profundo e duradouro, indo além das conquistas esportivas para influenciar como as pessoas se conectam através do futebol. À medida que a FIFA avança no futuro, mantém seu compromisso com a promoção da justiça social, inclusão e unidade.

A FIFA continua sendo uma força unificadora em um mundo diversificado, lembrando-nos de que, apesar das nossas diferenças, todos compartilhamos uma paixão pelo esporte.

Em resumo, a FIFA é uma organização esportiva global com um impacto significativo. Desde seu início modesto até sua atual posição como guardião do futebol mundial, a FIFA se transformou em uma força que vai além do esporte e das culturas. Seu papel em promover a unidade, inclusão e valores humanos fundamentais destaca o poder transformador do esporte.

Enquanto o mundo do futebol continua a evoluir, a FIFA permanece no centro dessa jornada, constantemente nos lembrando do poder do esporte para unir, inspirar e celebrar a humanidade.

4. A IMPORTÂNCIA DO SOFT POWER NA FIFA

4.1 ANÁLISES DE ELEMENTOS DO *SOFT POWER* NOS PROJETOS DA FIFA

A FIFA encontra respaldo nos Estados, que abrigam federações afiliadas à máxima entidade do futebol. A relação entre os Estados e a FIFA é especialmente marcada na escolha das sedes para competições. Para um Estado, de grande influência na governança global, associar-se à organização de um evento esportivo é estratégico. Sediar um grande evento FIFA é atraente não apenas pela visibilidade social, política e econômica que proporciona, mas também pelo sentimento de orgulho nacionalista que incita na população. Além disso, há um impulso econômico e o país-sede se converte em um ponto turístico global durante o evento.

O *soft power* da FIFA se manifesta por meio de ações voltadas para ganhar a confiança de seus parceiros. Um exemplo disso é a disponibilidade do site da FIFA em cinco idiomas principais (inglês, espanhol, francês, alemão e árabe), além do idioma do país que sediará a próxima Copa do Mundo masculina, que é o evento de maior destaque da organização. Até o final de 2014, o site da FIFA também estava disponível em português. No entanto, após essa data, a federação agradeceu o suporte e removeu a versão em português do site, comprometendo-se a disponibilizar uma versão em russo até 2018, em preparação para que seria a próxima Copa do Mundo realizada na Rússia (Fifa, 2015a).

A FIFA também adota medidas que contribuem para uma imagem positiva entre outros agentes. Durante o período da apartheid na África do Sul, o país foi excluído das competições internacionais de futebol por mais de 31 anos, de 1961 a 1992 (EBC, 2010). A promoção da paz também foi notável na partida entre Estados Unidos e Irã na Copa do Mundo de 1998, quando os jogadores de ambas as equipes trocaram flores - um gesto que chegou a ser indicado para o Prêmio Nobel da Paz (BBC, 2001). Além disso, a FIFA reconhece o Estado Palestino, permitindo que tenha uma associação nacional e participe das eliminatórias para a Copa do Mundo. Israel também possui sua seleção nacional (FIFA, 2015f), mas, por razões de segurança, tanto os clubes quanto a seleção competem em campeonatos organizados pela UEFA, na Europa (Fifa, 2015a).

No entanto, a FIFA não se limita a lidar apenas com nações, mas também se envolve com outros atores significativos que compõem a esfera da governança global. O envolvimento da FIFA com entidades internacionais e organizações não governamentais desempenha um papel notável nessas interações de escala global, especialmente por meio do emprego do conceito de influência sutil. A FIFA e a ONU colaboram em diversos projetos, sendo perceptível, inicialmente, a presença das

bandeiras de ambas nas arenas durante todos os jogos da Copa do Mundo. Muitos representantes da ONU têm vínculos com o mundo do futebol, e há ainda iniciativas da ONU, como o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef, 2014), que, em conjunto com a Copa do Mundo FIFA, se empenham na proteção de crianças contra violência e abusos, além de prover suporte social aos jovens.

Podemos citar os elementos do discurso da FIFA de seu objetivo de responsabilidade social ficam claros nos programas da entidade. Os principais deles, alguns em parceria com a ONU e ONGs, são: *Fair Play*; *Say no to Racism*; *Handshake for Peace*; *Football for Hope*; *Football for the Planet*; *Together, we can beat Ebola*. Estando presente no próprio Estatuto da FIFA, o chamado *Fair Play*, ou "Jogo Limpo", está vinculado à ética no meio esportivo. A FIFA busca aplicar essa filosofia no futebol, através da campanha representada pelo slogan "*My Game is Fair Play*", a qual tem como objetivo o cumprimento das regras e do respeito a jogadores, árbitros, adversários e torcedores.

O Comitê Executivo da UEFA, filiada à FIFA, aprovou em 2009 o chamado fair play financeiro. O conceito vem sendo utilizado no mundo do futebol, tendo em vista controlar as finanças dos clubes de futebol, diminuir a pressão sobre salários e verbas de transferências, encorajar os clubes a competir apenas com valores das suas receitas, incentivar investimentos no futebol de base e em infraestruturas (Uefa, 2015).

Além disso, a FIFA possui um forte discurso contra todo tipo de discriminação. Presente também no Estatuto da FIFA, a federação se posiciona contra todo tipo de discriminação, seja ela contra um país, uma pessoa ou grupo de pessoas em razão da raça, cor da pele, etnia, nacionalidade, origem social, sexo, língua, religião, opinião política ou de qualquer outra opinião, riqueza, nascimento ou qualquer outra condição, orientação sexual ou qualquer outra razão. A entidade proíbe qualquer tipo de ação nesse sentido, sendo esta passível de punição com suspensão ou até expulsão.

O Código Disciplinar da FIFA (2011) especifica as penalidades para infrações ao regulamento da FIFA e deve ser seguido em todos os jogos e competições organizados pela entidade. Além disso, o Código Disciplinar é de aplicação obrigatória para todas as associações e seus membros, o que inclui clubes, dirigentes, jogadores, árbitros, e também todas as pessoas envolvidas no jogo ou na competição, incluindo os espectadores (Fifa, 2011).

Em relação ao discurso contra a discriminação, o principal deles é na campanha “*Say no to Racism*” (Fifa, 2012, p. 78-79):

Desde a aprovação da Resolução de Buenos Aires pelo Congresso Extraordinário da FIFA em 2001, a FIFA tem ampliado suas atividades sociais com o Dia Contra a Discriminação, realizado anualmente. O evento oferece à comunidade do futebol a oportunidade de manifestar sua oposição coletiva a essa mancha em nossa sociedade, assim como deveria ser feito durante todo o ano. Desde 2002, os Dias Contra a Discriminação da FIFA são realizados durante pelo menos uma das competições da FIFA. As atividades incluem um protocolo pré-partida especial, durante o qual os capitães das equipes lêem uma breve declaração contra a discriminação. Após a declaração, as equipes e os árbitros se unem para exibir um cartaz com a inscrição “Diga NÃO ao racismo”. O envolvimento de capitães, times e árbitros atrai a atenção dos espectadores no estádio e na televisão, possibilitando à FIFA enviar uma mensagem inequívoca contra a discriminação (Fifa, 2012, p. 78-79).

Assim como a promoção da paz pela FIFA se observa ainda da campanha Handshake for Peace. O “aperto de mão para a paz” é um gesto de amizade e respeito que se destina a inspirar o mundo a se unir em paz, solidariedade e *fair play*. O aperto de mão é realizado pelos (as) capitães (ãs) das equipes antes e depois de cada jogo, juntamente a equipe de arbitragem da partida. Foi uma iniciativa criada e desenvolvida pela Federação Norueguesa de Futebol e pelo Centro Nobel da Paz na Noruega. Tem sido formalmente aprovado pela FIFA como parte de sua missão de construir um futuro melhor por meio do futebol. Com o intuito de disseminar a unidade, a esperança e o respeito, o lema da iniciativa é “Tudo começa com você e eu” (Fifa, 2015a).

“O futebol proporciona um encontro entre milhões de pessoas, transcendendo fronteiras, culturas e idiomas. Ele representa uma plataforma crucial para promover valores como respeito, igualdade e amizade. A parceria com a FIFA abre novas oportunidades para difundir ainda mais a mensagem de paz e fortalece nosso compromisso com o bem-estar de crianças e jovens”, afirmou Bente Erichsen, diretor do Centro Nobel da Paz. “Acreditamos que ao incorporar o aperto de mãos pela paz no protocolo dos nossos eventos esportivos, a FIFA pode enviar uma mensagem poderosa de solidariedade e paz ao mundo. Estamos honrados em contar com a parceria do Centro Nobel da Paz nesta empolgante e impactante campanha”, declarou o presidente da FIFA, Joseph S. Blatter, durante o lançamento da colaboração. Esta iniciativa internacional foi estabelecida como parte do programa de *Fair Play* da FIFA no Congresso de 2012, em Budapeste, sendo

oficialmente apresentada no Campeonato Mundial de Clubes FIFA masculino de 2013 no Marrocos (Nobel peace center, 2015).

Também podemos citar um dos programas realizados pela FIFA, foi lançado em 2005 o chamado *Football for Hope*, uma iniciativa que tem contribuído para o desenvolvimento social em todo o mundo. O suporte é fornecido para os programas selecionados e são executados por organizações não governamentais que usam o futebol como uma ferramenta no seu trabalho diário. As organizações apoiadas pela *Football for Hope* utilizam o futebol como parte de seus métodos inovadores para envolver as crianças e os jovens (FIFA, 2012, p. 74-75):

A FIFA realiza trabalhos de desenvolvimento no futebol há mais de 30 anos. Agora, graças aos recursos financeiros de que dispõe, a FIFA está em posição para levar seu trabalho um nível acima nos próximos anos e, dessa forma, contribuir para o desenvolvimento da sociedade como um todo através do futebol. Construir um futuro melhor faz parte da missão da FIFA e, para atingir essa meta, a FIFA designou o *Football for Hope* como uma iniciativa de importância estratégica. O *Football for Hope* utiliza o poder do esporte para o desenvolvimento social. Ele reúne, apoia, acompanha e fortalece organizações de sucesso que utilizam o futebol para o desenvolvimento social nas áreas de direitos infantis e educação, promoção de saúde, estabelecimento da paz, ações antidiscriminatórias e de integração social e meio ambiente (Fifa, 2012, p. 74-75).

Os programas associados ao *Football for Hope* abordam questões sociais que têm relevância local e atendem às necessidades dos jovens participantes e das comunidades onde estão inseridos. Isso inclui educação sobre o HIV, resolução de conflitos, promoção da equidade de gênero, integração social de pessoas com deficiência, treinamento e capacitação para o trabalho, promoção da paz, fomento da liderança juvenil e desenvolvimento de habilidades para a vida, entre outros objetivos. Além disso, o programa utiliza a plataforma da Copa do Mundo FIFA para ampliar a conscientização sobre essas questões e programar projetos de legado para o país-sede (Brasil, 2014). O *Football for Hope* tem recebido reconhecimento internacional tanto no âmbito esportivo quanto nas instituições de desenvolvimento global, sendo elogiado por sua contribuição na resolução de alguns dos desafios sociais mais urgentes da atualidade (Fifa, 2005).

Dentre as ações desenvolvidas pelo projeto, a Fifa (2012, p. 75) diz:

Dentre as atividades do *Football for Hope* estão: • Suporte a programas *Football for Hope*, por meio do qual mais de 200 projetos voltados para ações sociais com o auxílio do futebol são apoiados em mais de 70 países • O Fórum *Football for Hope*, onde os principais profissionais do mundo na área de desenvolvimento por meio de futebol discutem as melhores formas de progredir • O Festival *Football for Hope*, realizado durante a Copa do Mundo da FIFA™ e que celebra o poder do esporte para trazer mudanças sociais

positivas • As Campanhas Oficiais da Copa do Mundo da FIFA™ que abordam questões sociais específicas, relevantes ao país anfitrião.

Podemos citar o caso que ocorreu em 2018, cerca de 70 crianças palestinas escreveram uma carta para o Messi, pedindo para que ele não fosse para um jogo amistoso em Jerusalém, para dizer-lhe que, se jogasse em Israel, o faria “sobre as sepulturas” de seus antepassados, pois o estádio onde o jogo estava previsto o Teddy Kollek, em Jerusalém está localizado em um lugar de onde os palestinos foram deslocados, em 1948, durante a guerra que se seguiu à criação de Israel a partida deveria acontecer em Haifa, mas Netanyahu quis em Jerusalém. Na carta, crianças explicam que são filhas de refugiados palestinos oriundos da região onde está o estádio. O jogo amistoso entre Argentina e Israel foi originalmente planejado para ser realizado em Jerusalém, mas devido à pressão e ao pedido das crianças palestinas, bem como a sensibilidade política em torno do local, o jogo foi finalmente transferido para Haifa, uma cidade localizada no norte de Israel. Foi uma medida tomada para evitar a controvérsia em torno do status de Jerusalém. Jerusalém é uma cidade historicamente disputada e politicamente sensível devido a reivindicações concorrentes de Israel e Palestina sobre a cidade como sua capital. A mudança para Jerusalém foi vista como uma ação controversa. A lei internacional em questão está relacionada ao reconhecimento do status de Jerusalém. A Resolução 478 do Conselho de Segurança da ONU, por exemplo, insta os países a não estabelecerem embaixadas em Jerusalém, devido à sua situação contestada. A decisão da Argentina de não realizar o jogo em Jerusalém foi vista como uma demonstração de respeito pela sensibilidade política da região e pelo direito internacional. A mudança do local do jogo pode ser vista como um exemplo de “*soft power*” em ação. O termo “*soft power*” refere-se à influência que um país ou entidade pode exercer por meio de meios não coercivos, como diplomacia, cultura, esportes e valores, em oposição ao “*hard power*”, que envolve o uso de força militar ou pressão econômica. Neste caso, as crianças palestinas e a Associação de Futebol da Palestina usaram a influência do esporte e a conscientização pública para persuadir a Argentina a mudar o local do jogo, demonstrando como questões culturais e esportivas podem ser usadas para promover mudanças políticas e sociais de maneira pacífica e diplomática.

A FIFA também se compromete com a proteção do meio ambiente, como evidenciado pelo projeto *Football for the Planet*. Este é um programa ambiental

oficial da FIFA que busca minimizar o impacto adverso das atividades e competições da organização no meio ambiente, além de aproveitar as competições da FIFA para conscientizar sobre questões ambientais. Ele se baseia em iniciativas ambientais que vêm sendo implementadas desde a Copa do Mundo FIFA masculinas de 2006 na Alemanha (Fifa, 2015b). No Brasil, a FIFA e o Comitê Organizador Local (COL), em colaboração com as partes interessadas, trabalharam para abordar as questões ambientais de forma sensata e para reduzir o impacto ambiental negativo do torneio. Foram implementadas diversas iniciativas, como compensação de carbono, adoção de práticas sustentáveis nos estádios e gestão eficiente de resíduos nos locais de jogo.

A compensação de carbono é uma medida que surge da consciência das repercussões do aquecimento global. A FIFA e o Comitê Organizador Local (COL) calculam que conseguiram controlar aproximadamente 251 mil toneladas de emissões de carbono. Além disso, buscaram compensar o restante por meio de projetos criteriosamente selecionados para a redução dessas emissões no Brasil. Isso englobou as viagens e acomodações de todos os funcionários, agentes, equipes, voluntários e clientes da federação, juntamente com a redução das emissões nos estádios. Outra iniciativa abordou a construção de estádios sustentáveis, que adotaram práticas ecológicas, como a instalação de painéis solares em seus telhados para gerar energia renovável. Adicionalmente, foi implementada uma eficaz gestão de resíduos nos estádios, em parceria com cooperativas locais de resíduos. A FIFA, o COL e a Coca-Cola colaboraram para desenvolver um sistema de gestão de resíduos nos estádios, assegurando o tratamento adequado e a reciclagem quando necessário (Fifa, 2015e).

Ainda, dentro dos programas desenvolvidos pela FIFA como parte de seu discurso de responsabilidade social, o mais recente é o chamado “Together, we can beat Ebola”. Logo no início da recente crise do vírus ebola na África Ocidental, a FIFA publicou um comunicado em seu site oficial, no qual afirmou estarem em contato regular com a Organização Mundial de Saúde sobre os impactos da doença para a saúde pública global e, em particular, os seus efeitos potenciais sobre futebol. Ainda, afirmou que seu Comitê Médico continuará a avaliar a evolução da doença e tomar as medidas adequadas para a comunidade e atletas (Fifa, 2014a).

Após isso, renomados jogadores de futebol, em colaboração com a FIFA, a Confederação de Futebol Africano e especialistas em saúde, lançaram uma iniciativa

para aumentar a consciência global e promover medidas simples de prevenção na batalha contra o ebola. A campanha "11 contra o Ebola" apresentou 11 mensagens de saúde descomplicadas - escolhidas em conjunto com médicos e especialistas em saúde da África, do Grupo Banco Mundial e da Organização Mundial de Saúde - para lidar com a epidemia na África Ocidental. O chefe médico da FIFA, o Prof. Jiří Dvořák, afirmou: "Nós, médicos, já vimos o poder do futebol na prevenção e saúde, como demonstrado pelo sucesso do programa 'FIFA 11 para a Saúde' em 15 países africanos, como parte do legado médico da Copa do Mundo FIFA de 2010 na África do Sul. Agora estamos aplicando o mesmo princípio para enfrentar o ebola, transmitindo mensagens educativas simples através das vozes das estrelas do futebol - 'Quando o futebol fala, todos ouvem'" (Fifa, 2014b). Da mesma forma, o presidente da FIFA declarou: "A popularidade do futebol nos oferece uma plataforma única para alcançar todas as comunidades. Esperamos que o futebol possa desempenhar seu papel e que esta campanha contra o ebola faça a diferença no combate ao vírus para ajudar aqueles que vivem em comunidades afetadas" (Fifa, 2014b).

Segundo a Organização Mundial de Saúde, em novembro de 2014, seis países registraram um total de 14.098 casos confirmados, prováveis e suspeitos de Ebola, resultando em 5.160 óbitos. Guiné, Libéria e Serra Leoa foram os mais impactados. O futebol demonstrou ser uma forma eficaz de se conectar com um amplo público e transmitir mensagens de saúde pública. Essa foi a primeira campanha de emergência de saúde implementada pela FIFA. A entidade global do futebol já obteve sucesso em campanhas anteriores de conscientização sobre saúde pública (Fifa, 2014b). Em 2015, foi realizado o 12º Jogo Contra a Pobreza, um evento anual desde 2003, organizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), sempre com o apoio da FIFA. O objetivo é arrecadar fundos para aqueles que mais necessitam, e naquele ano os recursos foram destinados às vítimas da epidemia de Ebola (Fifa, 2015h).

4.2 O SOFT POWER E OS MEGA EVENTOS PARA A FIFA

O *soft power* influencia e atrai indivíduos ao invés de forçá-los. Um país pode alcançar seus objetivos ao gerar admiração externa por aspectos como seus valores (NYE, 2004; DOS SANTOS, 2019). A ascensão de regimes democráticos

tem elevado a relevância do soft power e da opinião pública no cenário global. Os meios desse poder brando estão sempre em exibição, sendo a decisão de quando utilizá-los estrategicamente uma responsabilidade dos países, com destaque para a diplomacia pública (Nye, 2008; Roselle; Miskimmon; O'loughlin, 2014; apud dos Santos, 2019).

A diplomacia pública desempenha um papel crucial ao exercer a influência suave de um Estado através da disseminação internacional de seus valores, cultura e políticas nas interações entre governo, instituições, mídia e opinião pública (Donos, 2012; apud Dos Santos, 2019). "O tipo de *soft power* envolvido na diplomacia pública deve derivar de valores amplamente aceitos, políticas justas e uma cultura atraente" (Donos, 2012; apud Dos Santos, 2019). Além disso, aspectos como credibilidade e reputação são de extrema importância nesse processo (Nye, 2008; apud Dos Santos, 2019).

O esporte e o conceito de *soft power* estão intrinsecamente ligados, já que os valores do esporte são símbolos de relevância global. Isso faz com que os órgãos de governança esportiva desempenhem um papel crucial nas relações internacionais e na governança global contemporânea (Pizarro, 2017; citado por Brandes, 2021).

Nesse sentido, a Copa do Mundo é apenas uma das plataformas fundamentais para fortalecer o *soft power* e a imagem de marca de um país, desde que seja aliada a uma liderança política competente. Não é essencial que o país anfitrião seja totalmente desenvolvido, mas é vital que adote uma postura proporcional antes, durante e após o evento (Brandes, 2021). Dessa forma, a promoção do esporte e de megaeventos pela FIFA e outras instituições pode ser vista como uma aplicação efetiva do *soft power* no contexto internacional, dada a influência significativa que exercem sobre uma grande parte da população global (Brandes, 2021).

Os mega eventos esportivos, como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, têm a capacidade de atrair milhões de espectadores ao redor do mundo. Esse amplo alcance público coloca o país anfitrião sob os holofotes globais, oferecendo a oportunidade de exibir a imagem da nação. Ao conquistar uma percepção positiva no exterior, demonstrando organização e estabilidade, o Estado tem boas chances de atrair o interesse de atores internacionais para estabelecer

acordos de cooperação, parcerias e investimentos, o que pode ser interpretado como a efetivação do *soft power* projetado pelo país-sede (Dos Santos, 2019).

A obtenção bem-sucedida da condição de anfitrião de megaeventos tão impactantes como estes demanda um esforço considerável por parte do país candidato. Inicialmente, é crucial obter uma articulação interna que permita alcançar um consenso sobre a viabilidade dessas candidaturas (Dos Santos, 2019).

Paralelamente, o Estado também é demandado a demonstrar-se apto em todas as esferas (econômica, política e social) a arcar com todas as responsabilidades e implicações de ser sede. Isso pode elucidar à comunidade internacional a estabilidade da nação em questão e aumentar sua credibilidade. (Resende, 2010; apud Dos Santos, 2019).

De acordo com Vasconcellos (2011), citado por Dos Santos (2019), a busca pela realização de megaeventos por parte dos países encontra justificativas na promoção internacional e na reafirmação de valores nacionais. Essas razões vão além do aspecto esportivo, impactando também nas esferas diplomática e política.

"Tornar, portanto, [...] um [país como] destino prioritário das grandes competições esportivas internacionais é uma causa que se impõe, pois a latitude do esporte, ao ultrapassar os limites das próprias competições, reflete positivamente na economia e na imagem externa" (Vasconcellos, 2011; apud Dos Santos, 2019).

Nesse contexto, megaeventos esportivos são instrumentos relevantes para um país exercer seu *soft power* não apenas durante sua realização, mas também utilizá-los em outros momentos de sua diplomacia para alcançar os objetivos almejados em sua política externa (Dos Santos, 2019).

Podemos citar também que patrocínios da Copa do Mundo têm crescido ao longo dos anos, com um aumento constante no número de patrocinadores e uma competição acirrada entre as marcas. A publicidade durante os jogos evoluiu, desde a pintura de logotipos nas paredes das arquibancadas (Copa do México de 1970) até a utilização de tecnologias avançadas, como chapas de impressão de alta tecnologia (Copas da Coréia do Sul e Japão de 2002 e da Alemanha de 2006) e sinalização eletrônica (Copa da África do Sul de 2010). Essas mudanças têm permitido uma maior flexibilidade na exibição dos anúncios durante o evento.

Costas (2013) afirma que "a FIFA ganha dinheiro com acordos de transmissão, marketing e patrocínio. Possui seis patrocinadores permanentes (Adidas, Coca-Cola, Emirates, Hyundai, Sony e Visa) e um contrato de exclusividade para a Copa". Além disso, a entidade não precisa pagar impostos dependendo do

país-sede, como foi no Brasil – privilégio garantido também em outras Copas do Mundo.

Holger Preuss, Professor de Economia do Esporte na Universidade Johannes Gutenberg-University, enfatiza que a FIFA organiza eventos que, essencialmente, são como festas privadas. Para ter a festa em sua casa, é necessário aceitar as condições estabelecidas pela entidade. Ele também ressalta que a FIFA, apesar de ser uma organização sem fins lucrativos em princípio, não está comprometida com o desenvolvimento econômico do país-sede da Copa do Mundo. Seu principal compromisso é promover o esporte, em especial o futebol, em todo o mundo (Costas *et al.*, 2013).

As empresas que patrocinam a FIFA têm uma presença global que ultrapassa as fronteiras dos países onde operam. Compreender a rede de financiadores da FIFA é crucial para entender como controvérsias e interesses podem afetar os novos mercados dessas empresas e fortalecer sua presença em outras regiões. Essas empresas têm interesses que vão desde a promoção de logotipos relacionados ao esporte, como materiais esportivos, até aqueles que destacam os valores associados ao esporte, como um estilo de vida saudável. Portanto, a hierarquia estabelecida pela FIFA para seus patrocinadores - Parceiros, Patrocinadores Internacionais e Torcedores Nacionais - revela uma variedade de interesses envolvidos na Copa do Mundo, que vão além do futebol como esporte (Firkowski; Da silva, 2011).

O primeiro nível, aquele que investe mais e por consequência recebe prêmios estratosféricos, é conhecido como "Parceiros FIFA". Esses parceiros fazem contratos de longo prazo e dificilmente mudam ao longo dos anos. Nesse nível apenas uma empresa de cada ramo consegue participar. O segundo nível, conhecido como "Patrocinadores da Copa do Mundo Fifa" faz contratos de prazos menores e com uma participação pouco menor do que os Parceiros FIFA. O terceiro nível são os patrocinadores do país sede, são aqueles patrocinadores específicos da Copa no determinado ano, ou seja, nesse nível os patrocinadores mudam a cada Copa (Arruda *et al.*, 2011).

Grandes corporações competem vigorosamente para se tornarem patrocinadoras da Copa do Mundo, pois isso se revela um negócio extremamente lucrativo. A Adidas, por exemplo, mantém uma parceria de mais de uma década com a FIFA, sendo responsável pela produção da bola oficial desde 1970, além de fornecer uniformes para árbitros, gandulas, voluntários e dirigentes da entidade. Por sua vez, a Coca-Cola estabeleceu uma parceria com a FIFA em 1974 e é a única fornecedora de bebidas nos estádios da Copa. Essa associação foi renovada até a

Copa de 2022, envolvendo um investimento significativo de US\$600 milhões (OPINIÃO E NOTÍCIA, 2010; citado por Arruda *et al.*, 2011). É importante destacar que essa colaboração abrange tanto aporte financeiro quanto fornecimento de produtos e serviços (Arruda *et al.*, 2011).

A Emirates Airlines fez história ao se tornar a primeira companhia aérea a patrocinar a Copa do Mundo em 2006. A Hyundai Kia Motors, uma empresa sul-coreana, iniciou sua parceria com a FIFA em 1999, fornecendo transporte terrestre para dirigentes, seleções, árbitros e membros da imprensa. Esses investimentos são parte integrante das estratégias de marketing para remodelar a imagem dessas marcas (Arruda *et al.*, 2011).

Outras duas gigantes, a japonesa Sony e a norte-americana Visa, completam o grupo de seis parceiros oficiais da FIFA. A Sony assume a responsabilidade pelo fornecimento de equipamentos eletrônicos e pelo entretenimento durante o evento, enquanto a Visa aproveita a parceria para promover sua marca através de descontos, promoções e ações de marketing associadas ao evento (Arruda *et al.*, 2011).

Do ponto de vista financeiro, os investimentos realizados pelos patrocinadores nos diferentes mundiais apresentam uma trajetória notável. Em 2002, por exemplo, o montante era modesto, alcançando apenas 512 milhões de dólares. Porém, entre 2006 e 2014, testemunhamos um crescimento exponencial, passando de 562 milhões de dólares para impressionantes 1,63 bilhão de dólares. Não é surpreendente, portanto, que multinacionais tenham corrido para assegurar sua presença na Copa de 2010, sediada na África do Sul. Algumas empresas fecharam acordos com valores inflacionados em até 30% em comparação com os contratos de 2006 (Exame, 2018). Essa escalada nos investimentos demonstra o enorme valor estratégico que as empresas associam à sua participação nesse evento esportivo de alcance global.

Agora falando um pouco da importância dos patrocinadores em algumas Copas como os patrocinadores da Copa do Mundo na Alemanha eram predominantemente grandes corporações, com receitas na casa dos bilhões e presença global em diversos setores, como bebidas, tecnologia, telecomunicações e automóveis, entre outros. Notavelmente, marcas alemãs como Adidas, Deutsche Telekom e Deutsche Post tiveram uma presença marcante neste evento. No total, a FIFA conseguiu angariar cerca de US\$ 900 milhões em receitas de patrocínio para a

Copa do Mundo de 2006 na Alemanha (EXAME, 2018). A Adida foi à patrocinadora mais proeminente em termos de valor de contrato, seguida pela Coca-Cola e Hyundai. Os acordos dos patrocinadores variaram de aproximadamente US\$ 210 milhões, montante pago pelas Adidas, a cerca de US\$ 2,5 milhões, valor desembolsado pelos patrocinadores nacionais (Exame, 2018). Essa diversidade e amplitude dos patrocinadores refletem a importância e o apelo global do evento esportivo.

Na Copa do Mundo na África do Sul, as maiorias dos patrocinadores ainda eram grandes empresas, já bem estabelecidas em seus setores de atuação. O que se destaca nesse cenário é a presença de algumas empresas regionais, com uma forte influência no continente africano, o que lhes proporcionou uma oportunidade única de promover suas marcas em eventos realizados na região. A FIFA conseguiu arrecadar aproximadamente US\$ 1,1 bilhão em receitas de patrocínio para a Copa do Mundo de 2010 na África do Sul, o que representou um aumento significativo em comparação com o torneio anterior (Exame, 2018). A Adidas e a Coca-Cola mantiveram-se como os patrocinadores de maior destaque em termos de valor de contrato, seguidas pela Emirates e Hyundai-Kia. Os valores dos contratos dos patrocinadores variaram de aproximadamente US\$ 350 milhões - o montante total pago pela Adidas - a cerca de US\$ 5 milhões - o total desembolsado pelos patrocinadores nacionais (Exame, 2018). Esse panorama reflete a diversidade e o alcance global dos patrocinadores, e também o valor estratégico que atribuem à associação com um evento de tamanha relevância e alcance internacional.

Os patrocinadores da Copa do Mundo de 2014 compartilham uma característica comum: são empresas globalmente reconhecidas, presentes em diversos mercados e setores. Muitas delas têm uma forte presença em publicidade e marketing, investindo consideravelmente nessas áreas. Além disso, diversos patrocinadores, incluindo os parceiros nacionais, possuem uma ligação histórica com o mundo esportivo, já tendo patrocinado eventos anteriores e outros torneios de prestígio, como o exemplo do Itaú ao patrocinar o campeonato brasileiro. Para a Copa do Mundo de 2014 no Brasil, a FIFA conseguiu arrecadar aproximadamente US\$ 1,4 bilhão em receitas de patrocínio, o que representa uma diferença notável em relação às edições anteriores (Exame, 2018).

A Coca-Cola se destacou como o patrocinador de maior relevância em termos de valor de contrato, seguida pela Adidas e Visa. Os valores dos contratos

dos patrocinadores variaram de cerca de US\$ 177 milhões - montantes pagos pela Coca-Cola - a cerca de US\$ 8 milhões - pagos pelos patrocinadores nacionais (Exame, 2018). Com a maioria dos patrocinadores sendo empresas de grande porte, a FIFA possui uma ampla base para buscar investimentos em troca da exposição das marcas durante a realização do megaevento, algo que as instituições almejam.

Observa-se que ao longo das Copas de 2006, 2010 e 2014, empresas como Adidas, Coca-Cola, Hyundai-Kia e Visa foram algumas das principais patrocinadoras em termos de valor de contrato. Essas empresas possuem uma presença forte em publicidade e marketing e muitas delas têm outros patrocínios em diversos eventos esportivos. Portanto, a cada nova Copa do Mundo, a necessidade de aumentar a arrecadação de investimentos se torna evidente devido à crescente concorrência entre as instituições.

E com isso os Estados destacam que sediar um megaevento esportivo de maneira bem-sucedida leva a um *soft power* aprimorado, que pode tornar a cultura e os valores políticos de um Estado mais atraentes para os outros, impactando positivamente a sua marca. Sendo assim, o esporte não seria mais uma instituição cultural de nicho para uso interno, mas sim uma ferramenta de política externa altamente relevante e conectada aos conceitos apresentados por Joseph Nye.

Um dos motivos pelos quais o esporte possui êxito como método político reside no fato de que seus megaeventos desempenham um papel em cinco recursos fundamentais a uma bem sucedida estratégia de *soft power*: cultura, turismo, diplomacia e comércio (Grix; Brannagan, 2016). Outros pontos de destaque estão na contribuição do esporte para a imagem de um país por meio do nacionalismo, já que as realizações de uma equipe nacional geram orgulho doméstico, projetando assim uma identidade particular que é atraente para os 54 outros no cenário internacional; e na grande audiência global que os megaeventos atraem, tornando-os a plataforma ideal para apresentar a nação anfitriã e sua cultura ao mundo (Grix; Houlihan, 2014).

4.3 COMO A FIFA ENQUANTO INSTITUIÇÃO INTERNACIONAL UTILIZA O SOFT POWER E FALANDO UM POUCO SOBRE O SOFT POWER

A FIFA, como instituição internacional responsável pela organização do futebol a nível global, possui um considerável impacto de *soft power*. O futebol é uma parte integrante da cultura e identidade de muitos países. Através da

organização de eventos como a Copa do Mundo, a FIFA promove o entendimento e a interação entre diferentes culturas, criando uma plataforma para a celebração global.

Além disso, favorece a diplomacia esportiva ao incentivar a cooperação e o diálogo entre nações através do futebol. A realização de competições internacionais cria oportunidades para interações entre líderes e diplomatas de diversas nações. A FIFA desempenha um papel crucial na promoção de valores como fair play, inclusão, diversidade e respeito, contribuindo para a construção de uma imagem positiva e alinhando-se a princípios valorizados em escala global.

Além disso, investe em programas de desenvolvimento e infraestrutura em várias partes do mundo. Isso pode criar um impacto positivo nas economias locais, na educação e na saúde, o que, por sua vez, pode influenciar a percepção das pessoas em relação à instituição. A Copa do Mundo é um dos eventos esportivos mais assistidos no mundo, proporcionando à FIFA uma plataforma de mídia incrivelmente poderosa. Isso permite que a organização alcance uma audiência global e influencie a opinião pública em escala massiva.

Da mesma maneira, a Fifa possui um mecanismo interno e único de resolução de controvérsias, cujas decisões todas as federações devem aceitar, sendo essa uma premissa para a entrada e permanência na organização e, conseqüentemente, para a prática de futebol como um todo. A natureza não governamental e a condição de "proprietária de produtos tão valiosos como o futebol e a Copa do Mundo, permitem ainda que a Fifa busque parcerias e escolha seus patrocinadores conforme julgar melhor.

Outro aspecto essencial é a condição de total autonomia financeira e política da instituição, que, se por um lado cria o ambiente propício para um funcionamento menos burocratizado. No entanto, é importante fazer algumas observações sobre a verdadeira atuação da Fifa, em contrapartida aos princípios oficiais que ela promove em seus estatutos. A organização, por exemplo, apenas descreve em seus princípios o papel que deve exercer no controle do futebol mundial, como se sua atuação se limitasse aos campos de jogo ao redor do mundo. Na prática, a Fifa atua de maneira muito mais ampla em questões como direitos humanos e soberania nacional, tanto por meio do futebol, quanto utilizando-o como justificativa.

No entanto, é importante notar que a FIFA também enfrentou críticas e controvérsias ao longo dos anos, como questões de corrupção e alegações de violações dos direitos humanos em países anfitriões. Esses eventos podem afetar a percepção do soft power da FIFA e exigem que a instituição aborde tais preocupações de maneira responsável.

Pode-se dizer que a FIFA exerce um considerável impacto de soft power nas relações internacionais e na diplomacia esportiva, influenciando a forma como as nações interagem e colaboram no contexto do futebol e do esporte em geral.

O sucesso do *soft power* depende muito da reputação do ator no cenário internacional, o que facilita na relação com outros atores. Então, o conceito de *soft power* é geralmente associado com a ascensão da globalização e a teoria neoliberal nas relações internacionais. Desse modo, elementos como a cultura popular e a mídia são geralmente identificados como importantes fontes de *soft power*.

Há uma variedade de fontes que um país pode utilizar para gerar esse ambiente de *soft power*. Segundo Nye (2004, p. 11), as mais significativas incluem: a cultura - especialmente em locais onde ela é cativante para outros; os valores políticos - que devem ser praticados tanto internamente quanto no âmbito externo; e a política externa - quando é percebida como legítima e respaldada por uma autoridade moral.

O esporte desempenha um papel fundamental como fonte de soft power, facilitando uma ampla troca cultural que envolve conhecimento, linguagem e arte entre nações. Megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo FIFA e os Jogos Olímpicos, são formas eficazes de comunicação que têm a capacidade de atrair a atenção de bilhões de pessoas. Dessa forma, constituem uma plataforma ideal para apresentar a cultura e a imagem do país anfitrião ao resto do mundo, com o potencial de elevar seu prestígio e capacidade de atrair interesse internacional (Grix, 2013). Esta estratégia tem sido amplamente adotada pelos países do grupo BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) que foram escolhidos nos últimos anos para sediar megaeventos, o que consequentemente legitima a atuação da FIFA e das organizações internacionais responsáveis por eles.

Em um contexto do esporte na atualidade, Suppo (2012, p. 420) afirma:

Atualmente, o novo sistema midiático globalizado da chamada “era da informação” é um novo campo de enfrentamento onde ocorre o embate entre os Estados, as empresas transacionais e os novos movimentos sociais. O poder, num mundo dominado pelo sistema midiático, consiste em grande parte no controle da produção e na manipulação de símbolos que possam

seduzir. Dessa forma, o imenso poder de sedução do esporte e seu impacto econômico não podem hoje ser ignorados pelos Estados nem pela indústria cultural. Nesse sentido, a geopolítica do esporte encontra-se no centro das disputas e rivalidades nacionais e internacionais, mas também, paradoxalmente, pode servir como vetor da paz e da cooperação (...)

Barrie Houlihan, renomado professor da Universidade de Loughborough na Inglaterra, é um dos principais especialistas no campo da interseção entre esporte e relações internacionais. Ele oferece uma visão abrangente sobre como as três teorias utilizadas nas Relações Internacionais - realismo, pluralismo e globalismo - podem interpretar o papel do esporte no contexto global, buscando entender essa dinâmica complexa.

Houlihan categoriza as teorias das relações internacionais em três abordagens distintas. A primeira é o "realismo", que se concentra nas dinâmicas de poder. Na teoria "pluralista", ele argumenta que o poder não é monopolizado por uma elite única, mas é disperso entre diversos grupos políticos ativos, instituições e organizações. A política, portanto, surge como resultado de um processo de negociação entre esses interesses diversos. Houlihan explora essa perspectiva ao analisar o papel das organizações esportivas internacionais como agentes no cenário global. Sob o guarda-chuva do "globalismo", ele engloba uma ampla gama de teorias que focalizam o "sistema internacional" constituído por Estados e atores transnacionais (Beacom, 2000, p. 5-6).

Diante da análise que se fará a seguir, Suppo (2012, p. 415) afirma que:

Para tal fim, em primeiro lugar, estabelece uma tipologia, a partir dos três tipos de atores ou agentes nas relações internacionais (Estados e organizações internacionais governamentais; organizações não governamentais internacionais; indivíduos) e do grau de envolvimento e interação dos diferentes recursos (finanças, indivíduos, conhecimento/cultura e território). Em segundo lugar, o autor conclui que a abordagem teórica mais adequada para tratar do tema do esporte nas relações internacionais é o pluralismo. O realismo e o globalismo seriam paradigmas menos convenientes por centralizarem as explicações num único fator. O primeiro, nas questões políticas e tendo seu foco de análise centrado em um único ator, o Estado, e com uma preocupação concentrada na segurança. O segundo, nas relações econômicas de dependência e dominação.

Suppo (2012, p. 418), seguindo as concepções de Houlihan, destaca como as teorias das relações internacionais se aplicam ao esporte, identificando interesses distintos em cada paradigma. No contexto do realismo, observa-se o uso do esporte como uma ferramenta da política externa. Isso se manifesta através de elementos como o reconhecimento da soberania nacional, sua utilização como uma válvula de escape em momentos de tensão internacional e, ainda, como um meio

para aprimorar as relações entre Estados. Além disso, o esporte é considerado como parte integrante do "pacote cultural" não militar, desempenhando um papel crucial no estabelecimento e manutenção da hegemonia das grandes potências.

O aumento do *soft power* está intimamente relacionado ao ganho de legitimidade na comunidade internacional. Organizações internacionais devem estabelecer agendas multilaterais que sejam percebidas como legítimas pelos demais atores globais (Nye, 2004, p. 10). Nesse contexto, os mecanismos de prestação de contas internacionais servem como instrumento para expandir a influência diante de outros atores, sejam eles Estados, organizações internacionais ou entidades multinacionais. Isso resulta na criação de modelos que são aceitos pelos demais, culminando na legitimação - o que claramente demonstra a atuação do *soft power* nessas situações.

A obrigação de prestar contas por parte das organizações internacionais, conhecida como *accountability*, é um elemento fundamental na governança global e está se tornando um problema cada vez mais abrangente, indo além dos Estados-nação. Conforme argumentado por Grant e Keohane (2005), o *accountability* refere-se à responsabilidade que uma entidade possui perante aqueles que a supervisionam ou em nome de quem atua. Seu propósito é permitir que os interessados avaliassem se a organização está cumprindo com suas responsabilidades e, se não estiver, impor sanções como resultado.

Com isso pode se perceber que o *soft power*, repousa sobre três recursos, os quais são a cultura, os valores políticos e da política externa, elementos os quais tornem o ator atraente perante os demais atores e para que os vêem como legítimo e com autoridade moral. Isso faz com que o ator possa obter os resultados desejados, tendo em vista que os demais atores admirem seus valores, e desejam seguir seu exemplo, possuir seu nível de prosperidade e, principalmente, manter relações.

Nye (2012) reitera que o *soft power* é descritivo e não um conceito normativo. O autor afirma que o *soft power* não contradiz a teoria realista das relações internacionais, pois não é necessariamente uma forma idealista ou neoliberal, é simplesmente uma forma de poder, uma maneira de obter os resultados desejados. Porém, a prática mostra que, em sua maioria, atores neoliberais se utilizam dessa perspectiva de poder com maior frequência.

Em alguns Estados, o esporte representa um componente crucial do que se denomina *soft power*. No contexto do Brasil, Nye destaca dois elementos fundamentais desse *soft power*: o carnaval e o futebol (Nye, 2012, p. 224). Segundo o autor, a China teria fortalecido seu *soft power* ao sediar os Jogos Olímpicos de Pequim em 2008 (Nye, 2012, p. 11).

Para além de políticas adaptadas a circunstâncias particulares, a entidade que emprega o *soft power* deve procurar cultivar uma imagem favorável, tornando-se atrativa para outros agentes. Segundo Melissen (2005, p. 19), existem estratégias que um país pode empregar para alcançar esse objetivo: propaganda, laços culturais e diplomacia pública. A FIFA, enquanto organização estabelece colaborações por meio de iniciativas com diversos organismos internacionais e desempenha um papel de apoio no desenvolvimento de outras entidades.

A FIFA demonstra o emprego do *soft power* através de iniciativas voltadas para o bem-estar social, proteção do meio ambiente, promoção da paz e combate ao preconceito. Além disso, adota um discurso que enfatiza valores democráticos e se compromete com a prestação de contas perante a comunidade internacional. Essas ações têm como objetivo estabelecer uma imagem positiva diante de outros atores.

5. CONCLUSÃO

Ao longo deste Trabalho de Conclusão de Curso, investigamos o impacto do *soft power* usado pela FIFA no futebol. Especificamente, discutimos como a FIFA usa sua influência e prestígio para promover normas globais de comportamento e desempenho esportivo, assim como a difusão de valores socioculturais por meio do jogo.

Os resultados obtidos sugerem que a FIFA exerce um significativo *soft power* no futebol. O poder da organização é tal que ela pode influenciar governos, associações nacionais de futebol e clubes ao redor do mundo. Através da implementação de regulamentos padrões, organização de torneios internacionais e promoção global do esporte, a FIFA tem sido capaz de moldar a forma como o futebol é jogado e percebido. Além disso, os achados indicam que o *soft power* da FIFA também se estende além do campo. Através do seu trabalho com organizações de caridade, programas educacionais e iniciativas sociais, a FIFA tem utilizado o futebol como uma ferramenta para promover a paz, o respeito mútuo e a compreensão intercultural.

A importância desses achados reside na compreensão mais profunda que eles oferecem sobre o papel das organizações internacionais na sociedade contemporânea. Eles demonstram que instituições como a FIFA podem usar seu soft power para moldar normas globais e disseminar valores positivos através dos limites nacionais. A partir da análise realizada ao longo deste trabalho, foi possível compreender que a Fifa exerce um importante papel no cenário global através do uso de soft power. A organização usa o futebol não apenas como um esporte, mas também como uma ferramenta estratégica de influência e difusão de valores. Observou-se que a Fifa utiliza o soft power principalmente por meio da organização da Copa do Mundo. Como afirmado por Nye (2004), eventos internacionais de grande visibilidade podem ser eficazes em transmitir mensagens e influenciar a percepção global. A Copa do Mundo, sendo o evento esportivo mais assistido no mundo, proporciona à Fifa uma plataforma única para exercer seu soft power.

Além disso, foi identificado que a Fifa se empenha em promover valores universais como fair play, respeito e inclusão através do futebol. Isso é consistente com o conceito de soft power, onde, conforme Nye (2009) argumentou, é fundamental para uma organização ou país ser visto como virtuoso e moralmente correto para ganhar a admiração e respeito de outros.

No entanto, os resultados também indicam que o uso do soft power pela Fifa tem suas limitações e desafios. Escândalos de corrupção e controvérsias envolvendo a organização têm prejudicado sua imagem e questionado sua autoridade moral (Jennings, 2015; Sugden e Tomlinson, 2017). Isso ressalta a importância da transparência e integridade na utilização eficaz do soft power.

Em conclusão, este estudo contribuiu para uma melhor compreensão do impacto do soft power usado pela Fifa no futebol. Ele destaca a importância de organizações internacionais como a Fifa em moldar discursos e percepções globais, bem como os desafios que enfrentam.

REFERÊNCIAS

BBC. **Football's questionable peace**. Londres, 2001. Disponível em: http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/front_page/1133255.stm >. Acesso em: 22 out. 2023.

BEACOM, Aaron. **Sport in international relations: a case for cross-disciplinary investigation**. The Sports Historian, v. 20, n. 2, 2000, p. 1-23.

BRANDÃO, Felipe Barbosa. **Copa do mundo de futebol e a geopolítica: Como a Copa do Mundo da FIFA se insere na geopolítica e nas relações internacionais?** 2021.

BRASIL. **Projeto Football for Hope amplia apoio a entidades brasileiras**. Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/esporte/2014/01/projeto-football-for-hope-amplia-apoio-a-entidades-brasileiras> >. Acesso em: 22 out. 2023

BUTLER, Oliver. **Getting the games: Japan, South Korea and the co-hosted World Cup**. In: CASTILHO, M. M. Futebol, Sociedade e Política: Influência da Política na Formação e Desenvolvimento do Futebol no Brasil. São Paulo: Monografia, Universidade de São Paulo, 2010.

CASTILHO, M. M. **Futebol, Sociedade e Política: Influência da Política na Formação e Desenvolvimento do Futebol no Brasil**. São Paulo: Monografia, Universidade de São Paulo, 2010.

CORREA JUNIOR, R. A. **No País do Futebol: As Implicações do Avanço do Capitalismo no Brasil e sua Influência no Esporte mais Popular do Planeta**. Rio de Janeiro: Tese de Graduação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.

DA SILVA, Gleyton R.; FIRKOWSKI, Olga. **A Copa do Mundo e os interesses das empresas transnacionais**. 2011. Disponível em: <https://www.observatoriodasmetropoles.net.br/copa-do-mundo-e-os-interesses-das-empresas-transnacionais/> >. Acesso em: 23 out. 2023

DAMATTA, R. **Carnavais, Malandros e Heróis: Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro**. Rio de Janeiro: 6ª edição, Rocco 1997.

DE ALMEIDA, Andrey Polegatti Nogueira. **Megaeventos, Copa do Mundo e seus impactos e legados sob a perspectiva de país desenvolvido e país emergente: ESTUDO DE CASO ENTRE ALEMANHA EM 2006 E BRASIL EM 2014**.

EBC. **Apartheid deixou África do Sul fora de competições internacionais por mais de 30 anos**. Brasília, 2010. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2010-06-15/apartheid-deixou-africa-do-sul-fora-de-competicoes-internacionais-por-mais-de-30-anos> >. Acesso em: 26 out. 2023.

EISENBERG, Christiane. **FIFA 1975-2000: the Business of a Football Development Organisation**. Historical Social Research, Vol. 31,, n.1, 2006, 55-68.

EISENBERG, Christiane. **From political ignorance to global responsibility: the role of the world soccer association (FIFA) on international sport during the twentieth century.** Journal of Sports History. V. 32, n. 3, Fall 2005.

FERREIRA, F. C. **Futebol de classe: a importância dos times de fábrica nos primeiros anos do século XX.** Disponível em: <https://efdeportes.com/efd90/times.htm>>. Acesso em: 24 mar. 2023

FIFA. 2010. Disponível em: <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>. >. Acesso em: 26 ago. 2023

FIFA. 2012. Disponível em: <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>. >. Acesso em: 24 ago. 2023

FIFA. 2014. Disponível em: <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>. >. Acesso em: 22 jul. 2023

FIFA. 2016. Disponível em: <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>. >. Acesso em: 02 ago. 2023

FIFA. 2020. Disponível em: <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>. >. Acesso em: 17 ago. 2023

FIFA. **FIFA Financial Report 2008.** Trabalho apresentado no 59º congresso da FIFA, Nassau, 2 e 3 de junho de 2009a. Disponível em: www.fifa.com >. Acesso em: 12 abr. 2023

FIFA. **FIFA Statutes: regulations governing the application of the Statutes standings orders of the congress.** Agosto de 2009. Disponível em: <https://www.fifa.com/> >. Acesso em: 08 abr. 2023

FIFA.COM. Disponível em: <http://www.fifa.com/2011>. >. Acesso em: 20 abr. 2023

FILHO, M. R. **O Negro no Futebol Brasileiro.** Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

FORSTER, John; Pope, Nigel K. L. (2004) **The Political Economy of Global Sports Organisations.** New York e London: Routledge.

GIORI, Richard. **Football: a sociology of the global game.** Cambridge: Polity Press, 1999.

GOLDBLATT, David. **The ball is round: A global history of soccer.** New York: Riverhead books. 2006.

GREGORY, Oliver Macena. **FIFA E SOBERANIA NACIONAL - a legislação brasileira e as exigências da FIFA em função da Copa do Mundo de Futebol de 2014.** 2017.

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

HILL, Christopher. Prologue. In: LEVERMORE, Roger e BUDD, Adrian (Ed.). **Sport and International Relations: An Emerging Relationship**. New York: Routledge, 2004, p.1-5.

HORNE, John; MANZENREITER, Wolfram. **Global governance in world sport and the 2002 world cup Korea/Japan**. In: HORNE, John; MANZENREITER, Wolfram (ed.). Japan, Korea and the 2002 World Cup. London: Routledge, 2002. p. 1-25.

HORNE, John; MANZENREITER, Wolfram (ed.). **Japan, Korea and the 2002 World Cup**. London: Routledge, 2002, p. 43-55.

HOULIHAN, Barrie. **Sport and International Politics**. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1994.

JENNINGS, Andrew. **Foul! The Secret World of Fifa: Bribes, Vote Rigging an Ticket Scandals**. 1 ed. Londres: Harper Sport, 2006.

KRAUSE, G. K. **Futebol Como um Meio Construtor de Identidades**. Rio Grande do Sul: Tese de Graduação, Universidade federal do Rio Grande do Sul, 2010.

LEVERMORE, Roger; BUDD, Adrian (2004) **Sport and International Relations: An Emerging Relationship**. London e New York: Routledge.

MELISSEN, Jan. **Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy**. Netherlands Institute of International Relations. Clingendael Diplomacy Papers, n. 2, Haia. 2005.

MURAD, Mauricio. 1996. **Dos pés à cabeça: elementos básicos de sociologia do futebol**. Rio de Janeiro: Irradiação Cultural.

NOBEL PEACE CENTER. **Handshake for Peace**. Oslo, 2015. Disponível em: <http://www.nobelpeacecenter.org/en/sponsors/norges-fotballforbund/handshake-for-peace> >. Acesso em: 27 out. 2023

NOYE, Jr., Joseph S. **Soft power: the means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2004.

OPINIÃO E NOTICIA. **A corrida dos patrocinadores**. Disponível em: <http://opiniaoenoticia.com.br/cultura/cat-esportes/a-corrida-dos-patrocinadores/?hp>. >. Acesso em: 12 Ago. 2023

PIETH Mark, Heller Damian e Handschin Lukas, **Governing FIFA** [Relatório] / Faculty of Law ; University of Basel. – 2011. – pp. 1 – 39.

PINCAS Eric, Publicado em 14 de fevereiro de 2016 por Cunha, rosiane, **Copa surgiu para curar as feridas da Primeira Guerra Mundial**. Disponível em: <https://rhistoriadora.wordpress.com/copa-surgiu-para-curar-as-feridas-da-primeira-guerra-mundial/> >. Acesso em: 20 abr. 2023

SILVA. A. X. **HISTÓRIA DO FUTEBOL NO BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DO MATERIALISMO HISTÓRICO DIALÉTICO**. 2011. 57 folhas. Trabalho de Conclusão

de Curso (Licenciatura em Educação Física) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2011.

SKINNER, Bruce E.; Rukavina, Vladimir (2002) **Event Sponsorship**. New Jersey: Hoboken.

SMI T, Barbara. **Invasão de campo**: Adidas, Puma e os bastidores do esporte moderno. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

SUPPO, Hugo. **Reflexões sobre o lugar do esporte nas relações internacionais**. Contexto Internacional. Rio de Janeiro, v. 34, n. 2, p. 397-433, 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-85292012000200002&lng=en&nrm=iso >. Acesso em: 25 out. 2023

THAROOR, Ishaan (2015) “**How FIFA became the world’s most powerful and loathed sports organization**” World Views, The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/blogs/worldviews/wp/2015/05/27/how-fifa-became-the-worlds-most-powerful-and-loathed-sports-organization/> >. Acesso em: 24 jul. 2023

UEFA. **Financial fair play**. Nyon, 2015. Disponível em: <http://www.uefa.org/protecting-the-game/club-licensing-and-financial-fair-play/index.html> >. Acesso em: 24 out. 2023

UNICEF. **UNICEF and the World Cup**. Nova Iorque, 2014. Disponível em: http://www.unicef.org/sports/23619_40839.html >. Acesso em: 26 out. 2023