

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E RELAÇÕES
INTERNACIONAIS
GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

FERNANDA MACHADO GARCIA

ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE *SOFT POWER*: O FUTEBOL BRASILEIRO

Florianópolis, 2015

FERNANDA MACHADO GARCIA

ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE *SOFT POWER*: O FUTEBOL BRASILEIRO

Monografia submetida ao curso de Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito obrigatório para obtenção do grau de Bacharelado.

Orientadora: Prof. Dra. Patrícia Ferreira Fonseca Arienti

FLORIANÓPOLIS, 2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 8,0 a aluna Fernanda Machado Garcia na disciplina CNM 7280 – Monografia pela apresentação desse trabalho.

Banca examinadora:

Prof. Dr^a. Patrícia Ferreira Fonseca Arienti (Orientadora)

Prof. Jonathan Raphael Vieira da Rosa

Prof. Dr. Lairton Marcelo Comerlatto

FLORIANÓPOLIS, 2015

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos, em primeiro lugar à minha família, em especial aos meus pais, que desde que me entendo por gente acreditam nos meus sonhos, me incentivam, me dão a mão, o braço e o corpo se precisar, além de me amarem e demonstrarem amor incondicional. Sem vocês eu nada seria! Às minhas irmãs, por estarem sempre comigo e me aguentarem há mais de 20 anos, pois sei que não deve ser fácil. E à minha avó, por sempre torcer pela minha felicidade e acreditar que posso chegar a qualquer lugar. Não canso de repetir que tenho a melhor família do mundo.

Agradeço também à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e ao corpo docente, em especial aos da graduação em Relações Internacionais, que contribuíram para a minha formação, tanto acadêmica quanto pessoal. Agradeço, em especial, à Professora Patrícia Arienti, por acompanhar a minha formação e escutar meus dilemas, por mais longos que fossem; por confiar a mim a bolsa em um incrível projeto de extensão -SIEM - e me guiar durante a construção desta monografia. Meu muitíssimo obrigada, Professora.

Agradeço à música e aos grandes amigos que ela me trouxe (Coelho, Henrique, Maria Clara, Sassa e Rhenan); por todas as risadas, viagens, trocas culturais, divisão de quartos, shows, camarins, e que todos os dias me mostram que não é necessário estarmos juntos para nos fazermos presentes. Um agradecimento em especial à Maria Clara e ao Rhenan (MC e DR) por me ajudarem na conclusão deste trabalho, e à Coelho, por ter estado ao meu lado em todos os momentos. "Se eles falam de mim que eu sou diferente, eu falo deles porque são iguais [...] Entre no meu trem, vem pro meu vagão."

Ao curso de Relações Internacionais e à Ação Júnior, por me presentear com grandes amigos, em especial, e em ordem alfabética: à Fernanda Voigt, por me escutar em todos os momentos e se mostrar sempre presente com seu jeito único de ser; à Gabriela Oliveira, por seus longos e interessantes textos sobre a vida e por dividir grandes momentos; ao João Junho, por todas as dúvidas, provas, resumos e momentos divididos; e, por fim, ao Lucas Taglietti e à Thyana Conrad, por todos os momentos divididos, todas as festas, abraços, colos, palavras de conforto, e pela certeza de que posso contar com vocês para tudo. Obrigada por terem sido meu porto.

Agradeço também à oportunidade de ter realizado um intercâmbio acadêmico em Roma (Itália). À "Prossima Fermata", por manter tutti noi insieme. E agradeço,

especialmente, às Coneglianas: Erica do Amaral Matos (como não falar o nome completo?), Luana Lima (Luanalt) e Mariana Bissoni (Mari Biiis), por terem me acolhido tão bem e por terem sido e se tornado parte da minha família. Grazie Mille, ragazze. Amo.

Um agradecimento especial ao Anderson Furlan, por ter se tornado esse irmão/melhor amigo, que me aconselha, acompanha, escuta, cobra, incentiva e está sempre perto, mesmo que em outro continente. Não tenho dúvida que és para sempre.

Por fim, agradeço a Isadora, presente que recebi através da graduação neste último ano, que me incentivou a escrever este trabalho mesmo quando não conseguia mais olhar a tela do computador. Obrigada pela disciplina em estudar. Obrigada por estar presente e se fazer presente mesmo nos menores detalhes. Tanto, tanto, tanto. Obrigada.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso busca analisar o conceito de *soft power* e como ele pode ser empregado através do esporte, mais especificamente do futebol. Essa monografia trata também da história do futebol brasileiro e da importância da Copa do Mundo no Brasil. O principal objetivo é demonstrar como o futebol se tornou uma grande fonte de *soft power* no Brasil e qual o impacto da Copa de 2014 na imagem internacional do país. O futebol brasileiro contribuiu para a formação da identidade do país e também para a economia, principalmente através da exportação dos jogadores, incrementando assim a balança comercial. Na conclusão se reconhece que o *soft power* pode ser exercido para melhorar a imagem de um país, ou não, como aconteceu com o caso da Copa de 2014, mas também que o esporte como instrumento de *soft power* deve ser tratado como fonte primária e não secundária na diplomacia.

Palavras-chave: *Soft power*; esporte; Copa do Mundo; futebol; Brasil.

ABSTRACT

The following thesis analyzes the concept of soft power and how it can be applied when studying sports, more specifically football. To do so, this paper will present the history of Brazilian football and the importance of the 2014 World Cup in Brazil. The main goal is to show how football has become a great source of soft power in Brazil and the impact of the 2014 World Cup in the country's international image. Brazilian football contributed to the formation of the country's identity and also to the economy, mainly through the export of the players, therefore increasing the trade balance. In the conclusion it is recognized that the soft power can be exercised to improve the image of a country, or not, as the case of the 2014 World Cup has showed. It is also acknowledge that sport as a soft power instrument shall be treated as primary and not secondary source in diplomacy.

Key-Words: Soft Power; Sports; World Cup; football; Brazil

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Objetivos da pesquisa	10
1.2	Metodologia.....	11
2	CULTURA E O ESPORTE COMO PROMOTORES DE <i>SOFT POWER</i>	12
2.1	Cultura.....	15
2.2	O poder e o papel do estado	17
2.3	Ferramentas brasileiras de <i>soft power</i>	21
2.4	Esporte como instrumento de <i>soft power</i>	22
3	HISTÓRIA DO FUTEBOL BRASILEIRO E A FORMAÇÃO DE UMA IDENTIDADE NACIONAL	24
3.1	A história do futebol	27
3.2	O futebol brasileiro e a formação de uma identidade nacional	28
3.3	Formação da identidade nacional em torno do futebol: a copa de 1950.....	29
3.4	Comercialização da cultura nacional	33
3.5	Importância da FIFA.....	36
4	A COPA DAS COPAS	39
5	CONCLUSÃO.....	56
6	REFERÊNCIAS	58

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado de um grande interesse pela área esportiva e pelo pouco contato que tive durante a graduação com temas relativos ao esporte/futebol nas Relações Internacionais. O elemento motivador para iniciar a pesquisa foi buscar compreender melhor como o esporte pode, além de influenciar a vida das pessoas, influenciar a imagem do país no cenário internacional.

Para alguns países, o esporte representa, atualmente, um elemento do chamado *soft power*. Jogos esportivos servem além de entretenimento da população, para propagar ideias, definir regimes, organizar resistências e emular conflitos, para reforçar ou até mesmo aumentar a reputação dos países, como o caso da República Popular da China que através das Olimpíadas de Pequim e do uso do seu *soft power* demonstrou determinação e superação de seu povo (AMAZARRAY, 2011).

O Brasil, por exemplo, segundo Nye, possui dois elementos principais de *soft power* no cenário internacional - "a cultura popular do carnaval e do futebol" (NYE, 2012, p. 224). O futebol está presente em todos os países e mobiliza pessoas de diferentes culturas e regiões, seja para praticá-lo ou simplesmente para assisti-lo, contribuindo desta forma para que a FIFA (*Fédération Internationale de Football Association*), entidade máxima do futebol, seja tão expressiva quanto a ONU (Organização das Nações Unidas).

No entanto, nem sempre as iniciativas de projeção do país internacionalmente resultam nos objetivos desejados.

Sendo o Brasil o "país do futebol", o presente trabalho tem como objetivo geral relatar o caso da Copa de 2014 na imagem internacional do Brasil, demonstrando que, nesse caso, mesmo sem intenção, o evento acabou repercutindo internacionalmente de uma maneira que os governantes não desejavam.

1.1 Objetivos da pesquisa

A fim de alcançar o objetivo geral, os objetivos específicos são:

- a) Entender o que significa *soft power*, e quais as ferramentas utilizadas pelo Brasil para exercer tal poder.
- b) Analisar a história do futebol brasileiro a fim de entender como se formou a identidade nacional e a exportação da cultura brasileira através dos jogadores de futebol.

c) Discorrer a relação dos Jogos Olímpicos com a Copa do Mundo e a importância da FIFA.

1.2 Metodologia

A presente pesquisa procura, através de eventos históricos e esportivos que recentemente ocorreram (principalmente Copa das Confederações e Copa do Mundo de 2014), mostrar como o futebol acabou se tornando um catalisador e também ferramenta de resolução de conflitos dentro das Relações Internacionais, e como pode impactar a agenda política e a população, movimentando diversos setores e influenciando também na balança comercial .

O objetivo deste trabalho é mostrar como o esporte influencia as Relações Internacionais em diferente períodos históricos, vinculando o futebol à esses eventos. A temática esportiva ainda não possui variados estudos e bibliografias ligadas às Relações Internacionais, desta maneira como fonte de pesquisa, o trabalho buscará analisar artigos, livros, revistas, blogs, vídeos e notícias, sempre pautado em grandes obras acerca do tema, como: *Esporte, Poder e Relações Internacionais (2011)*, *Nações e Nacionalismo (1991)*, *Foreign Policy (1990)*, entre outros estudos disponibilizados.

2 CULTURA E O ESPORTE COMO PROMOTORES DE *SOFT POWER*

O presente capítulo visa discorrer sobre o conceito de *soft power*, a diferença entre *soft* e *hard power*, e de que maneira e como um país pode exercer *soft power* e ser beneficiado ou não pelo uso de sua cultura. Será brevemente tratado quais ferramentas o Brasil se utiliza para reforçar sua imagem internacional como *nation-branding* e como o esporte foi sendo tratado como instrumento de *soft power* contribuindo para o diálogo entre as nações. O capítulo será pautado no autor Joseph Nye, que desenvolveu o conceito de *soft power*, em 2004, em seu livro “*Soft Power: The Means to Success in World Politics*”¹. A partir da obra escrita por Nye, o *soft power* passou a participar de discursos políticos e a cultura e mídia dos países vistas como fontes influentes de *soft power*.

A palavra poder, originada do latim *possum*, tem como significado “ser capaz de” e pode ser aplicada em diversas áreas e contextos. Nas Relações Internacionais, o conceito mais aceito é de que poder é a habilidade de afetar o outro e o seu comportamento, para obter resultados desejados, e há três meios básicos para exercer poder sobre os demais: indução, coação e cooptação (NYE, 2004). O autor divide o poder em *hard power* e *soft power*, o primeiro sendo o poder de coagir e induzir, e o segundo, a capacidade de cooptar (NYE, 2004). Enquanto o *hard power* utiliza a força bruta, tendo como instrumento principal a aplicação da força militar e da pressão econômica - normalmente associados com o comportamento de comando-, o *soft power* utiliza mais a persuasão do que a força, incluindo valores ideológicos, atração cultural, lideranças baseadas no compromisso - e não somente na imposição -, com a intenção de alterar o comportamento. *Hard* e *soft power* trabalham com a habilidade de afetar o comportamento dos países a fim de obter ganhos próprios e satisfazer suas finalidades.

Soft power, segundo Nye, é conseguir que os outros queiram os resultados que você deseja, e por isso devem ser cooptados e não coagidos. *Soft power* tem a habilidade de moldar as preferências, no entanto, Nye (2004) ressalta que *soft power* não é somente influenciar - visto que influência pode ser realizada através de *hard power* - e nem persuadir, mesmo que

¹ Poder brando: Os meios para ter sucesso na política mundial (tradução livre)

esses sejam aspectos importantes dele, mas é também atrair, e a atração leva muitas vezes à aprovação (2004, p. 6). Segundo o autor:

Se eu sou persuadido a seguir os seus objetivos sem qualquer ameaça ou troca acontecendo - em resumo, se meu comportamento é determinado por uma atração observável, porém intangível - o *soft power* está agindo. *Soft power* usa um tipo diferente de moeda (nem força, nem dinheiro) para engendrar cooperação: uma atração a valores em comum e à justiça e dever de contribuir para alcançar esses valores (NYE, 2004, p. 7).²

A diferença entre os tipos de poderes (*hard e soft power*) é a variedade de maneiras possíveis que o país tem de obter os resultados desejáveis. O país pode ordenar, ameaçar, forçar, induzir o outro a fazer o que ele quiser através do poder econômico, e restringir o que o outro país tem acesso (*hard power*), ao mesmo tempo em que pode recorrer para o sentimento de atração, cooperação, e valores em comum compartilhados (*soft power*) (NYE, 2004), como pode ser percebido no quadro de classificação de *hard e soft power*.

Quadro 1 - Classificação de *Hard e Soft Power*

Tipos de poder	Comportamento	Fontes	Exemplos
<i>Soft</i>	Atrair e Cooptar	Qualidades inerentes Comunicação	Carisma Persuasão, exemplo
<i>Hard</i>	Ameaçar e induzir	Ameaças, intimidações, pagamentos e recompensas	Contratar, demitir, rebaixar promover, compensar

(Fonte: Nye, Jr. Joseph S. (2004, p. 8). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: PublicAffairs)

Conforme Nye (2004, p. 7), “*soft power* é poder atrativo”. Em termos de recursos, recursos de *soft power* são ativos que produzem atração, sendo que a atração nem sempre determina as preferências dos demais, mas esta diferença entre a potência medida como recursos e poder, julgados como os resultados de comportamento, não é exclusivo do *soft power* (NYE, 2004). Adam Smith observou que as pessoas são conduzidas por uma mão invisível quando fazem decisões num mercado aberto, e Joseph Ney que nossas decisões são muitas vezes moldadas pelo *soft power* - uma atração intangível que nos convence a adotar

² If I am persuaded to go along with purposes without any explicit threat or exchange taking place - in short, if my behavior is determined by an observable but intangible attraction- soft power is at work. Soft power uses a different type of currency (not force, not money) to engender cooperation - an attraction to share values and the justness and duty of contributing to the achievement of those values.

medidas que até então não eram questionadas, sem recebermos qualquer tipo de ameaça perceptível ou troca acontecendo. A capacidade de estabelecer decisões tende a ser associada com ativos e atrações intangíveis, sendo os principais: valores políticos e instituições (externos e internos), política externa (quando há autoridade moral e reconhecimento legítimo) e a cultura (usada como poder de atração) (NYE, 2004). Para muitos países, o uso do *soft power* se torna cada vez mais importante em relação ao *hard power*. No entanto, como ressalta Nye: “[...] Ninguém gosta de se sentir manipulado, mesmo que minimamente” (NYE, 2004, p. 11).

2.1 Cultura

As ideias compõem um elemento cultural de poder, o comportamento através de crenças já consolidadas e atuantes, além de opiniões e preferências motivam e influenciam a ação dos indivíduos. Além disso, as ideias têm o poder de influenciar comportamentos e políticas (GALDIOLI, 2008). De acordo com Galdioli (2008), o poder gerado pela cultura foi um dos grandes fatores que caracterizaram o controle que os impérios³ detinham, exercendo através do poder cultural atração sobre as diversas etnias dentro de seus territórios. De acordo com a autora, cultura é um importante elemento de poder, um dos componentes centrais de qualquer teoria das relações internacionais, que consiste na superação de barreiras e compreensão mútua, além de contribuir para a cooperação e construção de um cenário internacional mais orientado para a manutenção da paz e com menos desconfiança.

A potência vai muito além do militar, do jurídico, do executivo e da administração. Pelas hierarquias complicadas, que se recortam e que fazem com que o poder supremo se espalhe e se dilua em uma infinidade de subpoderes, o econômico, a cultura e os valores participam muito para a vontade que têm muitos homens de dominar os outros. (JEAN-BAPTISTE DUROSELLE, 1992).

Amazarray (2011) aponta que a cultura de uma nação é a fonte mais efetiva de *soft power* quando seus valores são abrangentes, de maneira que possuem maior capacidade de atrair outras culturas. No entanto, o autor adverte que se a cultura do outro país for muito rígida com valores específicos, é improvável que o *soft power* consiga adentrar, exemplo que podemos observar nas culturas politicamente fechadas do leste asiático e islâmicas. Outro exemplo explicitado pelo autor é a relação com a própria cultura brasileira, o Carnaval: nos países em que a cultura religiosa é fortemente rígida e as mulheres não devem mostrar seu corpo, a festividade brasileira não exerce atração alguma, pelo contrário, é considerada ultrajante e ofensiva. Nye (2004) aponta para a diferença entre produtos culturais e o poder de atração em si, ressaltando que podem ou não se converterem em *soft power*, mas tudo depende do contexto, por exemplo: bombas (no *hard power*) não são boas fontes de poder quando o país não tem condições de usá-las. Tudo depende do contexto, e para que produtos culturais sejam usados como *soft power*, é necessário que traduzam valores universais e que sejam compartilhados pela comunidade internacional.

³ A autora cita como exemplos a Roma Antiga e o império britânico do século XIX, que destacaram-se como centros capazes de exercer influência no cenário internacional, influenciando o mundo não somente através da força militar, mas também da influência cultural.

A influência cultural não é somente difundida via comércio de bens, é também transmitida através de cultura clássica (literatura, arte, música, cinema, artistas, atrações, teatro etc), intercâmbios culturais (realizados em sua maioria com a finalidade de estudo), ensino de língua como veículo de valores, apoio a projetos de cooperação técnica e intelectual, assim como transmitida por indivíduos famosos e por empresas multinacionais - ressaltando nesses dois últimos pontos que o governo não controla sozinho a difusão cultural (AMAZARRAY, 2011). Segundo Nye (2004), os Estados Unidos da América (EUA) é o país que mais exerce *soft power* no mundo. Um ex-ministro das Relações Exteriores da França observou que os americanos são poderosos, pois “inspiram sonhos e desejos” graças ao domínio global exercido através do cinema e da televisão - com alcance mundial e disseminação cultural do estilo de vida americano -, é despertada a vontade de conhecer o país e adquirir algo de sua cultura (seja o estilo de vida, produtos, consumo de mídias ou até mesmo falar a língua inglesa americana), e um grande número de estudantes viaja ao país para concluir seus estudos, sendo influenciados por pensamentos americanos e também disseminando aprendizado e experiência (grandes líderes mundiais passaram por universidades americanas) (NYE, 2004).

Nye (2004) destaca que nem sempre o *soft power* desses grupos pode ser algo positivo ao país, pois há a possibilidade de que, mesmo sem a intenção, se faça o contrário do que se é desejado, agindo assim, contra o *soft power* nacional. O caso da Copa do Mundo no Brasil, que foi alvo de inúmeras críticas pela mídia internacional⁴, colocando em prova a responsabilidade e confiabilidade do Brasil em sediar grandes eventos e prover segurança tanto aos seus cidadãos quanto aos turistas que viriam ao país assistir os jogos, exemplificam que o poder do Brasil em influenciar através do esporte pôde, sem intenção, prejudicar a imagem do país.

⁴ Diversos jornais e canais televisivos internacionais apontaram o Brasil como não pronto para receber a Copa do Mundo de 2014, por ser um país de alto índice de corrupção e criminalidade, além de contar com saúde e educação precárias. As manifestações ocorridas na metade de 2013, incrementadas com a indignação da população com os altos gastos que a Copa do Mundo estava gerando, a mídia internacional voltou a atenção para o Brasil e notícias que se esperavam ser positivas sobre o maior evento mundial, acabaram reforçando uma imagem negativa do país perante a comunidade internacional.

2.2 O poder e o papel do estado

Um governo pode melhorar ou prejudicar sua imagem através do *soft power* nacional. Se o país se comporta internacionalmente diferente do que prega internamente, tanto em questões de valores políticos quanto em medidas concretas, diminui seu poder de *soft power*, pois passa a imagem de não cumprir com o prometido, diminuindo sua credibilidade perante a população. O país deve assumir sua posição e manter a política proposta nas três esferas distintas: a interna, a bilateral e a multilateral (AMAZARRY, 2011). “Um país pode conseguir mais *soft power* ao fazer regras, instituições internacionais e ao definir agendas multilaterais que pareçam legítimas aos olhos dos outros” (NYE, 1990, p. 168; 2004, p.10 *apud* AMAZARRY, 2011, p. 18). Os atores internacionais (Estados, Organizações Internacionais ou grande corporações multinacionais) são propagadores de poder e estabelecem precedentes como modelos a seguir, quanto maior a atuação, mais os outros ambicionarão o mesmo que ele (AMAZARRY, 2011). Em outras palavras, o país forma sentimentos ligados à atratividade cultural, práticas de políticas internas e externas, e ideias, conquistando credibilidade no cenário internacional - se visto como legítimas aos olhos dos demais governantes- aumentando sua legitimidade perante a comunidade, e adquirindo maior influência em *soft power*.

Carr (1939 *apud* NYE 2004, p. 8) descreveu o poder internacional em três categorias: militar, econômica e poder sobre opinião. De acordo com Carr, aqueles que negam a importância do *soft power* são como as pessoas que não entendem o poder da sedução.⁵ O estadista sênior John McCloy, em reunião com o presidente John F. Kennedy, disse não acreditar em opinião mundial, pois poder é a única coisa importante (*hard power*)⁶. Nye (2004, p. 26) cita Osama Bin Laden: “quando as pessoas vêem um cavalo forte e um cavalo fraco, por natureza, eles vão gostar do cavalo forte.”⁷ Para o autor, as pessoas são propensas a serem solidárias com o “mais forte”, podendo ser atraídas por poder militar ou econômico. Carr (*apud* MELISSEN, 2005, p. 2 *apud* AMAZARRAY 2011, p. 19) apontou que “poder sobre a opinião não é menos essencial para propósitos políticos do que o poder econômico e

⁵ Carr, writing in 1939, described international power in three categories: military, economic, and power over opinion. Those who deny the importance of soft power are like people how do not understand the power of seduction.

⁶ “World opinion? I don’t believe in world opinion. The only thing that matters is power.”

⁷ “When people see a strong horse and a weak horse, by nature, they will like the strong horse”.

militar, e sempre esteve associado a eles.” *Soft power* não depende de *hard power*, ele não pertence ao governo da maneira que o *hard power* pertence, mas *hard power* também é gerador de *soft power*. “Todos os poderes dependem do contexto, mas *soft power* depende mais que *hard power* da existência de intérpretes e receptores” (NYE, 2004, p. 16).

Quadro 2 - Os três tipos de poder

	Comportamentos	Moeda Principal	Políticas Governamentais
Poder Militar	Coerção Dissuasão Proteção	Ameaças Força	Diplomacia coerciva Guerra Alianças
Poder Econômico	Persuasão Coerção	Pagamentos Sanções	Ajuda Suborno Sanções
<i>Soft Power</i>	Atração Configuração da Agenda	Valores Cultura Políticas Instituições	Diplomacia Pública Diplomacia multilateral e bilateral.

(Fonte: Nye, Jr. Joseph S. (2004, p. 31). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: PublicAffairs)

O *soft power* normalmente encontra-se disseminado de forma ampla por toda população do país, não sendo perceptível em apenas um ponto, como é possível observar no quadro com a descrição do comportamento dos poderes, em que através de valores, cultura, políticas e instituições, todos os indivíduos podem participar do processo de *soft power*, diferente do poder militar e econômico, em que o Estado é o maior detentor do poder e de exercer esse poder através de ameaças e força. De acordo com Amazarray (2011), o povo tendo voz política e os governos dando atenção à população, o *soft power* surte mais efeito e as democracias são mais receptivas à este tipo de poder. Quando a sociedade é fechada, como no caso citado de países islâmicos ou, como observado pelo autor, o regime da Coreia do Norte, onde a mídia molda a população através de seus programas de televisão⁸, a penetração da cultura externa é menor, se não, irrelevante. Segundo Amazarray (2011, p. 20):

⁸ “*Let’s Trim our hair Accordance with the Socialist Lifestyle*” (título em inglês), programa televisivo da República Popular Democrática da Coreia, que ilustra como a cultura propõe incorporar-se ao cotidiano da população coreana. Neste caso, influenciando nos valores estéticos (AMAZARRY, 2011).

Por causa dos efeitos difusos da atração gerada pela cultura e por políticas governamentais, é raro observar uma ação específica que tenha ocorrido por causa do *soft power*; com ele cria-se justamente uma influência geral e não um comando de ações determinadas - ele não gera obrigações tangíveis. Tendo isso em mente, nota-se que o *soft power* produz, mais frequentemente, efeitos de longo prazo⁹, e, justamente por causa disso, ele é mais efetivo em objetivos distantes no tempo e não muito específicos, tais como a defesa da democracia e dos direitos humanos, com a ressalva de que a efetividade em objetivos imediatos depende muito do contexto em que se encontra (NYE, 2004, p. 16-17). Ao buscar a conceituação de ocorrências específicas na história, é possível adaptar o concerto de James Brown no dia 5 de abril de 1968 como um evento cultural que mudou os rumos da História em Boston¹⁰, assim como pode-se dizer que o tricampeonato mundial em 1970 serviu para que a ditadura no Brasil pudesse mascarar seus atos de tortura e opressão popular (KAPUSCINSKI, 1992, p. 159).

Os países se esforçam cada vez mais para demonstrar qualidades imateriais, além das capacidades já mensuráveis, como poder bélico e econômico. Quanto mais atraente, mais visibilidade o país terá e mais poder exercerá. Podemos citar o caso de *Hollywood* para os EUA, influenciando e propagando o “*american way of life*”¹¹ para o mundo, a moda e gastronomia na França, os monumentos históricos e a arte na Itália e na Grécia... (SUPLICY, 2013)¹². No entanto, todos estes fatores históricos e que vem sendo produzidos ao longo dos anos, não são somente ligados à economia que produzirão, aos turistas que visitarão o país e todo o fluxo que é movimentado com essas atrações. Segundo Suplicy (2013), são valores, posições históricas, políticas externas e autoridade moral que, no conjunto, geram admirações e sonhos.

Melissen (2005, p. 19) em seu livro intitulado “*Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy*”, discorre sobre três métodos que os países devem observar para manter ou produzir *soft power* ao promover uma boa imagem do país, e ser mais atrativo em aspectos culturais, sociais e políticos: propaganda, *nation-branding*¹³ e relações culturais. De acordo com Amazarry (2011), no momento em que um país percebe que sua cultura gera influência internacional, ele passa a explorá-la como uma ferramenta de penetração e auxílio nas suas relações exteriores, e além de políticas específicas para cada situação, o país pode utilizar de outros meios para se tornar estimado, no caso do Brasil, o carnaval e futebol podem ser considerados ferramentas culturais de *soft power* - são usados em feiras e eventos internacionais para aumentar o sentimento pró-Brasil ou para aproximar parceiros políticos e

⁹ Efeitos mais diretos ocorrem mais esporadicamente, normalmente envolvendo a perda de *soft power* (AMAZARRY, 2011, p. 20)

¹⁰ “The Night James Brown Saved Boston” (AMAZARRY, 2011, p. 20)

¹¹ Estilo de vida americano (tradução livre)

¹² Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaio/95343-o-quotsoft-powerquot-brasileiro.shtml>>

Acesso em: 10 ago. 2015

¹³ Entendido o país como marca.

comerciais. O carnaval e futebol não nasceram com a intenção de aproximação entre países, tampouco foram inventados pelos brasileiros, mas são uma parte da cultura que faz com que o Brasil seja reconhecido internacionalmente.

Assim como a diplomacia pública, relacionada à promoção da imagem de um país no exterior, a propaganda e o *nation-branding* estão relacionados a comunicação de informações e ideias, a fim de alterar as atitudes do país de origem ou reforçar crenças existentes (MELISSEN, 2005). Para o autor, os estudantes de propaganda enxergam a diplomacia pública como consequência da propaganda; possuem raízes históricas comuns e características consideradas semelhantes. O primeiro método, a propaganda, é conhecida pelo público geral como a forma de informar um determinado produto, ideia ou algo que seja de interesse de alguém, fazendo com que chame a atenção, aumentando a possibilidade de escolha conforme a vontade de quem propagou (MELISSEN, 2005). Segundo Amazarry (2011), a propaganda foi amplamente utilizada em outros tempos; atualmente, no entanto, um governo deve usá-la com cuidado, pois “informação que pareça propaganda pode não ser apenas desdenhada, mas também pode se tornar contraprodutiva, se minar a reputação de um país.” (NYE, 2004, P. 107 *apud* AMAZARRY, 2011, P. 22), a exemplo:

A informação que o governo norte-americano divulgou sobre o Iraque de Saddam Hussein estar desenvolvendo armas de destruição em massa, que serviram de justificativa para a guerra de 2003 e que acabaram minando muito a credibilidade dos EUA ao se mostrarem infundadas, assim como as campanhas propagandísticas durante a Primeira Guerra Mundial, que estabeleceram a figura dos alemães como hunos que cometiam atrocidades como crucificações e os aliados, do lado alemão, como cruéis captores que cegavam prisioneiros alemães (AMAZARRY, 2011, p. 22).

Já o *nation-branding* é a imagem do país construída de forma que traga desenvolvimento, investimento, aumento do turismo, comércio e valorização da cultura. De acordo com Moilanen (2009), “*Brand* é uma impressão deixada na mente do consumidor de um produto ou serviço. É a soma de todos os elementos tangíveis e intangíveis, que faz daquele produto único.” A identidade, imagem e comunicação são os três pilares do *nation-branding*: como o país realmente é; como é percebido pelos outros; e como o meio pelo qual a identidade é transformada em imagem. As ações de *nation-branding* são: estabilidade monetária; credibilidade internacional e confiança dos investidores; reversão dos baixos níveis internacionais de investimento; aumento da influência na política internacional; e estímulo de uma forte parceria internacional (DINNE, 2008).

2.3 Ferramentas brasileiras de *soft power*

No Brasil, quem cuida da divulgação/propaganda internacional do país como marca (*nation-branding*) é a APEX - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento. A APEX tem como missão desenvolver a competitividade das empresas brasileiras, não apenas expondo a imagem econômica, a agência possui como visão passar a imagem de um Brasil inovador, competitivo e sustentável¹⁴. A imagem positiva que o Brasil buscar passar por intermédio da APEX e das empresas envolvidas, procura aumentar seu poder de *soft power*. A Agência tem projetos como o *Brazilian Footwear*, que tem como mercado alvo EUA, Chile, Colômbia e México, e o *Latitude - Plataforma for Brazilian Art Galleries Abroad*, focado nos EUA, Colômbia, Hong Kong, Alemanha, Bélgica, França, Reino Unido e Suíça. Estes projetos são denominados Projetos Setoriais Integrados e visam a promoção da indústria brasileira no mercado internacional, atuando em todos os setores da economia brasileira, desta forma, o país é representado por diversas empresas, em diferentes eventos e situações, associando o *nation-branding* “Brasil” com inovação, tecnologia, design e qualidade. Segundo Melissen (2005, p. 22); A divulgação de um país como marca é a venda da imagem do país no exterior, uma tentativa de mudar o olhar da opinião pública internacional ao projetar uma identidade que se destaque dos outros países.

Enquanto a propaganda e o *nation-branding* podem ser produzidos com finalidades objetivas, através de agências, discursos, influência comercial, midiática etc, o terceiro método de Melissen (2005), as relações culturais, mantêm ou produzem *soft power* através de meios não-governamentais, propagando ideias, incentivando comportamentos, e trazendo debates sem estarem necessariamente ligadas a políticas externas. As relações culturais, por vezes, são tratadas como complementos simples e desvalorizados às relações interestaduais. Entretanto, tanto nas relações culturais quanto na diplomacia pública, a intenção é de se envolver com o público cada vez mais, e não ficar vendendo mensagens ou apostando em campanhas políticas orientadas, mas sim no relacionamento de reciprocidade, criação de laços e de confiança, sendo possível, desta maneira, o país ganhar “corações e mentes” a curto prazo (MELISSEN, 2005, p. 25-26). Com a criação, em 2008, da Coordenadoria-Geral de Intercâmbio e Cooperação Esportiva (CGCE), no Ministério de Relações Exteriores, o esporte passou a ser um dos eixos de *soft power* na política externa brasileira, projetando o país através da promoção da cultura esportiva, a qual está claramente identificada como a

¹⁴ Informações extraídas do portal da APEX, link: <http://www.apexbrasil.com.br/quem-somos>

“diplomacia da bola” desde que o embaixador Roberto Jaguaribe usou a expressão “o melhor embaixador do Brasil é o futebol” (RESENDE, 2010).

Alguns analistas confundem os recursos culturais com o comportamento de atração (NYE, 2004). “O *co-optive power* é a capacidade de um país desenvolver preferências ou definir os seus interesses de forma consistente com a sua própria, e tende a surgir de tais recursos como a atração cultural e ideológica, bem como regras e instituições de regimes internacionais” (NYE, 1990, p. 168). Os recursos chaves de *soft power* são as qualidades inerentes e comunicações consistentes, principalmente de atrações carismáticas, inspiração emocional, persuasão e comunicação não-verbal (NYE, 2006, p. 8). “Como Harry Truman observou, ‘Eu sento todos os dias tentando persuadir as pessoas a fazerem as coisas que elas deveriam ter o bom senso de fazerem sem eu persuadi-las... É isso que um presidente tem poder pra fazer’¹⁵ (NYE, 2008, p. 65).

2.4 Esporte como instrumento de *soft power*

O termo *soft power*, surgido na década de 1990 através do cientista político Joseph Nye, envolve, como descrito anteriormente, o poder de atrair e cooptar um país, a fim de garantir o resultado desejado. Voltando no tempo, podemos perceber através da história, que o *soft power* pode ser alcançado através da cultura, arte, atos de caridade (ajudas humanitárias), e sobretudo através do esporte. O esporte pode ser considerado uma prática tanto inclusiva quanto competitiva e pode facilitar o diálogo e a compreensão entre as nações, influenciando e promovendo relações diplomáticas (ARMSTRONG; ROSBROOK-THOMPSON, 2015).¹⁶

O Jogo da Paz¹⁷, em 2004, representou a maior abertura diplomática brasileira no Haiti, foi uma conquista através da persuasão que possibilitou que os haitianos se sentissem mais confortáveis com a ocupação das tropas brasileiras e esperançosos que aquela missão faria diferença (SILVA, 2011). Silva (2011) ressalta que os brasileiros são vistos como bem intencionados, e capazes de ajudar na reconstrução do país através de ações sociais, culturais,

¹⁵ As Harry Truman observed, “I sit here all day trying to persuade people to do the things they ought to have sense enough to do without my persuading them... That’s all the powers of the President amount to

¹⁶ Disponível em: <<http://icss-journal.newsdeskmedia.com/the-role-of-sport-in-soft-power-projection>> Acesso em: 08 ago. 2015

¹⁷ Partida amistosa de futebol entre a Seleção Brasileira de Futebol e a Seleção Haitiana, realizada em 18/08/2004, recebeu o nome “Jogo da Paz”, pois tinha como principal objetivo incentivar o desarmamento no Haiti, país que vivia uma guerra civil desde de junho de 2004.

educacionais e de saúde. “Talvez os brasileiros inconscientemente ou mesmo conscientemente tenham baseado as suas funções na proposta de um novo paradigma que conquista primeiro corações e depois de mentes” (SILVA, 2011).¹⁸

O esporte é conhecido por sua capacidade de transcender barreiras culturais, geográficas e étnicas, e o futebol, desde 1990, desempenha um papel cada vez mais importante na diplomacia internacional (ARMSTRONG; ROSBROOK-THOMPSON, 2015).

[...] A visita do presidente da França, Jacques Chirac, à América do Sul em 1997, na companhia de Michel Platini e o pleito interposto pelo presidente perante a FIFA¹⁹ para que a Bolívia não perdesse o mando dos jogos devido à altitude dos jogos eliminatórios para a Copa de 1998, fazendo com que a delegação francesa fosse recebida com festa no país andino (BONIFACE, 2002). Um ‘gol de placa’ diplomático, com a assistência da presença do maior craque do futebol até aquele momento [...] (AMAZARRY, 2011, P. 24-25).

Assim como *Hollywood*, nos EUA, influencia o mundo através de suas produções, a Itália e a França ditam costumes de moda e gastronomia, os monumentos históricos e a arte na Grécia atraem turistas de todos os lugares do globo, o Brasil influencia e exerce *soft power* além de sua particular cultura festiva e diversificada, através do esporte, sendo o futebol e a Seleção Brasileira²⁰ um dos maiores símbolos do país. No próximo capítulo observaremos como o esporte, enfatizando o futebol, viabiliza e auxilia os países em resolução de conflitos, criação e consolidação de identidades, e como ao longo da História vem contribuindo para a cooperação e estreitamento de laços entre as nações, além de ter se tornado mercadoria de troca que passou a figurar na balança comercial dos países.

¹⁸ Em: <http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC0000000122011000100060&script=sci_arttext<
Acesso em: 8 ago. 2015

¹⁹ *Fédération Internationale de Football Association*: instituição internacional que dirige as associações de futsal, futebol de areia/praias e o futebol, o esporte coletivo mais popular do mundo.

²⁰ recordista em conquistas de Copa do Mundo.

3 HISTÓRIA DO FUTEBOL BRASILEIRO E A FORMAÇÃO DE UMA IDENTIDADE NACIONAL

O esporte proporciona um bem incalculável à sociedade, é um agente de transformação, cumpre um importante papel na inclusão social e é usado para melhorar a convivência na sociedade e na promoção da paz, sendo no Brasil, o direito ao esporte assegurado por lei²¹. O papel do esporte na comunidade internacional contribui para o entendimento de como a cultura dos países se beneficiam do esporte para se projetarem internacionalmente, e também divulgam a imagem de nação que desejam, uma vez que o intercâmbio cultural esportivo é realizado em larga escala e alcança até os mais distantes pontos do globo, sendo possível através de suas seleções e esportistas divulgar o país. Neste capítulo vamos acompanhar a história do futebol e a relação com os Jogos Olímpicos, a importância da FIFA, como o futebol no Brasil contribuiu para a formação de uma identidade nacional, e a cultura brasileira sendo comercializada através dos jogadores.

Estando o futebol cada vez mais importante na diplomacia internacional, como observado no capítulo anterior, de acordo com Schutte (2011) “neste aspecto, ressaltamos cinco pontos que nos parecem relevantes para a projeção de cenários de continuidade da discutida nova inserção do Brasil: o seu peso econômico crescente, o pré-sal, a questão ambiental, a questão da alimentação e exposição única do país diante da opinião pública mundial com a realização, em um curtíssimo espaço de tempo, dos dois maiores eventos televisionados do mundo”, a Copa do Mundo em 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016.

Desde a Grécia Antiga com os Jogos Olímpicos, o esporte reúne milhares de pessoas de todas as classes sociais, podendo ser tanto inclusivo como competitivo, ajudando a estabelecer o diálogo e a compreensão mútua, além de ter potencial para influenciar e promover relações diplomáticas. O futebol, em particular, assim como os Jogos Olímpicos, conecta os povos através de uma mesma linguagem, e por diversas vezes as interações dentro de um estádio acabam se tornando movimentos políticos e sociais em que os torcedores buscam o mesmo resultado e se unem para apoiar seus times, jogadores e seleções.

A participação dos países em Jogos Olímpicos, Copas do Mundo e demais jogos organizados entre as Nações, se tornou um meio utilizado com a finalidade de afetar os outros

²¹ (Lei 11.438/06, regulamentada pelo Decreto 6.180/07)

e a conseguir resultados desejados. De acordo com Nye (2009 *apud* PORTELA 2011), as fontes de poder estão em constante mudança, sejam elas bélicas ou provedoras de *soft power*. Os grandes eventos esportivos, durante o século XX, tem se tornado uma dessas fontes de poder, tendo em vista as disputas políticas que os Jogos trazem desde a sua criação, por exemplo as Olimpíadas que serviam de palco para disputas políticas e também para buscar harmonia entre as cidades-estados gregas, e com a Nova Ordem Mundial pós Guerra Fria, houve maior interesse por parte dos Estados em sediarem tamanho evento esportivo (PORTELA, 2014).

Os Jogos Olímpicos surgiram na Grécia Antiga, aproximadamente em 776 a.C segundo historiadores, e possuíam grande importância para os gregos, pois além de caráter religioso e esportivo, também era um evento político. Os Jogos eram disputados de quatro em quatro anos, e na época da realização do evento ocorria a chamada Paz Olímpica²². Os Jogos Olímpicos assim como grandes eventos esportivos, no mundo atual, podem significar tanto a superação de limites técnicos e atléticos, recordes esportivos e a comunhão da humanidade, como representar afirmação do poder do Estado, a competição entre nações, raças e ideologias (VASCONCELLOS, 2001). “A confluência e o conflito de interesses no terreno dos jogos incluem também a mercantilização do esporte, seu aspecto condicionante mais recente e, talvez, mais intrusivo” (VASCONCELLOS, 2001, pg 8).

Os Jogos Olímpicos na época em que o mundo era dividido em dois, eram tratados como uma arma de guerra ideológica, assim como as medalhas e feitos olímpicos eram consideradas moedas no mercado ideológico. As Olimpíadas modernas, durante um século, foram capazes de proporcionar momentos de autêntica harmonia entre os povos e, de quatro em quatro anos, atenuar divergências raciais, políticas e ideológicas enquanto os países são convocados para competir e celebrar a (esperança da) paz. Infelizmente os esportes não puderam prevenir ou “amenizar” todas as guerras como acontecia nas Olimpíadas da Antiguidade, em 1916 não houve Olimpíada em razão da Primeira Guerra Mundial e em 1940 e 1944, em razão da Segunda Guerra, no entanto, três meses após o término da Segunda Guerra, o Comitê Olímpico Internacional (COI) já providenciava preparativos para a próxima edição dos Jogos. Desde então, os Jogos Olímpicos passaram por uma Guerra Fria e fixaram-se na agenda internacional dos países, ocorrendo há mais de uma década sem interrupções (VASCONCELLOS, 2011). Hobsbawn (1980) também ilustra que o espaço entre as esferas

²²Trégua entre guerras e conflitos. Tinha por finalidade garantir a segurança dos atletas de suas cidades-estados à cidade de Olímpia.

pública e privada foi preenchido pelos esporte, e que entre as duas guerras, o esporte, sendo um espetáculo de massa, foi transformado numa sucessão de encontros, nos quais quem estava competindo simbolizava seu Estado-Nação.

“[Os Jogos] Resistiram aos boicotes sucessivos e retaliatórios capitaneados pelas duas maiores potências políticas, econômicas e esportivas da época – os Estados Unidos, em 1980, e a União Soviética, em 1984. Transformaram-se em tribunas de muitas causas e de muitos pleitos. Delas vocalizaram os negros da América e da África em luta contra o racismo e o segregacionismo, os chineses da ilha e do continente na disputa pelo título de verdadeiros chineses, as mulheres a caminho da igualdade também no esporte e novas nações na trilha do reconhecimento (VASCONCELLOS, 2011, pg 17).”

Pela primeira vez em 40 anos de jogos, as Olimpíadas realizadas em 1992 na cidade de Barcelona, ocorreram sem problemas políticos²³, embora o país-sede estivesse dividido entre espanhóis e catalães, fato que exigiu o hasteamento de duas bandeiras, e a execução dos dois hinos diferentes na cerimônia de abertura. Vasconcellos (2011) ressaltou que as Olimpíadas de 1992 além de receberem aproximadamente dez mil atletas, representando 170 países competindo em trinta modalidades, a quantia investida nas instalações e infraestrutura (cerca de US\$ 10 bilhões) “aquilatava a magnitude dos Jogos Olímpicos de Barcelona e sua importância para o poder público espanhol” (VASCONCELLOS, 2011, p. 8). Em Atenas-2004, a participação da Delegação do Timor Leste significava o lançamento do país no cenário internacional, sendo considerado como um novo ator que praticava a paz e a reconciliação. Já nas Olimpíadas de Inverno de Salt Lake City-2002, as provas médicas e os julgamentos técnicos considerados prejudiciais e parciais a atletas russos motivaram o ressurgimento de Guerra Fria político-esportiva, levando o Presidente Vladimir Putin a se pronunciar quanto à possibilidade de boicote da Delegação russa ao desfile de encerramento dos Jogos (VASCONCELLOS, 2011).

“As razões que fizeram do esporte um meio único, em eficácia, para inculcar sentimentos nacionalistas teriam sido a faculdade e a facilidade de provocar, mesmo nos menores atores políticos individuais ou públicos, a identificação com a nação. A imaginária comunidade de milhões de concidadãos parece mais real, mais protagonista, na forma de um time de jogadores nomeados. O indivíduo, mesmo o simples torcedor, torna-se o próprio símbolo de sua nação. (VASCONCELLOS, 2011, pg 11)

²³ De Seul à Barcelona e nos anos que se seguiram, o mundo mudou muito. A União soviética deixou de existir, as Alemanhas reunificaram-se com a queda do muro de Berlim, Cuba e Coreia do Norte voltaram à competição juntamente com a África do Sul - que retornou após o fim do regime do apartheid-, e pela primeira vez não houve boicote, bem como a proibição de esportistas profissionais foi abolida (COLLI, 2004). Até o final da Guerra Fria ocorreram inúmeros boicotes às Olimpíadas por motivos políticos, como por exemplo os EUA que não participaram dos jogos de Moscou, em 1980, em protesto contra a invasão do Afeganistão, e também os soviéticos que não disputaram as Olimpíadas em Los Angeles, 1984, alegando problemas de segurança (LIRA, 2015).

3.1 A história do futebol

Os Jogos Olímpicos são atualmente compostos por 42 esportes, incluindo dois novos, golfe e *rugby*, e embora na primeira metade do século XX fosse o evento esportivo mais popular do mundo, os Jogos não são compostos por esportes acessíveis de serem praticados, tampouco fazem parte da cultura da massa. É mais fácil que uma criança faça uma bola de meia e jogue com os amigos, do que tenha um cavalo para praticar hipismo ou uma canoa para praticar canoagem, contribuindo para que os esportes de mais fácil acesso sejam os mais influenciáveis e praticáveis. Desde a primeira transmissão de uma Copa do Mundo em 1954, o futebol se tornou o esporte mais assistido e praticado no mundo, a pessoa mais rica e a pessoa mais pobre tem praticamente a mesma acessibilidade ao esporte, diferente de outras modalidades dispendiosas. O futebol ultrapassou os Jogos Olímpicos em espectadores, é um esporte que recebe bilhões de investimentos, atua na cooperação internacional para a realização de eventos, estreita laços governamentais e tem o maior número de praticantes no mundo, contando somente no Brasil aproximadamente 30 milhões de “atletas de fim de semana” e 265 milhões de praticantes espalhados pelo globo²⁴.

A FIFA - Federação Internacional de Futebol Associado - conta com a participação de 209 filiados, enquanto a ONU - Organização das Nações Unidas - possui hoje 193 países-membros. Nem todos países que fazem parte da ONU estão associados à FIFA, a exemplo da Palestina (que oficialmente não é um país), Ilhas Tuks e Caicos, Montserrat, Ilhas Cook etc, e até mesmo a Suíça, que até 2002 não era filiada à ONU - por decisão política de manter a neutralidade do país. Em 1974 a FIFA passou a ser presidida pelo brasileiro João Havelange, que conquistou novos filiados com uma estratégia radical: atrair membros que não eram reconhecidos exatamente como países. Hoje países que não participam da ONU disputam as competições da entidade máxima do futebol. A FIFA acomoda, com tato diplomático, países como Israel nos grupos europeus e acolhe em chave asiática representação autônoma da Palestina, de jogadores da Faixa de Gaza e Cisjordânia (VASCONCELLOS, 2011).

A crise no Oriente Médio reafirmou, em maio de 2002, a importância que o futebol possui, tendo a FIFA discutido a moção dos países árabes sobre a possibilidade de excluir Israel das competições internacionais de futebol, “O pedido, apresentado pela Tunísia, pretendia determinar a suspensão até que o Gabinete israelense de Ariel Sharon mudasse sua política para a região” (VASCONCELLOS, 2011, p. 9). Outro caso, entre tantos, que

²⁴ Dados extraídos do Atlas do Esporte, estudo mais completo feito até o momento.

evidenciou a importância da diplomacia no âmbito da FIFA foi o governo do Marrocos que decidiu romper relações diplomáticas com o Catar pois o país apoiou a Alemanha na candidatura da Copa de 2006 (VASCONCELLOS, 2011).

São exemplos alinhados numa perspectiva histórica que permite notar com frequência e notabilizar em alguns casos a forte ligação político-esportiva. O historiador inglês Eric Hobsbawm argumenta que uma observação mais extensa sobre o nacionalismo pós-1918 faz transcender o conceito para fora das tradicionais áreas de disputas de fronteiras, de eleições, plebiscitos e de necessidades linguísticas. A identificação nacional nessa era adquiriu novos meios e metas de expressão nas sociedades modernas, urbanizadas e de alta tecnologia (VASCONCELLOS, 2011, pg 10).

No futebol, mais notadamente, os jogos são organizados com o objetivo de integrar os Estados e incentivar a rivalidade amistosa, reforçando o sentimento de unidade e provendo uma válvula de escape para tensões. As partidas também foram originadas com o intuito de dissipar de modo seguro as simbólicas pseudolutas (VASCONCELLOS, 2011). Entre as guerras, como observou George Orwell (*apud* VASCONCELLOS, 2011), o esporte internacional assumiu maior expressão de luta nacional, com esportistas representando seus Estados ou Nações, tendo neste contexto surgido a Copa do Mundo, realizada pela primeira vez em 1930, no Uruguai, contando com treze equipes, sendo o Brasil o único país a ter jogado em todas as competições.

3.2 O futebol brasileiro e a formação de uma identidade nacional

O Brasil além de ser o único país a ter jogado em todas as Copas, é também o maior vencedor, atualmente com cinco títulos. A primeira aparição da seleção brasileira, em 1930, foi discreta tendo apenas disputado dois jogos e ficado em sexto lugar geral. Já na copa de 1934 a seleção evoluiu para o quinto lugar, na Itália, e encerrou a participação na copa de 1938, na França, em terceiro. Após doze anos sem disputas da copa, não realizada devido a segunda Guerra Mundial, o Brasil foi escolhido como país-sede da Copa do Mundo, em 1950²⁵. A copa de 1950 trouxe grande visibilidade ao país, e a seleção passou a ser a favorita para as copas seguintes, tendo conquistado o primeiro lugar na Suécia-1958, sob o comando de Zagallo, Vavá, Didi, Garrincha e um garoto de 17 anos, conhecido como Pelé. O bicampeonato veio logo em seguida, em 1962 no Chile, e a seleção brasileira, conhecida por

²⁵ Acabou com o segundo lugar, não segurando o empate contra a seleção Uruguaia na final no Maracanã.

canarinho, desapontou o país na copa de 1966 na Inglaterra, obtendo apenas o 11º lugar, mas em 1970 conquistou o tricampeonato e a taça Jules Rimet²⁶ em definitivo. Nos anos de 1974, 1978, 1982, 1986 e 1990, o país não conquistou nenhuma copa, sendo coroado tetracampeão somente em 1994 nos Estados Unidos, após uma campanha invicta e uma final nos penântis emocionante contra a Itália. O Brasil foi considerado o favorito para ganhar a copa de 1998 na França, mas ficou em segundo lugar, já em 2002, na copa realizada simultaneamente em dois países, na Coreia do Sul e no Japão, a seleção canarinho conquistou o pentacampeonato mundial, não repetindo o feito de campeão em 2006, na Alemanha, em 2010 na África e em 2014 no Brasil.

3.3 Formação da identidade nacional em torno do futebol: a copa de 1950

O futebol no Brasil foi utilizado para reforçar um sentimento nacional, enquanto a seleção esta em campo os brasileiros se mobilizam como nação, reforçam o hino, empunham bandeiras, torcem pelo país. O esporte é uma marca da cultura do país, um elemento que nos dá identidade, os próprios times no início do futebol brasileiro mostram isso: times de bairro, jogadores pobres e operários. Quando os times disputam entre si, a torcida acompanha duas histórias, se percebe no time que torce, na história dele, nas dificuldades que o time passou para chegar até aquele jogo, se identifica pois se vê ali em campo (JUVENTUDE, 2014)²⁷. Os primeiros clubes brasileiros são do início do século XX, com a vinda dos europeus no final do século XIX, os imigrantes contribuíram para a disseminação dos esportes, em especial o futebol (RIBEIRO, 2002). Ainda segundo Ribeiro (2002), a prática esportiva, devido a forte tensão que a sociedade brasileira vivenciava devido a tensão externa - capital internacional impondo profundas mudanças na economia - e interna - conflitos de um recém instalado mercado de trabalho livre-, passou a ser considerada uma forma de atenuar as tensões políticas, tornando-se parte do processo de modernização. O Estado não interviu na prática esportiva nas três primeiras décadas do século XX, passando somente após os anos trinta a atuar em relação as organizações esportivas. Um dos fatores que contribuiu para essa

²⁶ Nome do troféu da Copa do Mundo da FIFA em 1970. O país que conseguisse vencer um total de três edições da Copa conquistaria o troféu por definitivo.

²⁷ Em: <<http://www.brasildefato.com.br/node/27912>> Acesso em: 03 nov. 2015.

mudança foi a fragilização da até então hegemonia política oligárquico-cafeeira e a crescente popularização do futebol (RIBEIRO, 2002).

O futebol brasileiro é marcado pela ginga, dança corporal, uma nova forma sedutora de jogar, diferente da maneira rígida inglesa, o estilo brasileiro de futebol é considerado um elemento mágico de que o herói precisa utilizar de intuição e criatividade para vencer as adversidades (HELAL, ANTÔNIO, LOVISOLO, 2001). De acordo com os autores, os brancos que formavam a elite jogavam futebol nos campos com técnicos, já os negros e pobres jogavam na rua, sem professores, aprendiam na “escola pública” e descalços, nascendo dessa maneira o jeito de jogar futebol à brasileira, que antes era jogado com manuais ingleses.

A qualificação brasileira nos campos é inegável, começou a partir de 1910 quando o esporte ainda estava nas mãos da elite, mas atraía multidões. O fanatismo pelo futebol e a massificação dele na mídia e no cotidiano de alguns torcedores vem alimentando a sua prática ano após ano e trazendo ganhos dentro e fora do campo. Na década de 1930, Getúlio Vargas usou o fanatismo das massas em benefício da sua política, de acordo com o historiador Flávio de Campos (2006 *apud* BITTENCOURT, 2006), “Getúlio apóia a profissionalização do futebol. E assim as vitórias nos campos passam a ser as vitórias da pátria”. Em 1933, o governo de Getúlio cria a profissão de jogador de futebol e obriga a sua sindicalização - como todo trabalhador assalariado -, envolvendo tanto os interesses de disciplina do Estado, quanto a produção de uma identidade nacional forte (RIBEIRO, 2002). Gilberto Freyre (1938) , aponta:

O mesmo estilo de jogar futebol me parece contrastar com o dos europeus por um conjunto de qualidades de surpresa, de manha, de astúcia, de ligeireza e ao mesmo tempo de brilho e de espontaneidade individual em que se exprime o mesmo mulatismo de que Nilo Peçanha foi até hoje a melhor afirmação na arte política. Os nossos passes, os nossos pitus, os nossos despistamentos, os nossos floreios com a bola, o alguma coisa de dança e capoeiragem que marcam o estilo brasileiro de jogar futebol, que arredonda e às vezes adoça o jogo inventado pelos ingleses e por eles e por outros europeus jogado tão angulosamente, tudo isso parece exprimir de modo interessantíssimo para os psicólogos e os sociólogos o mulatismo flamboyant e, ao mesmo tempo, malandro que está hoje em tudo que é afirmação verdadeira do Brasil.

De acordo com Ribeiro (2002), a afirmação de Freyre pode ser interpretada no sentido de produzir um discurso de ruptura, em que a crise e incapacidade de fundar uma identidade nacional, anterior a 1930, dá lugar a uma ação renovadora e verdadeiramente fundadora da identidade nacional, ou seja, o desejo do governo de fundir a disciplina dos europeus com a espontaneidade dos mulatos brasileiros, forma a “afirmação verdadeira do Brasil”.

O esporte cria laços com outras nações e contribui para a imagem do Brasil, assim como seus jogadores e profissionais de grande representatividade envolvidos. O Brasil no contexto getulista começou a criar um sentimento brasileiro, e encontrou através do futebol uma maneira de fomentar a identidade nacional (AMAZARRAY, 2011). Getúlio tinha como desejo sediar a Copa do Mundo e usar a paixão pelo futebol para unir ainda mais a nação, no entanto, devido a Segunda Guerra, de 1939 a 1945, a FIFA cancelou a Copa na época e com o fim da Guerra e a Europa destruída, a América do Sul surgiu como palco para o campeonato. O Brasil, em 1946, apresentou o projeto para sediar o evento em 1950, àquela época Getúlio Vargas não estava mais no poder, mas o ideal nacionalista ainda repercutia no imaginário brasileiro. Conforme retratado em crônicas do escritor José Lins do Rego (*apud* GOMIDE, 2013), membro do comitê organizador da Copa: o país vivia uma crescente industrialização e urbanização, progresso acompanhado por um sentimento de otimismo e ufanismo.

Para a Copa realizada em 1950 não havia um planejamento de mobilidade, obras em aeroportos e estádios, ou publicidade massiva, foi organizada de maneira amadora, cidades sede foram decididas por questões políticas, e políticos usavam a Copa como forma de ganhar notoriedade com os leitores, um jogo político para conseguir jogos da Copa na capital do seu estado (FERRUGIA, 2012). Segundo Salgado (2012) o investimento foi praticamente todo público, o estádio do Maracanã foi construído com dinheiro público (cerca de 215 milhões de reais, conversão dos 150 milhões de cruzeiros na época), e para a construção do estádio ocorreu uma briga entre dois grandes e famosos políticos no Rio de Janeiro na época, Carlos Lacerda e Mendes de Moraes. Moraes era o prefeito do Rio [foi prefeito entre 1947 e 1951] e queria construir o estádio no centro da cidade, já Lacerda era o opositor e queria que a construção fosse longe do centro. Moraes como era o prefeito acabou por definir o local e foi considerado o verdadeiro pai do Maracanã. Essa desavença política para ver quem ficaria com o reconhecimento pela construção do estádio exemplifica como a Copa de 1950 teve uma clara conotação política (Salgado, 2012). O governo projetou o Maracanã para ser o maior estádio do mundo, com capacidade para 200 mil pessoas (GOMIDE, 2013). Segundo Fátima Antunes, socióloga da USP, (*apud* GOMIDE, 2013), a construção do Maracanã foi uma demonstração da capacidade do empenho e do trabalho do povo brasileiro, era uma maneira de mostrar ao mundo que poderíamos com o mesmo esforço nos modernizar e construir novas obras de infraestrutura.

Em 1950 a preocupação brasileira era usar a Copa com fins partidários e políticos, a maior motivação era interna e os interesses eram locais, no Recife, por exemplo, o estádio era

da década de 1930 e os próprios sócios ajudaram na reforma do estádio, que recebeu apenas um jogo da Copa, já em Belo Horizonte o estádio Independência foi construído com a ajuda de um funcionário público que ajudava com seu próprio dinheiro a pagar as contas da construção (SALGADO, 2012). Ainda de acordo com o autor, a Copa de 1950 foi uma história esquecida, lembrada apenas pela derrota do Brasil para o Uruguai na final, sendo o maior legado o estádio do Maracanã, que possivelmente teria sido construído com ou sem Copa, pois o Rio de Janeiro precisava de um estádio grande. A Copa realizada no Brasil não levou os torcedores ao estádio para assistir o futebol, mas sim a seleção brasileira, e com a derrota para o Uruguai os brasileiros foram criando um gosto maior pelo esporte, o futebol foi caindo no gosto do público na década de 50, e a derrota na final foi considerada como uma ajuda importante para o Brasil mudar a postura²⁸, após a Copa de 1950 a Seleção ficou mais humilde e foi o pontapé inicial para o Brasil virar uma potência no esporte, o que só começou com o primeiro título em 1958 (FERRUGIA, 2012).

Nos anos JK o país passou por um acelerado processo de urbanização, que também refletiu na produção de craques. Em todos os cantos estavam jogando futebol e pequenos times como o Guarani do Brás (dos árabes comerciantes) ou o River Plate da rua Carneiro Leão começaram a surgir (BITTENCOURT, 2006). Para o professor doutor André Martin (*apud* BITTENCOURT, 2006), da geografia da USP, é impossível dissociar o futebol do crescimento econômico dos anos 50, “é quando aparecem vários campos nas grandes cidades”.

Durante a Ditadura Militar, o presidente Costa e Silva definiu que o futebol seria uma forma de acalmar os ânimos da população, apostando no título da Copa do Mundo que seria disputado em 1970, o então presidente afirmou que “o Brasil não pode perder este campeonato. Temos de dar um jeito de qualquer forma [...]. Em 1970 o Brasil estará disputando essa taça do mundo. Como presidente, gostaria que o povo brasileiro, ainda na minha gestão, festejasse a conquista” (FRANÇA, 2014). Costa e Silva foi afastado, ficando a cargo de Médici seguir a estratégia de unir a imagem da presidência ao futebol, sendo um dos primeiros atos do presidente a assinatura da criação da Loteria Esportiva²⁹, o presidente também passou a comparecer em eventos esportivos e a se aproximar dos jogadores que faziam parte da seleção brasileira (FRANÇA, 2014). Durante a Ditadura Militar houve pouca

²⁸ A Seleção entrou com soberba absurda no jogo contra o Uruguai no Maracanã com aproximadamente 200 mil torcedores, tendo antes vencido por 7 a 1 a Suécia, 6 a 1 a Espanha e precisando somente de um empate contra a Seleção do Uruguai, já se dava por vencedora.

²⁹ Com a loteria a população poderia ajudar a CBD (Confederação Brasileira de Desportos) a realizar “uma preparação física e tática bastante rigorosa para a Copa do Mundo que se aproximava”.

intervenção na legislação desportiva, e as poucas intervenções que foram feitas se fez no sentido de privilegiar o poder local (RIBEIRO, 2002). Ainda segundo o autor, a vitória brasileira na Copa de 1970, em plena Ditadura Militar, fortaleceu o imaginário de que o Brasil era uma nação moderna e reconhecida potência, tendo como palavra de ordem que impulsionava o regime militar “ninguém segura esse país”, a conquista do Mundial contribuiu para o sentimento de “imbatíveis” pois, “todos juntos” levaríamos o país “pra frente”, no entanto depois da vitória de 1970, a dificuldade em manter a hegemonia nas Copas seguintes levantou questionamentos sobre a nossa eficiência, e somado ao fracasso da Copa da Alemanha e o fim da “Era Pelé”, criou-se no país a crise do futebol brasileiro, somado a isso o esgotamento do milagre econômico, colocando em xeque o regime ditatorial.

3.4 Comercialização da cultura nacional

Nos anos 70, com as cidades experimentando ondas de crescimento, os campos e os pobres³⁰ foram empurrados para a periferia, e cada vez mais trabalhadores das obras jogavam futebol em horas de lazer. Para o professor Martin (*apud* BITTENCOURT, 2006) “É um movimento espontâneo, que cria outras relações”, e ao mesmo passo em que os pobres são empurrados para as periferias junto com os campos, a classe média passa a frequentar quadras de futebol de salão e escolinhas, para o professor “o mais importante é que o futebol provou ser mais forte que a especulação imobiliária” (BITTENCOURT, 2006), e como constatou José Carlos Bruni, no Dossiê do Futebol:

“Impossível não levar em conta, pelo menos neste momento e neste país, o imenso fenômeno denominado futebol. Sua definição estrita, como esporte que utiliza uma bola jogada com os pés, mal deixa entrever o universo de significações simbólicas, psíquicas, sociais, culturais, históricas, políticas e econômicas inesgotáveis que envolvem multidões, encontradas no público em geral, nas torcidas organizadas, nos jogadores e equipes técnicas e burocráticas, concretadas em torno de um espetáculo que empolga sociedades, nações, países, estados, em esfera planetária, mobilizando milhões de dólares e conquistando a adesão cada vez maior de pessoas de todas as camadas sociais” (BRUNI, 1994, pg 7).

Nos anos 90, momento em que Bruni constata que o espetáculo futebol mobiliza além de sociedades e nações também milhões de dólares, é quando começa o êxodo dos jogadores brasileiros e o Brasil vira um exportador, pois o estilo de jogar dos brasileiros

³⁰ Com a onda de crescimento experimentada durante o milagre econômico, prédios foram construídos em lugares bem localizados, muitas vezes onde se encontravam os campos, contribuindo para o afastamento dos campos do centro das cidades, e a aproximação das favelas e bairros de classe baixa.

chama atenção mundial e os jogadores brasileiros são reconhecidos como um “produto brasileiro de valor” que melhora o time para o qual é contratado. O jogador passa a ser negociado como mercadoria e a movimentar bilhões de dólares (FAVERO, 2006), “Ele [o jogador] é um produto que traz rendimento para o clube que o contratou. Assim, o futebol perde parte de seu caráter exclusivo de esporte e torna-se também um produto esportivo, cultural, econômico e social, oferecido como artigo de consumo [...]” (FAVERO, 2006, pg. 10).

O Banco Central começou a contabilizar os valores de transferências envolvendo jogadores a partir do ano de 1993, e desde então a receita de exportação já superou a marca de 1 bilhão de dólares já no ano de 2007, sendo aproximadamente 5 bilhões de dólares no final de 2014³¹. A partir da conquista da Copa do Mundo em 1994 e 2002, os jogadores passaram a ser mais valorizados e negociados, em alguns momentos rendendo mais dólares ao país do que as vendas de frutas tradicionais na pauta de exportação, como banana, mamão, uva e melão. Os valores das negociações entram no Brasil como exportação de serviços e ajudam a equilibrar a balança de pagamentos. Algumas contratações, como a do jogador Kaká, vendido para o Milan por US\$ 8,5 milhões, chamam atenção de grandes políticos, como foi o caso do ex-primeiro-ministro da Itália, Silvio Berlusconi, que disse: “Foi a maior contratação da história do Milan. E a preço de banana.” (NERY, 2007).

Embora algumas transações envolvendo jogadores de futebol sejam de somas altíssimas, os clubes por diversas vezes acabam prejudicados pois o dinheiro recebido serve para pagar dívidas e não para investir em mais jogadores ou melhorar as categorias de base. O gerente de crédito do Itaú BBA, Cesar Grafietti, constatou que “a receita com a venda de atleta é muito importante porque é um adicional às receitas recorrentes das equipes [...] e que deveriam enxergar a receita com a venda de atletas como uma fonte para comprar outros jogadores ou investir na base. A administração não pode pensar nesse dinheiro como um recurso que vai cobrir a folha de pagamento.” O aumento na exportação de jogadores faz com que, os melhores atuem fora do país, fato que reflete nas convocações para a Seleção Brasileira, que em 1982 apenas dois atletas que disputaram a Copa do Mundo jogavam fora, enquanto na Copa de 2006, somente três atletas ainda atuavam no Brasil (FAVERO, 2006). Edjar Jabbour (2007), sócio da consultoria Deloitte que coordena trabalhos do estudo “*Latin American Football League*”, considera que o Brasil possui a mesma atitude na política industrial e nos campos: gera muita matéria-prima, mas falta capacidade na hora de acabar o

³¹ Dados do Banco Central

produto, comparando a soja e o café, que produzimos os grãos, outros países processam e depois importamos custando mais caro.

Segundo a FIFA, no ano de 2014 foram registradas cerca de 13.900 transferências internacionais, movimentando um total de US\$ 4,1 bilhões [aproximadamente R\$ 10,6 bilhões], e os jogadores brasileiros foram os que mais participaram dessas transações, totalizando 1.493 jogadores que mudaram de país durante o ano passado (REIS, 2015). O futebol brasileiro tem se consagrado como um produto de exportação, e para a imagem do país é algo positivo, ainda mais se os jogadores fazem sucesso lá fora (FAVERO, 2010). De acordo com Gerbelli (2015), há décadas o futebol brasileiro enfrenta um círculo vicioso que parecem não ter fim: os jogadores são revelados, se valorizam, e os clubes brasileiros os vendem para fazer caixa e pagar dívidas. Ainda segundo o autor, as partidas nacionais perdem qualidade e esse mecanismo de exportar os melhores é prejudicial para o país aficionado por futebol, no entanto, na parte econômica o êxodo dos jogadores pode ser comemorado, dado que a venda de atletas significa uma ajuda para o setor externo. No primeiro trimestre de 2015, a receita registrada na conta do Banco Central com a venda de atletas foi de aproximadamente US\$ 79 milhões, entre saída e chegadas os atletas colaboraram com um saldo de US\$ 66 milhões entre janeiro e março.

“Uma política pública de esportes, importante interna e internacionalmente, requer interação de vários setores e mecanismos. Do mesmo modo que empresas privadas exportadoras escoram a rentabilidade de suas vendas no suporte e orientação supletiva dos órgãos governamentais competentes, que, por exemplo, regulam a concessão de incentivos fiscais à instalação do parque industrial e à exportação e, como é função dos Setores de Promoção Comercial de Representações Diplomáticas do Brasil no exterior, atuam na prospecção e projeção de negócios comerciais, captação de investimentos estrangeiros e atração de fluxos turísticos, também quadros técnicos, agências e manifestações esportivas podem robustecer suas atividades, e, com efeito, contribuir para o fortalecimento social e o proveito da imagem internacional, mediante reconhecimento e cooperação qualificada entre instituições governamentais responsáveis.” (VASCONCELLOS, 2011, pg 13-14)

O filósofo italiano Tonio Negri, em junho de 2002, disse que o futebol está preso numa camisa de força:

“Quando a alegria do jogo é substituída pela busca do lucro - e o resultado não é uma honra, mas um investimento industrial-, o futebol fica feio [...] O fato é que o futebol (o italiano e o mundial) está agora preso em uma camisa-de-força, aquela que o *business* e a publicidade determinam em torno de toda atividade humana. Não há saída: o melhor para recuperar a magia do esporte é fechar os olhos.”

A despedida do jogador brasileiro Ronaldo, o “Fenômeno”, serve para ilustrar o quanto o futebol é um investimento que empresas investem pois o alcance é mundial e ganham retorno. Ronaldo ao se despedir dos campos e informar oficialmente o fim da sua

carreira, agradeceu aos clubes pelos quais jogou, aos colegas, aos técnicos, demais profissionais envolvidos na sua carreira e finalizou o discurso:

Agradecer aos meus patrocinadores, em primeiro lugar agradecer à Ambev e à Nike que estão comigo desde que eu tenho 17 anos de idade, que acreditaram em mim e que me suportaram durante toda a minha carreira, e que com certeza continuaremos ainda juntos em outros projetos. Quero agradecer à Claro, que é meu patrocinador atual, por ter acreditado em mim também, mas principalmente agradecer à Hypermarcas, que bancou realmente esse projeto Corinthians [...]

O ex-jogador não esqueceu de mencionar seus patrocinadores para todo o país, pois mesmo sendo considerado pela mídia e especialistas um incrível jogador de grande talento, sem os patrocinadores ele não teria construído sua imagem de “Fenômeno”, diretamente vinculada ao marketing esportivo. Damo (*apud* Giglio e RUBIO 2013), entende que “se os jogadores podem ser comparados às mercadorias, também revelam uma diferença em relação a elas por possuírem afeto.” O futebol se tornou um grande mercado e a maioria dos jogadores são tratados como *commodities*, usados até o limite e quando não são mais úteis são trocados para que a engrenagem futebolística ou o mercado não parem de atrair a atenção do público, dos patrocinadores e da mídia (GIGLIO e RUBIO, 2013).

3.5 Importância da FIFA

Em 2012, a FIFA divulgou que contava com aproximadamente 265 milhões de jogadores e 5 milhões de árbitros e dirigentes, dados que correspondem a 4% da população mundial e que tornaria a federação a quarta nação mais populosa do mundo (FOLHA, 2015). Entre os anos de 2007 e 2010, a receita da federação foi de mais de 4,2 bilhões de dólares, dinheiro originado praticamente todo na Copa do Mundo que ocorre a cada quatro anos. Gavin Newsham (*apud* FOLHA, 2015) escreve no livro *Sportonomics* que a FIFA está numa posição de grande e genuíno poder, não apenas no âmbito do esporte que a entidade controla.

O futebol e a FIFA cresceram vertiginosamente graças ao brasileiro Jean Havelange, que presidiu a Federação de 1974 à 1998.

“Em 1974, depois de subir muito, Jean Marie Faustin de Godefroid Havelange conquistou a cúpula da FIFA. E anunciou. – Vim vender um produto chamado futebol. Desde então, Havelange exerce o poder absoluto sobre o futebol mundial. Com o corpo grudado no trono, rodeado por uma corte de vorazes tecnocratas, Havelange reina em seu palácio de Zurique. Governa mais países que as Nações Unidas, viaja mais que o Papa, e tem mais condecorações que qualquer herói de guerra. (...) Este idoso monarca mudou a geografia do futebol e transformou-o num dos mais esplêndidos negócios multinacionais. Em seu mandato, dobrou a

quantidade de países nos campeonatos mundiais: eram dezesseis em 1974, serão trinta e dois em 1998”. (GALEANO, 2002, p. 166-167 *apud* FAVERO, 2006, p.16)

Havelange saiu da presidência da Fifa após 24 anos no poder, e numa declaração em entrevista para o site da Copa do Mundo da Alemanha em dezembro de 2003, o ex presidente (*apud* FAVERO, 2006) declarou:

“Quando eu cheguei no escritório da Fifa em Zurique, encontrei uma casa velha e 20 dólares no caixa. No dia em que fui embora, 24 anos depois, deixei propriedade e contratos no valor de mais de 4 bilhões de dólares. Entre 1974 e 1998, eu visitei cada país-membro pelo menos três vezes, e a Fifa tinha algo em torno de 186 países filiados. Acho que o único que eu não consegui ver foi o Afeganistão, porque eu não conseguia entrar lá. Apesar disso, eu estimo que tenha viajado cerca de 26 mil horas de vôo, o equivalente a passar três anos no ar”.

O Itamaraty emprega cooperação nessa área como ferramenta para fortalecer parcerias e realizar mega eventos, como vem ocorrendo desde 2011 com os Jogos Militares sediados no país. Hoje o Brasil vive a “Década do Esporte”, com um histórico de Copa das Confederações (2013), a Copa do Mundo (2014) e os jogos Mundiais dos Povos Indígenas (2015) - incluindo os Jogos Olímpicos e Paralímpicos que serão sediados no país em 2016, e os Jogos Universitários Mundiais (2019). Megaeventos realizados no país demonstram para a comunidade internacional a crescente importância do país, assim como os países dos BRICS também foram escolhidos para sediar megaeventos, a exemplo da África com a Copa e Pequim com as Olimpíadas e Paralimpíadas (ITAMARATY, 2015)³².

O Brasil que sediou uma Copa em 1950 e tinha como objetivo criar um sentimento brasileiro, está cada vez mais presente nos eventos esportivos e o tema está em pauta no âmbito multilateral, o esporte vem sendo utilizado como instrumento na promoção da paz e cooperação - que utiliza e reforça o *soft power* brasileiro. O Brasil já assinou memorandos de cooperações esportivas com mais de 70 países - e a demanda vem aumentando (ITAMARATY, 2015).

O jogo amistoso de futebol contra a seleção do Haiti, em agosto de 2004, conhecido como o “Jogo da Paz”, foi uma forma de *soft power* diplomático do governo brasileiro, que não se importava com o resultado do jogo, apenas com o saldo positivo da diplomacia brasileira, que foi notado em todo o mundo, noticiado, reportado e serviu de tema para o documentário “O dia em que o Brasil esteve aqui”³³. O Haiti sofreu um golpe de estado que derrubou o presidente Jean-Bertrand Aristide, a ONU tentando restaurar a paz enviou tropas

³² Em:

<http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3688&catid=191&Itemid=439&lang=pt-BR> Acesso em 30 set. 2015

³³ Documentário produzido por Caíto Ortiz e João Dornelas. Conta a história do Jogo da Paz.

brasileiras para o país, ao passo que o primeiro-ministro interino fez a declaração de que o Brasil deveria enviar sua Seleção de futebol em vez de tropas. O jogo foi descrito como uma mistura de paixão e ilusão, como se apenas naquele dia o Haiti não estivesse passando por todos os problemas de um país miserável e de um povo sem esperança (PAZ, 2009).

“Em dezembro de 2004, a ONU nomeou oficialmente o jogador brasileiro Kaká, então do clube AC Milan, como Embaixador contra a fome do PAM – Programa Alimentar Mundial. John Powell, Diretor-Executivo daquela agência humanitária, destacou que “os jogadores de futebol são Embaixadores naturais. O futebol é o esporte mais popular do mundo, elimina fronteiras e une culturas”. A escolha do atleta do Brasil, que visitou projetos e operações que atendem a 800 milhões de pessoas no mundo, foi impulsionada pelo fato de o governo brasileiro aparecer como liderança internacional muito visível na luta contra a fome e a pobreza.” (VASCONCELLOS, 2011, pg 19)

O futebol que era jogado a princípio por paixão e lazer, após a primeira transmissão televisiva, em 1954, se tornou um negócio grandioso, movimentando além de paixões, dinheiro, poder político e espaço a ser conquistado. As Copas que eram realizadas com poucas seleções, de forma amadora com obras terminadas em cima do prazo e sem grande visibilidade, passaram a ser o evento midiático esportivo de maior escala, atraindo toda uma indústria televisiva, de materiais esportivos, negociação entre times mundiais, relacionamento entre políticos de diferentes países, mediador de conflitos etc. O esporte e futebol passaram a servir de instrumento de *soft power* a muitos países, que além de suas seleções e esportistas, demonstram sua cultura através da realização de grandes eventos. O futebol passou a ser utilizado como ferramenta política internacional, não mais somente utilizado na política interna para angariar votos, mas através de suas seleções, jogadores, times e eventos realizados começou a ajudar os países a construir uma imagem internacional, sendo a Copa do Mundo, como observaremos no próximo capítulo, o evento esportivo de maior alcance e que simboliza toda a mercantilização de jogadores, imagem e influência internacional de países, construção de identidades e geradora de esperança ou desilusão.

4 A COPA DAS COPAS

As manifestações esportivas internacionais têm movimentado setores econômicos, industriais e exportadores, promovido a entrada de investimentos e turismo, além de possuir função de representatividade. Através dos eventos internacionais os países divulgam suas qualidades, potencialidades e também características. França e Espanha, por exemplo, gerenciaram nos níveis econômicos, cultural, político e diplomático a disputa para a realização dos Jogos Olímpicos de 1992, bem como a Hungria tendo patrocinado o Campeonato Mundial de Fórmula 1, atraiu fluxo turístico de quase o dobro dos seus habitantes, e os Jogos Olímpicos de Sydney, em 2000, foram os responsáveis pelo primeiro superávit comercial da Austrália em três anos (VASCONCELLOS, 2011). Desde a Grécia antiga o esporte é utilizado como meio de reunir pessoas com um único objetivo, a diversão. Já no Brasil, o esporte se tornou parte cultural, ajudou a construir a identidade nacional, incorporando as práticas e valores sociais por meio de diversos aspectos, como exemplo a execução do hino nacional brasileiro antes dos jogos do Campeonato Brasileiro de futebol.

No Brasil, o Estado interviu no setor esportivo de duas maneiras: o esporte como promotor da saúde e qualidade de vida, agindo no bem-estar social; e o esporte como instrumento de ação política no plano internacional (BRACHT, 2003). Embora haja tantos grandes e consagrados esportistas de todos os ramos, o futebol é o esporte em que o país mais possui representatividade internacional, tendo já realizado duas Copa do Mundo. Na primeira Copa, em 1950, o Brasil se preocupava com a visibilidade internacional, mas de uma maneira diferente da Copa de 2014, já que o país também estava em ano eleitoral. Em 1950, embora o país estivesse saindo de um regime e dando início a uma democracia depois de 15 anos da Era Vargas, a Copa serviu tanto para mostrar a importância econômica e cultural do Brasil em relação aos seus países vizinhos, quanto para consolidar um sentimento de nação unida através de um esporte e, de acordo com Salgado (2012), nessa época:

“Era muito mais [importante] usar a Copa com fins partidários e políticos, como aconteceu no caso do Maracanã³⁴, do que ser uma vitrine para o mundo. Naquela época era mais uma motivação de política interna, dentro desse jogo de interesses entre os políticos locais, e hoje é mais uma preocupação de política externa, de representação para o mundo”³⁵.

³⁴ O maior estádio do mundo na época, construído em 22 meses, e maior símbolo da Copa de 1950.

³⁵ A grande diferença de representação política entre a Copa de 1950 e 2014 foi no âmbito interno. A representação externa foi almejada, e mostrar um Brasil em desenvolvimento e com condições de sediar tamanho

Quando a primeira Copa foi realizada no país, o contexto internacional era de pós guerra, e com a Europa devastada a América Latina surgiu como opção para sediar os jogos. O país por receber os jogos atrairia atenção não apenas para o futebol, mas para a capacidade em sediar tal evento após duas edições, 1942 e 1946, canceladas pela FIFA pois a Europa não possuía condições de promover tal evento. O Brasil ganhou o direito de organizar a IV Copa do Mundo após disputa³⁶ com a Argentina, era a oportunidade do país em mostrar capacidade de empreendedorismo para a construção de infraestrutura e de construir o maior estádio de todos na época, o Maracanã (MOURA 1998 *apud* ROSA 2013).

A Copa realizada no país em 1950 teve como palco principal o Maracanã, estádio construído especialmente para o evento, na cidade do Rio de Janeiro - à época Distrito Federal. O Mundial fez convergir todas as atenções ao Brasil, representando grande propaganda para o país e para as cidades-sede, tendo exemplo o próprio Rio de Janeiro que se tornou a cidade vitrine do país e que a cada ano recebe um fluxo maior de turistas (MOURA, 1998).

A realização da Copa do Mundo, após a Guerra, seria utilizada como meio de propaganda do Brasil, era a oportunidade que o país via em vender sua imagem de potência que estava crescendo e que tinha condições de competir e estar entre os desenvolvidos, ao mesmo passo em que os políticos buscavam apoio e prestígio interno com as vantagens que os jogos da Copa trariam em suas cidades e estados. Em 1948 a Confederação Brasileira de Desportos (CBD) deu entrada no processo para sediar a competição, criando dez comissões: de propaganda; assuntos internacionais; recepção e assistência social; técnica de futebol; arbitragem; finanças; serviço de alojamento; serviço de recepção e atendimento; serviço de transporte e serviço médico (SANTOS, 2005). A CBD definiu seis cidades que considerava serem capitais com infraestrutura compatíveis ao tamanho do evento e com os melhores estádios do país, para receber os jogos: Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba (LISE, MOSKI, SANTOS, CAPRARO, 2010). Ainda de acordo com Santos (2005), o “projeto nacional” era de mostrar uma nação virtuosa, vender uma imagem positiva do país e de sua população. A imprensa brasileira (rádios e jornais) se mobilizaram

evento foi um dos objetivos de ambos governo (de 1950 e 2014), no entanto, a Copa de 1950 teve grande empenho dos políticos em território nacional, pois serviria para angariar votos, melhorar ou até mesmo alavancar políticos em suas cidades e estados, fato que não ocorreu em tamanha escala na Copa de 2014.

³⁶ O país se candidatou tendo como motivos principais: o ótimo desempenho na Copa de 1938 (terceiro lugar, e Leônidas terminando como artilheiro), e a popularização do esporte que vinha acontecendo de maneira rápida (Lise, Mosko, Santos, Capraro, 2010).

para que o espetáculo ocorresse no país, bem como muitos políticos influenciados pela mídia, também se engajaram para promover o evento (LISE, MOSKI, SANTOS, CAPRARO, 2010). No caso da Copa de 1950, de acordo com a mestre em história e autora do livro *O Rio corre para o Maracanã* (1998), Gisella de Araújo Moura, o Brasil passava por um momento especial, buscava o progresso e crescimento econômico, e também investia na conquista da integração nacional - necessária para obter desenvolvimento. Gisella (1998) também ressalta que numa sociedade desigual como a brasileira, em que as leis só são respeitadas por quem não está acima delas, obter uma identidade nacional não é tarefa fácil. No Brasil percebe-se em manifestações culturais as fontes de identidade nacional, a exemplo do carnaval, festas e futebol, e não em instituições centrais da ordem (MATTA, CARVALHO *apud* MOURA 1998). Um evento da grandeza de uma Copa do Mundo auxilia os países a consolidar uma integração nacional, ficando mais próximos dos símbolos do país - bandeira, hino, cores (MOURA, 1998).

“No âmbito das relações internacionais, é incontestável que as Copas do Mundo, realizadas a cada 4 anos, são eventos que já fazem parte de um período estrutural, cujas conjunturas específicas determinam o país que realizará o evento segundo interesses que na maior parte das vezes ultrapassam o domínio esportivo, sendo influenciados diretamente por questões econômicas, políticas e até mesmo geopolíticas” (CABO, 2008 p. 3).³⁷

De acordo com Rosa (2013), a década de 50 foi marcada por grandes mudanças no mundo, além de avanços tecnológicos e científicos, culturais e comportamentais, o mundo foi marcado, por exemplo, pelo início da Guerra da Coreia³⁸, o Pacto de Varsóvia, o primeiro Campeonato de Fórmula 1, e também no final da década, a Guerra do Vietnã e a Revolução Cubana. No Brasil, neste período, a indústria passou a ser o principal alicerce da economia, a urbanização e industrialização trouxeram o surgimento de novos produtos e novos hábitos, o país criou a Petrobras em outubro 1953, a primeira Bienal Internacional de arte de São Paulo ocorreu em 1951, Getúlio Vargas foi encontrado morto em agosto de 1954 após seu suicídio, e o país ganhou sua primeira Copa do Mundo em 1958, na Suécia. Além dos fatos já citados, a Era da Rádio dava espaço as transmissões televisivas, com a inauguração da TV Tupi,

³⁷ Disponível em:

<http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_11ex/10_AlvaroCABO_IISeminarioPPGCOM.pdf> Acesso em: 30 de out 2015.

³⁸ Teve um início em 25 de junho de 1950 e terminou com o país dividido em Coreia do Sul e Coreia do Norte em 27 de julho de 1953.

primeiro canal de televisão da América Latina, em 1950, houve uma grande mudança nos meios de comunicação, tendo como primeira grande transmissão a Copa do Mundo no Brasil.

Embora o Brasil tenha perdido para o Uruguai a disputa final no Maracanã, a imagem que o país imprimiu para o exterior foi de um evento organizado - com a construção do maior estádio de futebol na época - de um povo civilizado e comportado, além de ter demonstrado sua capacidade empreendedora para aqueles que duvidavam do potencial nacional.³⁹ O sentimento de derrota nacional após a partida contra o Uruguai foi suavizado pelo lucro da competição, que rendeu a cifra de Cr\$ 36.577.360,50, enquanto as despesas não passaram de Cr\$ 16.000.000,00, e embora tenhamos perdido para os uruguaios, o futebol jogado pelos brasileiros somado a civilidade da torcida brasileira encantou o mundo, levando Jules Rimet, presidente da FIFA no momento da Copa, a considerar o Brasil como o campeão mundial do cavalheirismo, disciplina e hospitalidade (Moura 1998 *apud* Santos 2005). Com a proximidade da Copa, o discurso de civilidade foi fortemente incentivado, sendo uma grande preocupação o comportamento dos brasileiros nos estádios, o que as demais delegações pensariam do nosso comportamento, para tal, discursos de cunho patriótico orientavam o público a se comportar de maneira ordeira e civilizada, era a chance de ouro de demonstrar a educação do povo (Gazeta do Povo, 22 de junho de 1950 *apud* LISE, MOSKO, SANTOS, CAPRARO, 2010). A Copa do Mundo cumpriu seu objetivo e compromisso, tendo promovido uma boa imagem do país, logrado êxito financeiro, encantado o mundo com seu futebol e hospitalidade, sendo a torcida brasileira elogiada mundialmente e colaborado para a imagem de “país do futebol” (SANTOS, 2005).

A Copa do Mundo de 1950, sediada no Brasil, ocorreu num pós Guerra em que a Europa encontrava-se devastada, já a Copa de 2014, também sediada no país, aconteceu num momento de crise do capitalismo mundial, no qual a Europa sofria grande depressão e apreensão geradas pela recessão e desemprego (ROSA, 2013). Durante esse hiato de mais de sessenta anos, o Brasil ganhou cinco Copas do Mundo e desde 1958, com a vitória da primeira Copa, tornou-se mais confiante quando à superioridade técnica do jogador e o futebol brasileiro atraiu cada vez mais atenção, levando em 1990 à polêmicas acerca dos jogadores de futebol que, devido a circulação internacional do futebol globalizado e do perfil de emigração presente aos atletas brasileiros, colocava em pauta a crise de identidade nacional e da brasilidade no âmbito esportivo (HOLLANDA, 2012). Com o tempo o futebol passou de

³⁹ Segundo o jornalista Mario Filho *apud* Cabo 2008.

esporte burguês à objeto de lucro, no livro *História do futebol brasileiro* de autoria de Joel Rufino dos Santos, o autor aponta:

“Os atletas e dirigentes contrários à popularização do esporte recusavam receber e pagar um centavo que fosse. Temiam a morte do “verdadeiro espírito olímpico”. No fundo, defendiam uma posição de classe, eram burgueses, com negócios e empregos, ameaçados pela invasão proletária. No seu entender, devia-se jogar unicamente por amor á camisa, nunca por dinheiro (p. 47 *apud* DIAS, 2008).”

Desde a década de 1990, o futebol vem sendo usado como ferramenta da política externa brasileira, começado a ser praticado no fim do século XIX e restrito a clubes elitizados, o esporte conquistou a popularidade na década de 1920 e logo conquistou os brasileiros de todas as classes, sendo atualmente associado aos esforços de governos de várias bandeiras ideológicas na promoção do prestígio internacional do país e na consolidação da imagem de potência, no caso brasileiro, em ascensão, afirma o cientista político e professor de Relações Internacionais da UERJ, Maurício Santoro (2014). O autor também defende que a diplomacia é um campo de confronto e nem sempre as iniciativas são bem sucedidas, e entender essas iniciativas é um modo de analisar as controvérsias sobre a Copa de 2014.

O presidente Getúlio Vargas sonhava com a vitória do Brasil na Copa de 1938 (o país ficou em terceiro lugar), e em sediar a Copa em 1942 - que não ocorreu por conta da Guerra -, contudo o país realizou a Copa, como já visto, em 1950, sob o controle do sucessor de Vargas, o General Eurico Gaspar Dutra. A Copa terminou com a derrota do Brasil para o Uruguai na final, mas serviu para a imprensa internacional ressaltar a educação e hospitalidade do povo brasileiro mesmo com a derrota em um jogo considerado “ganho” para a seleção brasileira (SANTORO, 2014). Inspirado na derrota de 1950, o jornalista e escritor brasileiro Nelson Rodrigues escreveu sobre o trauma, relatado na *Manchete Esportiva* em 1958, que ficou conhecido como “complexo de vira-lata”:

Eis a verdade, amigos: - desde 50 que o nosso futebol tem pudor de acreditar em si mesmo. A derrota frente aos uruguaios, na última batalha, ainda faz sofrer, na cara e na alma, qualquer brasileiro. Foi uma humilhação nacional que nada, absolutamente nada, pode curar. Dizem que tudo passa, mas eu vos digo: menos a dor-de-cotovelo que nos ficou dos 2 x 1. [...] A pura, a santa verdade é a seguinte: - qualquer jogador brasileiro, quando se desamarra de suas inibições e se põe em estado de graça, é algo de único em matéria de fantasia, de improvisação, de invenção. Em suma: - temos dons em excesso. E só uma coisa nos atrapalha e, por vezes, invalida as nossas qualidades. Quero aludir ao que eu poderia chamar de "complexo de vira-latas". Estou a imaginar o espanto do leitor: - "O que vem a ser isso?". Eu explico. Por "complexo de vira-latas" entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo. Isto em todos os setores e, sobretudo, no futebol. [...] Eu vos digo: - o problema do escrete não é mais de futebol, nem de técnica, nem de tática. Absolutamente. É um problema de fé em si mesmo. O brasileiro precisa se convencer de que não é um vira-latas e que tem futebol para dar

e vender, lá na Suécia. Uma vez que se convença disso, ponham-no para correr em campo e ele precisará de dez para segurar, como o chinês da anedota. Insisto: - para o escrete, ser ou não ser vira-latas, eis a questão” (RODRIGUES, 1993, p. 51-52).

Superando o “complexo de vira-lata”, a seleção brasileira conquistou o primeiro título do Mundial em 1958, em meio ao desenvolvimento e realizações que ocorreram durante a presidência de Juscelino Kubitschek, já no decorrer da ditadura militar o futebol foi usado - e abusado - como instrumento de propaganda, especialmente após o tricampeonato em 1970, no auge da repressão política, sendo a seleção brasileira a ilustração da potência que o país estaria se tornando (SANTOS, 2014). Após o tricampeonato, a seleção entrou num jejum de conquistas, hiato que ocorreu entre a transição da ditadura para a democracia e foi marcada por uma crise econômica. A seleção só saiu vitoriosa em 1994, após a hiperinflação ter sido combatida, e no século XX, o esporte se tornou um importante - e poderoso - instrumento nas políticas de cooperação internacional do governo Lula⁴⁰, inclusive foi criada a “coordenadoria da bola”, unidade específica para o futebol (SANTORO, 2014). A já relatada força militar brasileira no Haiti, comandada desde 2004 com a finalidade de estabilizar o país, serve bem de exemplo de como o futebol age sendo instrumento nas políticas de cooperação e chama a atenção da opinião pública para o país.

“Ao longo de boa parte do século XX, o sucesso nos gramados foi fundamental para a construção de uma identidade nacional, que diversos governos tentaram utilizar como parte de sua estratégia de política externa” (SANTORO, 2009)⁴¹

A Copa de 2014, ainda de acordo com Santoro (2014), foi uma decisão “tomada no auge da prosperidade econômica da década de 2000”, e o país de lá para cá sofreu uma série de efeitos da crise econômica mundial e uma onda de protestos internos, contando com a Copa como um catalizador de descontentamentos, principalmente pelo contraste entre os serviços oferecidos no país à sua população e o investimento que seria feito para promoção internacional.

A trajetória da candidatura do Brasil para sediar o evento, em 2014, começou em 2003 com a decisão do Comitê Executivo da FIFA decidindo que um país da América Latina⁴² sediaria o evento, onze dias após o anúncio feito pela FIFA a CONMEBOL (Confederação Sul-Americana de Futebol) decide indicar o Brasil como único candidato, um ano após a indicação brasileira o Chile e a Argentina apresentam uma candidatura conjunta,

⁴⁰ Em 2002, a vitória do Partido dos Trabalhadores levou à presidência Luís Inácio Lula da Silva, notório amante de futebol e que assumiu o país em 2003, no ano após a conquista do pentacampeonato na Copa do Mundo do Japão e da Coreia do Sul.

⁴¹ Em: <<http://revistadehistoria.com.br/secao/artigos/a-diplomacia-dos-gramados>> Acesso em: 4 de nov. 2015

⁴² Em agosto de 2000 o Comitê Executivo da FIFA implantou o sistema de rodízio de sedes para a Copa.

mesmo caso que ocorreu no Japão e Coreia do Sul em 2002, os países afirmam ter o apoio de Joseph Blatter, presidente da Fifa. O presidente da CONMEBOL afirma que a Copa será realizada no Brasil, e mesmo assim dois anos depois, em julho de 2006, o presidente da Colômbia afirma seu interesse em sediar a Copa - fato que foi considerado rumor e desmentido pelo presidente da CBF, Ricardo Teixeira, ao afirmar que todas as federações ligadas à CONMEBOL apoiavam a candidatura brasileira -, e em novembro do mesmo ano Blatter aconselha o Brasil a preparar bem a proposta de candidatura, pois segundo o dirigente, o país deveria agir como se não fosse o único na disputa. No final de dezembro o presidente da Colômbia, Álvaro Uribe, formaliza a candidatura colombiana e afirma que fará todo o esforço necessário para vencer o Brasil, desistindo logo em seguida, em abril de 2007 sob a alegação de que não teria como arcar com os custos de tamanho evento. Em agosto de 2007 a Comissão de Inspeção da FIFA inicia as visitas às cidades que concorrem para receber os jogos e Blatter manifesta descontentamento com a candidatura única do Brasil à Copa, pois mesmo o Brasil tendo condições de organizar uma Copa excepcional, nenhum estádio está no padrão FIFA. Finalmente em 30 de outubro de 2007 a FIFA oficializa o Brasil como sede da Copa de 2014.

A escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014 foi uma iniciativa da FIFA de levar a Copa para outros continentes que não a Europa. No século XXI a Copa já tinha passado por todos os continentes exceto América do Sul e Oceania, onde o futebol não é muito popular. A partir da divulgação do Brasil como país-sede, após 64 anos em que recebeu a primeira Copa, o país teria então uma nova oportunidade de desenvolvimento e modernização tanto dos estádios quanto da infraestrutura dos municípios, e a política externa brasileira tomou novos rumos. O discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na cerimônia de anúncio do Brasil como sede da Copa de 2014, foi além do tom de muita alegria e prestígio por tal feito conquistado, foi também um discurso pautado em demonstrar que o Brasil tinha noção da responsabilidade que estava assumindo, como demonstrado no trecho:

“Eu dizia ao presidente Blatter, antes de começar esta reunião, que o fato de o Brasil ter sido escolhido para sediar a Copa do Mundo de 2014 era motivo de muita alegria e de muita festa mas, sobretudo, era motivo para que nós regressássemos ao Brasil sabendo o que está pesando nas nossas costas: muito mais responsabilidade do que quando nós chegamos aqui. Realizar uma Copa do Mundo é uma tarefa imensa, é uma tarefa, eu diria, incomensurável [...] Eu quero tranquilizar os dirigentes da Fifa. Essa não é uma responsabilidade do atual presidente – que já não serei mais em 2014 –, não é apenas responsabilidade do presidente da Confederação, não é apenas responsabilidade dos governadores que estão aqui. No fundo, no fundo, nós estamos aqui assumindo uma responsabilidade enquanto nação, enquanto Estado brasileiro para provar ao mundo que nós temos uma economia crescente, estável, que nós

somos um dos países que está com a sua estabilidade conquistada. Somos um país que tem muitos problemas, sim, mas somos um país com homens determinados a resolver esses problemas. [...] Então, eu quero dizer a vocês: estejam certos de que o Brasil saberá, orgulhosamente, fazer a sua lição de casa, realizar uma Copa do Mundo para argentino nenhum colocar defeito.”⁴³

A responsabilidade de sediar um evento padrão FIFA começou a ser sentida logo no início, já que o Brasil não tinha nenhum estádio condizente com as exigências da Federação, a mobilidade urbana era e ainda é um grande problema, a infra-estrutura das cidades-sede deveria ser melhorada para atender o fluxo de turistas e mostrar que o país estava em grande desenvolvimento e a população em geral não via a Copa com bons olhos. Quando a FIFA declarou que o Brasil seria o novo país a sediar a Copa, muitos brasileiros não sabiam se acreditavam que seria uma grande festa⁴⁴ ou um grande prejuízo, manifestações como a que ocorreu pela redução das tarifas do transporte público, traziam como críticas à realização da Copa - e também dos Jogos Olímpicos que serão realizados no país em 2016 - sob a alegação de que o investimento feito nestes megaeventos poderiam ser destinados à melhorias nos serviços públicos como educação e saúde, estas e outras críticas foram feitas olhando apenas para o prisma de comparações mecânicas, sem pensar que megaeventos esportivos estão inseridos num contexto de economia política e também de seus impactos em diversos campos da sociedade, não somente em ganhos econômicos (ROSA, 2013).

A Copa do Mundo FIFA traz benefícios para algumas pessoas no campo individual - principalmente para as que possuem ligação com a entidade máximo do futebol -, mas para o país atraí investimentos de toda a ordem para as cidades-sede e envolvidas no processo, por isso os políticos comemoram tanto a escolha de suas cidades para receber as delegações, isso significa investimentos, dinheiro e visibilidade. O grande argumento usado para trazer a Copa ao Brasil foi de que o país atrairia uma quantidade de investimentos⁴⁵ relevante, além de uma significativa melhoria nas cidades-sede e um maior desenvolvimento neste locais além de um legado benéfico à sua população, no entanto muitas obras no país não foram realizadas, a maior parte dos investimentos não trouxe o desenvolvimento esperado, a cada ano que

⁴³ Disponível em: <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2007/2o-semester/30-10-2007-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-cerimonia-de-anuncio-do-brasil-como-sede-da-copa-do-mundo-de-2014/>> Acesso em: 3 de out. 2015

⁴⁴ Muitos brasileiros consideravam e aguardavam o anúncio da escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014, pois o projeto seria importante para o país no processo de desenvolvimento. No Rio de Janeiro réplicas gigantes da camiseta da seleção brasileira eram vistas em diversos pontos turísticos da cidade, revivendo o lema “a copa do mundo é nossa” e causando euforia na população, que festejava o anúncio como se fosse uma final de Copa.

⁴⁵ Os investimentos representaram uma importante oportunidade para alavancar os negócios do país, que recebeu investimento (principalmente nas cidades-sede) em transporte urbano, segurança pública, turismo, saúde e saneamento básico, além de melhorias em aeroportos, estradas e infraestrutura.

aumentava o valor gasto na Copa, a população se mostrava irritada e criava uma resistência ao maior torneio realizado no país.

A Presidente da República, Dilma Rousseff, afirmou numa visita a Havana, em Cuba, que não perceber a importância da Copa é ter “uma visão muito pequena do Brasil”, a declaração foi baseada nas manifestações que ocorriam no país, e quando perguntada sobre os gastos públicos relacionados à construção dos estádios, a Presidente afirmou que o número gasto está dentro da média, e que as estruturas construídas a partir dos investimentos permanecerão beneficiando a população.

"É uma visão pequena do Brasil, muito pequena do Brasil não perceber a importância que a Copa do Mundo tem para o povo brasileiro e para o país. A Copa é um dos eventos culturais mais importantes do nosso país, mobiliza todas as classes e está nos nossos corações" disse.

O ex-presidente Lula mostrou inconformismo com a perda⁴⁶ de apoio popular à realização da Copa, acreditando que o governo tinha perdido a batalha da comunicação, pois não era isso que ele imaginava há oito anos quando liderou a candidatura para sediar a competição (COSTA, 2014). O argumento usado de que a Copa seria “prioritariamente realizada com recursos privados” caiu por terra quando Ricardo Teixeira, até então presidente da CBF, deixou a presidência e o governo assumiu a responsabilidade pela organização e pagamento da maior parte dos preparativos (UOL, 2012)⁴⁷, gerando cada vez mais insatisfação no povo brasileiro que via outras prioridades que não a realização da Copa no país.

Segundo estudos⁴⁸ realizados comparando o dinheiro investido nas Copas e o retorno, conclui-se que realizar a Copa não garante crescimento econômico e que pouca coisa muda, de fato, nos países sede (que já são países com grande fluxo de turistas), contudo a Copa gera um grande retorno à FIFA e seus patrocinadores, que reverte apenas uma parcela de volta ao país, que tem como responsabilidade prover toda a infra-estrutura necessária para os jogos. O professor Stefan Szymanski, coordenador de Economia do Esporte da Universidade de Michigan (*apud* Dantas 2014), constatou através de dados analisados do PIB das 20 maiores economias do mundo entre 1972 e 2002, que a Copa, na verdade, gera um impacto negativo de menos de 1% no ano seguinte à sua realização, e que não influenciam a

⁴⁶ A população começou a se mostrar insatisfeita com os gastos referentes à Copa, que só aumentavam, com o atraso nas obras, a precariedade dos serviços públicos prestados à população - destaque para saúde e educação - gerando inconformismo e pautas contra a Copa e as Olimpíadas nas manifestações que ocorreram em 2013.

⁴⁷ Em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2012/10/30/cinco-anos-apos-virar-pais-sede-brasil-organiza-copa-com-ajuda-de-governo-e-verba-publica.htm#fotoNavId=as2139798>> Acesso em: 3 de out. 2015

⁴⁸ Os estudos foram realizados por professores americanos analisando dados do PIB dos países sede de grandes eventos como Copa do Mundo e Olimpíadas..

economia local, pois embora grandes eventos possam contribuir para gerar gastos turísticos, o custo para realizar tal evento é muito maior⁴⁹.

“Em vez de pensar que um mega evento é um investimento que vai gerar um grande impacto econômico, os organizadores deveriam encará-lo como uma forma de recompensa pelos esforços da população, uma forma de consumo público”, (Szymanski *apud* Dantas 2014).

No entanto, a imagem do país muda com a realização de grandes eventos, como o caso da Copa da Alemanha, em 2006, que mudou da imagem de um povo eficiente, mas frio, para um amigável e divertido (KRISTIANSEN, BRØDSTED *apud* DANTAS, 2014). De acordo com o ex técnico da Seleção brasileira, Carlos Alberto Parreira (2014), a Copa de 2014 teve ótimos estádios - embora muitos tenham sido entregues em cima da hora -, os jogos foram de qualidade e fora de campo os brasileiros mostraram hospitalidade e alegria, fazendo com que os problemas de mobilidade urbana e aeroportos ficassem pra trás. Ainda de acordo com Parreira, as dificuldades encontradas na realização da Copa são normais em países que não possuem infraestrutura e tem que começar a construção praticamente do zero, diferente de países como Alemanha, Inglaterra e Japão, que já possuíam grandes estádios e infraestrutura pronta. Para o ex-técnico, houve um pessimismo exagerado, inclusive por parte da imprensa brasileira, contribuindo para que o país passasse uma imagem de que a Copa não daria certo, - imagem retratada devido a escândalos de corrupção, falta de qualidade nos serviços prestados à população, obras em estádios com o dinheiro público, manifestações e economia estagnada.

A imagem transmitida ao mundo, de uma população insatisfeita com os gastos da Copa, tomou grande proporção com as manifestações ocorridas em 2013, ano da Copa das Confederações, também realizadas no país. As manifestações⁵⁰ começaram com as reivindicações da população contra o aumento das passagens do transporte público, anexando outras pautas com o decorrer do tempo, sendo a insatisfação com a corrupção o segundo item da pauta dos brasileiro, seguido de saúde, gastos com a Copa do Mundo/das Confederações, educação, PEC 37⁵¹, necessidade de mudança na política e contra a repressão policial. Marta Ferreira Santos Farah (2015), socióloga e professora de do Departamento de Gestão pública da FGV, aponta:

⁴⁹ As cidades de Porto-Alegre, Curitiba e Belo Horizonte são as que menos contam com a perspectiva esperada pela Copa, sendo os destinos já turísticos e ligados a natureza o que mais se beneficiaram das visitas estrangeiras.

⁵⁰ As manifestações levaram mais de 1 milhão de pessoas às ruas em 130 cidades.

⁵¹ A Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 37 dá poder exclusivo à polícia para realizar investigações criminais, retirando essa possibilidade do Ministério Público.

“Ainda que difusas e multifacetadas, as manifestações foram ouvidas pelos políticos: novos temas foram incorporados pela agenda de partidos à direita e à esquerda. Após as manifestações, disputaram lugar na mídia programas partidários que procuravam incorporar a voz das ruas (ou dela se apropriar). [...] Os temas levantados pelas manifestações repercutiram também na agenda governamental. No nível municipal e estadual, em vários pontos do país, foram revogados aumentos de tarifas de ônibus. No nível federal, medidas foram propostas em diversas áreas (responsabilidade fiscal, reforma política, mobilidade urbana, educação e saúde), em resposta à multifacetada agenda societária.”

A manifestação ocorrida no Brasil teve enorme repercussão internacional, gerando incômodos por parte da FIFA com a demora de um pronunciamento presidencial acerca da realização da Copa das Confederações. A entidade máxima do futebol só aceitou manter o torneio no Brasil pois a Presidente Dilma garantiu que se necessário colocaria o exército nas ruas para proteger os estádios, e em declarações em rede nacional, a Presidente pediu que o povo brasileiro respeitasse os estrangeiros tanto na Copa das Confederações, quanto na Copa do Mundo. A FIFA, no entanto avisou: ou muita coisa muda, ou não há como pensar em chegar ao Brasil com 32 seleções e 600 mil turistas estrangeiros (CHADE, 2013).

Além da FIFA, diversos países se mostraram preocupados com as manifestações de 2013 e a segurança oferecida ao país aos seus turistas estrangeiros. Em matéria do Globo Esporte (2013) - telejornal esportivo da maior emissora de televisão do Brasil-, o jornal espanhol *Mundo Deportivo* afirmou: “Brasil é um caos à espera da Copa do Mundo”, noticiando que o país sofre com inflação, corrupção e atraso nas obras, destacando as manifestações de junho e o descontentamento do presidente da FIFA, Joseph Blatter. A Itália também pegou carona no pronunciamento da vizinha Espanha e estampou no jornal *Gazzetta dello Sport* que o Brasil quer afastar os fantasmas, destacando também os custos elevados, a corrupção e os atrasos, além de demonstrar preocupação que manifestações piores pudessem ocorrer durante a Copa do Mundo, o jornal italiano escreveu:

“A Copa das Confederações rompeu com o encanto do Brasil e apagou uma imagem estereotipada e hipócrita do país do sorriso, carnaval e do futebol de praia com pés descalços. Hoje o Brasil é um gigante de 200 milhões de habitantes que vive uma crise de crescimento. Os brasileiros se endividaram até aos cabelos nos anos de euforia de Lula e agora foram empurrados contra a parede pelas taxas de juros de casas, carros e inflação. A corrupção continua no seu nível normal e o futebol foi o amplificador da revolta do povo. Ninguém hoje prevê o que acontecerá no próximo ano, nem mesmo se os estádios estarão todos completos – dizia a reportagem.” (GLOBO ESPORTE, 2013)⁵²

Americanos e ingleses também se manifestaram em relação a tensão iniciada em junho de 2013 no país. A rede americana *CNN* lembrou que o índice de assassinatos no Brasil

⁵² Em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,protestos-arruinam-imagem-do-brasil-e-preocupam-a-fifa,1045721>> Acesso em: 05 nov. 2015

estava superior ao do México, e questionou a falta de demonstração de espanto da população com crimes, usando de exemplo o assassinato do ex-jogador João Rodrigo, que foi decapitado por traficantes no Rio de Janeiro. O texto do jornal ainda ressaltava:

“Enquanto os tiquetes são vendidos com índices recordes, especialistas dizem que a violentas marchas de protesto que surgiram na Copa das Confederações, combinadas com manchetes sobre violência e crimes, devem fazer os fãs pensar duas vezes sobre levar suas famílias ao Brasil”, diz a reportagem. (ESPORTE INTERATIVO, 2013)⁵³

A rede estadunidense de televisão *FOX*, dedicou cerca de três minutos e meio para falar sobre ameaças terroristas feitas pela maior quadrilha do crime organizado de São Paulo, em meio ao seu horário nobre:

“Enquanto os jogadores da seleção dos Estados Unidos se preparam para a viagem para a Copa do Mundo de 2014, no Brasil, caos e violência continuam em parte do país-sede”, noticiou o âncora Shepard Smith. “A maior quadrilha de tráfico de drogas está prometendo a Copa do Mundo do terror, se as autoridades não atenderem às suas exigências”. (PERES, 2013)⁵⁴

O jornal inglês *Daily Mail*, o segundo maior do país, também publicou sobre a Copa do Mundo do terror, e destacou que os protestos que começaram em apoio à greve dos professores por melhores salários e também pelo transporte, levou milhões de pessoas às ruas contra o governo. O diário ainda avisou: “Ambos serão lembretes claros em meio à euforia dos fãs da Inglaterra que no próximo ano vão viajar para um país onde a segurança e a estabilidade não podem ser garantidas.” O jornal inglês também abordou uma entrevista do ministro do esporte Aldo Rebelo, em dezembro de 2013, em que o ministro defendia⁵⁵ que o Brasil tinha capacidade para receber o maior evento do futebol - e que problemas de violência e desigualdade todos os países possuem-, o jornal entendeu que o ministro assumiu o perigo que os estrangeiros serão expostos e publicou:

“Os torcedores ingleses foram avisados sobre o risco de serem esfaqueados ou estuprados nas ruas do Brasil durante a Copa do Mundo”, disse o *Mirror*. “Com aproximadamente 5 mil torcedores seguindo o time de Roy Hodgson no país, a avaliação surpreendente do verdadeiro cenário local, feita por um membro do governo, pode fazer com que repensem a ida ao Brasil” (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2013)⁵⁶.

⁵³ Em: <<http://www.caldeiraopolitico.com.br/materias/13856/2/Crime-brutal-faz-americanos-alertarem-turistas-sobre-Copa-no-Brasil>> Acesso em: 03 nov. 2015

⁵⁴ Em: <<http://marcosperes.blogosfera.uol.com.br/2013/10/17/se-o-brasil-esta-pronto-para-a-copa-do-mundo-nao-parece-afirma-apresentador-da-tv-americana/>> Acesso em: 03 nov. 2015

⁵⁵ “Aqui temos os casos de violência social, o crime comum, o assalto, que são deploráveis. E procuramos combater para nossa população, não por causa da Copa. Ninguém se sente confortável com estes episódios de arrastões, como acontece no Rio de Janeiro. Agora, nosso país não deve ser apresentado para o mundo como o único em que existe violência”, afirmou em coletiva.

⁵⁶ Em: <<http://epocanegocios.globo.com/Essa-E-Nossa/noticia/2013/12/tabloide-ingles-diz-que-torcedores-devem-repensar-vinda-ao-brasil.html>> Acesso em: 04 nov. 2015

O secretário-geral da FIFA, Jérôme Valcke, afirmou que se a Copa das Confederações, em 2013, não tivesse sido concluída em razão dos protestos, a Copa do Mundo de 2014 no Brasil estaria ameaçada. Valcke admitiu que os protestos assustaram a entidade e colocaram em dúvida a capacidade brasileira em realizar tamanho evento esportivo. O secretário-geral comentou que ninguém esperava que as manifestações tomassem a proporção que tomaram, e que a maior preocupação pra FIFA era garantir a segurança de todos os envolvidos com a Copa - jogadores, imprensa, torcedores etc. Valcke afirmou que seria pior para o Brasil não sediar a Copa, não só para a FIFA (AGÊNCIA ESTADO, 2013).⁵⁷

Embora a repercussão das manifestações tenham sido vistas de maneira a atrapalhar a Copa do Mundo e evidenciar os problemas do país em tão delicado momento de exposição mundial, o colunista do tabloide *Daily Mirror*, no mesmo dia da publicação do *Daily Mail* sobre a Copa do terror, defendeu a Copa no país e ressaltou que: “A Inglaterra é parte de um torneio que será mais especial do que qualquer outro enquanto eu viver, por causa do que o futebol representa para o país-sede”. O jornal alemão *Zeit* inclusive agradeceu os brasileiros, ressaltando que as federações esportivas devem repensar suas condutas, e apontou para algo que os alemães e também sul-africanos deveriam ter feito, nas respectivas Copas de 2006 e 2010: questionar os procedimentos da FIFA. As manifestações registradas no país foram voltadas à problemas sociais e crônicos, mas em época de Copa das Confederações, os protestos também foram direcionados à FIFA. *Zeit* concluiu também que os contratos restritivos que valem bilhões para prever a exclusividade dos patrocinadores bilionários, “e que os eventos precisam ser humildes, individuais e transparentes.”

Problemas com transparência e super gastos também foram apontados por diversos jornais internacionais, a exemplo do *The Guardian*, jornal inglês, que criticou as obras em atraso e ressaltou que “a nação está humilhada e frustrada com os gastos excessivos e os atrasos que atormentam a realização da Copa de 2014”. O jornal também frisou que o atraso na entrega e os problemas do Maracanã, salientando a “falência da burocracia” e colocando em questionamento a segurança oferecida para abrigar eventos (Ferreira, 2013). Os custos da Copa foram sendo alterados no decorrer do tempo, Segalla (2013) chama atenção para o valor total do empreendimento, que se continuasse a ser reajustado o país sediaria a Copa mais cara que o total investido nas duas últimas edições -, Alemanha e África do Sul. A Copa de 2014 foi a que mais rendeu lucros à FIFA, mas também a que mais custou à entidade - cerca de US\$

⁵⁷ Em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,jerome-valcke-confirma-que-protestos-quase-tiraram-copa-do-brasil,1104615>> Acesso em: 05 nov. 2015

2 bilhões -, os estádios também bateram recordes de gastos⁵⁸, fato que levou a população a “pedir” nas ruas por escolas e hospitais no padrão FIFA, e não estádios. O Brasil gastou aproximadamente 66% a mais do que previu em 2010 quando foi anunciado que sediaria os jogos (MIRANDA, 2014).

Para os autores do livro *Soccernomics*, Simon Kuper e Stefan Szymanski (2010 *apud* GAZETA DO POVO, 2014), “seducir o Mundial não traz nenhum legado econômico. Para os especialistas, um país ganha muito mais se investir o dinheiro em escolas e hospitais”. Para Martins (2014): “Futebol profissional é atividade privada. Deve jogar as regras de mercado. Não pode viver de financiamento público. Seria privilégio em relação a outros setores.” Na coletiva de imprensa em Havana, 2014, a Presidente Dilma ressaltou:

O Brasil é um país que tomou uma série de medidas para essa Copa. [...] O principal investimento está em todas as estruturas de aeroportos, em todas as estruturas de portos. Em todas as obras, que são muito maiores que a Copa, de mobilidade urbana. [...] É uma visão pequena não perceber a importância da Copa para o povo brasileiro e para o país”, afirmou.

A Copa com máxima transparência prometida pelo presidente Lula, em 2010 na África do Sul, e realizada no governo da Presidente Dilma em 2014, passou por grandes momentos e conflitos até ser realizada, e foi realizada com considerável sucesso, embora tenha gerado muita repercussão negativa no plano nacional e internacional desde sua indicação para sediar o Mundial.

O Mundial no país também foi marcada pela derrota brasileira para a grande Seleção Alemã, que venceu de 7x1, novamente uma humilhação em casa - relembrando o jogo na final contra o Uruguai -, ferindo o orgulho dos brasileiros, que em três meses após o jogo iriam às urnas escolher o novo representante do Estado. O resultado do jogo influenciou nas intenções de voto à presidência, não que tenha correlação entre os resultados das últimas eleições e o desempenho da seleção nas Copas, mas política e futebol se misturaram quando o país aceitou ser o anfitrião do Mundial. Felizmente a realização da Copa foi positiva, embora os inúmeros problemas já relatados, os aeroportos funcionaram bem, o acesso aos estádios ocorreu sem problemas, e a alegria dos brasileiros voltou a figurar nas publicações estrangeiras.

Cristian Klein (2014), repórter político, abriu espaço para questionar o 7 a 1 e as implicações que ele possuiu para além do futebol ou política, apontando para a formação da identidade nacional e da capacidade do Brasil - e dos brasileiros - em lidar com situações-

⁵⁸ O Maracanã já tinha sido reformado para o Mundial de Clubes da FIFA, em 2000, e para o Pan-Americano de 2007, e mesmo assim foi investido mais de 1,2 bilhão de reais na reforma. Outro exemplo é o estádio do Mané Garrincha, localizado no Distrito Federal, que liderou os gastos com mais de 1,4 bilhão investidos (Rosas, 2013).

limite, de estar pronto para momentos de decisão, o repórter exemplificou essa capacidade utilizando as competições esportivas e as derrotas que o Brasil sofreu mesmo quando era o favorito, a exemplo de Daiane dos Santos fora do pódio em Atenas, Rodrigo Pessoa que era o favorito no hipismo nos Jogos de Sidney em 2000, e claro, o 7 a 1 sofrido pela Alemanha, que em meia hora fez cinco gols na atordoada e anestesiada Seleção Brasileira. Todos esses exemplos citados por Klein reforçam a tese de que o atleta brasileiro não compete somente pelo país, mas para o país. A expectativa colocada nos atletas - muitas vezes chamados de heróis -, representa a expectativa de um país, e o atleta acaba se sentindo o responsável por trazer alegria à um povo que ainda sofre de “complexo de vira-lata”. Após a derrota para a Alemanha, o zagueiro David Luiz, chorando lamentou que “[...] só queria poder dar uma alegria ao meu povo, minha gente que sofre tanto já com inúmeras coisas”.

Baseado no crescente processo inflacionário, escândalos de corrupção, desvio de verba e a Copa do Mundo, a presidente Dilma Rousseff, segundo pesquisas realizadas para a eleição de 2014, sofreu uma queda das intenções de voto, sendo um dos principais agravantes possíveis para o resultado das eleições a saída do Brasil do Mundial (DEL DUCCA, 2014). Ainda de acordo com Del Ducca (2014), a inflação que estava na margem de 6% somada a um crescimento baixo mesmo com a influência do mundial, foi um fator determinante para o resultado das eleições que ocorreram em outubro de 2014, no qual a presidente Dilma foi reeleita com 51,65% dos votos apurados contra 48,35% do candidato Aécio Neves (ELEIÇÕES 2014, 2015), e para Del Ducca (2014), ainda não estava claro se sediar a Copa do Mundo foi algo benéfico para o país.

Dados oficiais da FIFA apontam que o Mundial no Brasil foi o que mais se gastou e ganhou dinheiro, sendo a Copa mais cara e lucrativa, que distribuiu mais prêmios, foi assistida por mais pessoas, teve em campo os jogadores mais caros, a que teve mais ingressos, mais jornalistas, maior audiência, maior gasto com os estádios - gasto três vezes maior que o indicado pela CBF à FIFA em 2007 (CHADE, 2014). Definitivamente, foi a “Copa das Copas”. De acordo com o Comitê Organizador da Brasileiro da Copa do Mundo, em dado divulgado em novembro de 2015, a Copa fechou o ano com saldo positivo, arrecadando R\$ 554,7 milhões em 2014, e R\$ 370 milhões em 2013, entretanto a receita foi consumida pelas despesas operacionais, e o lucro só ocorreu pois o caixa arrecadado foi aplicado e rendeu juros (TORRES, CARRANÇA, 2015). O último Balanço final para as Ações da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, edição número 6 do Ministério do Esporte, divulgado em dezembro de 2014, divulgou mais de 11 milhões de pedidos de ingressos para os jogos, público total de

3,43 milhões de espectadores, 32 centros de treinamento de seleções por todo o país, além de 28 campos oficiais de treinamento e uma média de 2,67 gols por partida, somando 171, o maior número da história das Copas.

Tanto dentro como fora de campo o saldo da Copa foi considerado positivo, com mais de 1 milhão de turistas de 202 países⁵⁹, mais de 3 milhões de turistas brasileiros viajando entre as cidades para prestigiar os jogos, aproximadamente 20.000 profissionais de comunicação fazendo a cobertura da Copa, aeroportos operando com índice de atrasos abaixo da média mundial (cerca de 17,8 milhões de passageiros nos 21 principais aeroportos do país entre 10 e 15 de junho) e aproximadamente 3 bilhões de interações nas redes sociais durante o Mundial. A pesquisa realizada pela Nielsen Sports, em outubro de 2014, constatou que 49% da população era a favor do evento, sendo a interação humana o ponto alvo do evento. Dados da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), aponta que para 83% dos turistas internacionais o Brasil atendeu plenamente ou superou suas expectativas, e 95% tem intenção de retornar ao país⁶⁰.

O Brasil pode ter melhorado sua imagem como destino turístico, mas a imprensa internacional insiste em apontar o país como irresponsável dos seus gastos e com inúmeros problemas provenientes principalmente da corrupção. A revista de economia *Business Insider*, em maio deste ano, 2015, escreveu uma matéria ressaltando que as coisas continuam piorando para o Brasil, citou o caso de corrupção da Petrobras, e afirmou que a Copa piorou os problemas do país e que o dinheiro deveria ter sido usado em projetos de infraestrutura, além de citar a inflação e a política de consolidação fiscal proposta pelo ministro Joaquim Levy, que segundo a revista econômica não dará certo⁶¹. Ainda de acordo com a publicação, as Olimpíadas podem deixar o Brasil numa crise ainda maior, assim como ocorreu com a Grécia. Em maio de 2015, o jornal famoso jornal americano *The New York Times* publicou uma matéria em que dizia que o Brasil gastou bilhões de dólares em estádios, e que até agora está tentando decidir o que fazer com eles.

O futebol no Brasil desde a Era Vargas se transformou numa política de Estado, homens de confiança do presidente eram designados a cuidar do esporte, políticos e presidentes investiam nas Copas, nos seus times, na imagem que ele traria se fosse campeão, e

⁵⁹ Dentre esses turistas 58,5% visitaram o Brasil pela primeira vez e 90,2% tinham a Copa como principal motivo da viagem (Dados do último Balanço Final para as Ações da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, edição número 6, dezembro de 2014).

⁶⁰ A média de permanência desses turistas foi de 15,7 dias e 491 municípios foram visitados.

⁶¹ "It's not going to work. But he's trying bravely"

os políticos brasileiros ainda se valem do futebol com fins políticos e de promoção pessoal (COSTA, 2014).

A Copa realizada no Brasil em 2014 teve inegáveis saldos positivos e um legado em infraestrutura que permanecerá beneficiando a população, entretanto a imagem que ficou um ano após a realização, ainda é a de um país que criou “elefantes brancos”, embora o evento tenha sido a maior festa de futebol já registrada, o tom negativo referente aos gastos, protestos, corrupção, infraestrutura, saúde, educação etc, ainda repercutem na mídia internacional, que aponta os estádios como “símbolo dos gastos exagerados e do legado desastroso da organização do torneio”.

5 CONCLUSÃO

Ao longo desse trabalho verificou-se que o *soft power* pode ser exercido de maneira positiva, melhorando a imagem do país e contribuindo para promoção internacional. No entanto, ele também pode ser usado, mesmo sem intenção, contra o *soft power* nacional, como foi o caso da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, que mesmo sendo um espetáculo, acabou repercutindo internacionalmente de uma maneira que os governantes não desejavam.

Nos exemplos percorridos no marco teórico foi possível observar a diferença entre *soft* e *hard power* e como os países, através do esporte e cultura, podem exercer *soft power* e se projetar internacionalmente através da propaganda e do *nation-branding*. O capítulo também mostrou como o Brasil, especificamente, se utiliza de agências de promoção para expor a imagem desejável, e a utilização do esporte como instrumento de *soft power* no caso da Haiti no Jogo da Paz, demonstrando como o esporte pode desempenhar um papel importante na diplomacia e transcender barreiras culturais.

No segundo capítulo foi possível observar o esporte como agente de transformação, e a contribuição do futebol para a formação de uma identidade brasileira, formada através de inúmeros fatores, mas sendo o futebol um fato de grande parcela que contribuiu para que o povo brasileiro se unisse em pró de algo e se sentisse parte de uma nação, principalmente através da seleção e dos jogos. Também foi possível notar que muitos governos e governantes se utilizaram do futebol para benefício próprio, como angariar votos, e que políticas foram pautadas pensando em como o futebol uniria a população e poderia ajudar a demonstrar desenvolvimento do país, como o caso da Copa de 1950 que foi utilizada tanto para políticos locais, quanto para mostrar ao mundo que o Brasil estava em um processo de desenvolvimento e tinha capacidade para realizar um grande espetáculo em tempo.

No último capítulo, a Copa de 2014 e a repercussão internacional, foi notável que o Brasil tentou utilizar o futebol e a realização de uma Copa do Mundo para demonstrar poder e desenvolvimento, mas não foi muito aceito, no decorrer do tempo, pela população, pois eventos de que demandam grandes investimento, quando o país está entre os de maiores desigualdades sociais no mundo, não recebem aceitação completa, reafirmando o argumento que o *soft power*, mesmo sem querer, pode agir contra os interesses nacionais e repercutir de

maneira negativa, como o que ocorreu com o Brasil através das notícias veiculadas internacionalmente, destacando um país perigoso, corrupto, com educação e saúde precárias.

Por fim, o futebol é uma ferramenta de *soft power* que ajuda a promover o país no cenário internacional, além de consolidar identidades, no entanto, ainda considerado, por vezes, irrelevante pela comunidade acadêmica, sendo tratado como secundário. Todavia, o prestígio que o esporte desempenha nas relações internacionais e a comprovação de que a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos são os eventos mais assistidos pela televisão, demonstram o grande alcance que possuem e o espaço que devem ter dentro de uma política de promoção nacional. Cabe aos países tratarem essa ferramenta como primária na execução direta e indireta de *soft power* e considerarem que o esporte/futebol rompe barreiras e é cada vez mais fundamental na diplomacia internacional.

6 REFERÊNCIAS

AMAZARRAY, Igor Chagas. **Futebol: O esporte como ferramenta política, seu papel diplomático e o prestígio internacional**. 2011. 70 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/40288/000827664.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 09 ago. 2015.

APEX. **APEX-BRASIL DEFINE AÇÕES DE MARKETING DE RELACIONAMENTO**. 2015. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/Noticia/APEX-BRASIL-DEFINE-ACOES-DE-MARKETING-DE-RELACIONAMENTO>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

AMBROSIO, Tauan. **Copa de 1950-2014: as principais mudanças que aconteceram desde então**: O que mudou de 1950 nos países que participaram daquele Mundial até os dias atuais? E em relação aos que participarão no próximo ano? No futebol muita coisa está diferente.... 2013. Disponível em: <<http://www.goal.com/br/news/619/especiais/2013/11/21/4422996/copa-1950-2014-as-principais-mudancas-que-aconteceram-desde>>. Acesso em: 27 out. 2015.

ARMSTRONG, Gary; ROSBROOK-THOMPSON, James. The role of sport in soft power projection. **Icss Journal**. Doha, 1 jan. 2000. p. 1-3. Disponível em: <<http://icss-journal.newsdeskmedia.com/the-role-of-sport-in-soft-power-projection>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

BARROS, Ciro. **As lições de 1950 para 2014**: O que a Copa de 1950 tem a nos ensinar? Autores do livro “1950: O Preço de Uma Copa” respondem. 2012. Disponível em: <<http://apublica.org/2012/10/licoes-copa-1950-copa-do-mundo-2014-megaeventos/>>. Acesso em: 23 set. 2015.

BERTONHA, Fábio. **Hard, soft ou smart Power?**: Perspectivas para a nova política externa dos Estados Unidos, por João Fábio Bertonha. 2009. Mundorama. Disponível em: <<http://mundorama.net/2009/03/24/hard-soft-ou-smart-power-perspectivas-para-a-nova-politica-externa-dos-estados-unidos-por-joao-fabio-berthonha/>>. Acesso em: 2 set. 2015.

BITTENCOURT, Fabiano. **Por que o Brasil é o país do futebol?** 2006. Edição 226. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/ciencia/por-que-o-brasil-e-o-pais-do-futebol>>. Acesso em: 24 out. 2015.

BRASIL. Portal Brasil. Governo Federal. **Copa do Mundo fortalece imagem do Brasil como destino turístico**. 2014. Disponível em:

BRASIL DE FATO: Na Copa, Lutar pelo Brasil. São Paulo, 27 mar. 2015. Disponível em: <<http://www.brasildefato.com.br/node/27912>>. Acesso em: 20 nov. 2015. <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/08/copa-do-mundo-fortalece-imagem-do-brasil-como-destino-turistico>>. Acesso em: 09 nov. 2015.

BUARQUE, Daniel. **Com 'legado desastroso', Copa continua afetando a imagem do Brasil no mundo.** 2015. Disponível em: <<http://brasilianismo.blogosfera.uol.com.br/2015/05/19/com-legado-desastroso-copa-continua-afetando-a-imagem-do-brasil-no-mundo/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

CABO, Alvaro Vicente do. A imprensa e as Copas do Mundo de futebol no Mercosul. **II Seminário Interno PPGCOM**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 6, p.1-13, 5 dez. 2008. Anual. Edição Especial. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_11ex/10_AlvaroCABO_IISeminarioPPGCOM.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2015.

CHADE, Jamil. **Copa no Brasil baterá todos os recordes financeiros da história do futebol:** Dados oficiais da FIFA apontam que Mundial de 2014 foi o que mais se ganhou e gastou dinheiro. 2014. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,copa-no-brasil-batera-todos-os-recordes-financeiros-da-historia-do-futebol,1170551>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

_____. **Protestos arruinam imagem do Brasil e preocupam a FIFA.** 2013. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,protestos-arruinam-imagem-do-brasil-e-preocupam-a-fifa,1045721>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

COLLI, Eduardo. **Universo Olímpico-Uma Enciclopédia das Olimpíadas.**São Paulo: Codex, 2004. 656 p.

DANIEL, João; SANTORO, Maurício. **A diplomacia dos Gramados:** Em diferentes momentos da história, o futebol ajudou os governos a construir uma imagem positiva do Brasil, dentro e fora do país. 2009. Disponível em: <<http://revistadehistoria.com.br/secao/artigos/a-diplomacia-dos-gramados>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

DANTAS, Tiago. **Copa não melhora economia e infraestrutura dos países-sede, dizem estudos.** 2013. Elaborada por: UOL Copa. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/12/19/copa-do-mundo-e-olimpiadas-nao-melhoram-economia-dos-paises-dizem-estudos.htm>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

DIAS, Cleber Augusto Gonçalves. HISTÓRIA POLÍTICA DO FUTEBOL BRASILEIRO – RESENHA. **Recorde: Revista de História do Esporte**, Campinas, v. 1, n. 1, p.1-7, 20 mar. 2008. Mensal. Disponível em: <http://www.sport.ifcs.ufrj.br/recorde/pdf/recordeV1N1_2008_21.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2015.

DUCCA, Maria Fernanda del. **E depois da Copa?:** Uma análise da política econômica brasileira em período de eleição, por Maria Fernanda L. F. Del Ducca. 2014. Elaborada por: Mundorama. Disponível em: <<http://mundorama.net/2014/07/07/e-depois-da-copa-uma-analise-da-politica-economica-brasileira-em-periodo-de-eleicao-por-maria-fernanda-l-f-del-ducca/>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

ELEIÇÕES 2014. *Pesquisa eleitoral para presidente*. S.l.: Eleições 2014, Jul. 2014. Disponível em: <<http://www.eleicoes2014.com.br/pesquisa-eleitoral-para-presidente/>> Acesso em: 07 nov. 2015.

ESPORTE INTERATIVO. **Crime brutal faz americanos alertarem turistas sobre Copa no Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://www.caldeiraopolitico.com.br/materias/13856/2/Crime-brutal-faz-americanos-alertarem-turistas-sobre-Copa-no-Brasil>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

ESPORTE, Ministério do. **Balanco Final para as Ações da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014**. 6. ed. [s.i]: Ministério do Esporte, 2014. 106 p. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/6_Balanco_Copa_dez_2014.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2015.

ESPORTES, R7. **"Obrigado, Brasil!", diz jornal alemão depois de manifestações contra a FIFA**. 2013. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/futebol/copa-das-confederacoes-2013/obrigado-brasil-diz-jornal-alemao-depois-de-manifestacoes-contra-a-fifa-25062013>>. Acesso em: 29 out. 2015.

ESTADÃO. **Jérôme Valcke confirma que protestos quase tiraram Copa do Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,jerome-valcke-confirma-que-protestos-quase-tiraram-copa-do-brasil,1104615>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

EXAME. **6 diferenças marcantes entre esta Copa e a de 1950**. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/6-diferencas-marcantes-entre-esta-copa-e-a-de-1950>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

EXTERIORES, Ministério das Relações. **Cooperação Esportiva**. 2015. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3688&catid=191&Itemid=439&lang=pt-BR>. Acesso em: 11 out. 2015.

FARAH, Marta Santos. **Política e sociedade: as manifestações de rua de 2013 e 2015**. 2015. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/gestao-politica-e-sociedade/politica-e-sociedade-as-manifestacoes-de-rua-de-2013-e-2015/>>. Acesso em: 09 nov. 2015.

FAVERO, Miranda. **Futebol exportação**. 2010. Disponível em: <<http://www.ludopedio.com.br/arquibancada/futebol-exportacao/>>. Acesso em: 21 set. 2015.

_____. **Globalização, mercantilização e geopolítica do futebol**. 2006. 60 f. TCC (Graduação) - Curso de Geografia, Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <[http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/165016_Favero\(TCC\) - Globalizacao, mercantilizacao e geopolitica do futebol.pdf](http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/165016_Favero(TCC) - Globalizacao, mercantilizacao e geopolitica do futebol.pdf)>. Acesso em: 19 out. 2015.

FOLHA, Livraria da. **Se fosse um país, Fifa seria o quarto mais populoso do mundo**. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/livrariadafolha/2015/05/1634852-se-fosse-um-pais-fifa-seria-o-quarto-mais-populoso-do-mundo.shtml>>. Acesso em: 29 set. 2015

FOLHA. **Número de jogadores "exportados" não bate com informações do Banco Central.** 2007. Elaborada por: Folha de S. Paulo - mercado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0107200719.htm>>. Acesso em: 18 set. 2015.

FOLHA POLÍTICA. **FIFA aceitou manter Copa no Brasil após Dilma garantir que convocará o Exército se necessário.** 2013. Disponível em: <<http://www.folhapolitica.org/2013/12/fifa-aceitou-manter-copa-no-brasil-apos.html>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

_____. **"Brasil está humilhado pela corrupção nas obras da Copa", afirma jornal inglês.** 2013. Disponível em: <<http://www.folhapolitica.org/2013/06/brasil-esta-humilhado-pela-corrupcao.html>>. Acesso em: 18 nov. 2015.

FRANÇA, Breno. **Futebol foi instrumento político durante a ditadura militar.** 2014. Disponível em: <<http://www.usp.br/aun/exibir.php?id=5933>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

FUTEBOL CAMPEÃO FOI POLÍTICA DO ESTADO. São Paulo, 03 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/politica/3572184/futebol-campeao-foi-politica-do-estado>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

GALDIOLI, Andreza da Silva. **A Cultura Norte-americana como um Instrumento do Soft Power dos Estados Unidos: o caso do Brasil durante a Política da Boa Vizinhança.** 2008. 147 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Relações Internacionais, Programa de Pós-graduação em Relações Internacionais San Tiago Dantas (unesp, Unicamp e Puc-SP), São Paulo, 2008. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/96282/galdioli_as_me_mar.pdf?sequence=1>. Acesso em: 21 nov. 2015.

GARCIA-NAVARRO, Lourdes. **Brazil's World Cup Legacy Includes \$550M Stadium-Turned-Parking Lot.** 2015. Disponível em: <<http://www.npr.org/sections/parallels/2015/05/11/405955547/brazils-world-cup-legacy-includes-550m-stadium-turned-parking-lot>>. Acesso em: 07 nov. 2015.

GERBELLI, Luiz Guilherme. **Bom para o país e ruim para o futebol.** 2015. O Estado de S. Paulo. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,bom-para-o-pais-e-ruim-para-o-futebol-imp-,1680233>>. Acesso em: 19 out. 2015.

GIGLIO, Sérgio Settani; RUBIO, Kátia. Futebol profissional: o mercado e as práticas de liberdade. **Rev. bras. educ. fís. esporte**, São Paulo, v. 27, n. 3, p. 387-400, Setembro 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-55092013000300006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 23 Nov. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S1807-55092013000300006>.

GLOBO ESPORTE: Jornal espanhol afirma: 'Brasil é um caos à espera da Copa do Mundo'. Rio de Janeiro, 03 dez. 2013. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2013/12/jornal-espanhol-afirma-brasil-e-um-caos-espera-da-copa-do-mundo.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

GOMES. **A FIFA e a intervenção de terceiros no futebol:** A nova regulamentação da FIFA a respeito dos direitos econômicos é um golpe contra o Futebol Leia mais: <http://jus.com.br/artigos/42831/a-fifa-e-a-intervencao-de-terceiros-no>

futebol#ixzz3sKZYnrPa. 2015. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/42831/a-fifa-e-a-intervencao-de-terceiros-no-futebol>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

GOMIDE, Camilo. **A Copa perdida.** 2013. Disponível em: <<http://www.revistaplaneta.com.br/a-copa-perdida/>>. Acesso em: 10 out. 2015.

HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antonio Jorge. **A Invenção do País do Futebol: Mídia, Raça e Idolatria.** 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2012. 162 p

HOBBSAWM, Eric J.. **Nações e Nacionalismo desde 1780.** São Paulo: Paz e Terra, 1990. 230 p. Tradução de: Maria Paoli, Anna Quirino.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de. **A história entra em campo.** 2010. Disponível em: <<http://cienciahoje.uol.com.br/revista-ch/2010/269/a-historia-entra-em-campo>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

KAWAGUTI, Luis. **'Não perceber importância da Copa é visão pequena', diz Dilma.** 2014. Elaborada por: BBC Brasil. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/01/140128_dilma_cuba_pai_lk>. Acesso em: 19 nov. 2015.

KLEIN, Cristian. **Presidencialismo, vexame e voto.** 2014. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/politica/3609090/presidencialismo-vexame-e-voto>>. Acesso em: 08 nov. 2015.

KUPER, Simon; SZYMANSKI, Stefan. **Felicidade. Por que sediar uma Copa do Mundo é bom pra você?** 2015. Disponível em: <http://www.coletiva.org/site/index.php?option=com_k2&view=item&id=111:felicidade-por-que-sediar-uma-copa-do-mundo-é-bom-pra-você>. Acesso em: 12 nov. 2015.

LISE, Riqueldi et al. **Copa do Mundo de 1950: a imprensa e os jogos realizados em Curitiba. Esporte e Sociedade.** Rio de Janeiro, n.14, 2010. Disponível em: <<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es1405.pdf>> Acesso em: 27 out. 2015.

MARTINS, Célio. **Copa superfaturada com os estádios mais caros da história.** 2014. Elaborada por: Gazeta do povo. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/certas-palavras/copa-superfaturada-com-os-estadios-mais-caros-da-historia/>>. Acesso em: 18 nov. 2015.

MBPRESS. **O Brasil em Copas do Mundo.** 2014. Disponível em: <<http://esporte.hsw.uol.com.br/copa-do-mundo5.htm>>. Acesso em: 19 set. 2015.

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

MOURA, Gisella de Araujo. **O Rio corre para o Maracanã.** Rio de Janeiro: Fgv, 1998. 168 p.

NYE, Jr., Joseph S. **Soft Power, Hard Power and Leadership**. 2006. Disponível em: <http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/talks/docs/11_06_06_seminar_Nye_HP_SP_Leadership.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2015.

_____. “Soft Power”. **Foreign Policy**. nº 80, p 153-171, 1990. Disponível em: <<http://faculty.maxwell.syr.edu/rdenever/PPA-730-27/Nye%201990.pdf>> Acesso em: 11 ago. 2015

_____. **“Soft Power: the means to success in world politics”**. New York. PublicAffairs, 2004.

_____. “Think again: soft power”. **Foreign Policy**. 23 de fevereiro de 2006. Disponível em: <<http://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>> Acesso em: 10 ago. 2015.

_____. “The Olympics and Chinese Soft Power”. **The Huffington Post**. 24 de agosto de 2008. Disponível em: <<http://www.huffingtonpost.com/joseph-nye/the-olympics-and-chinese-b-120909.html>> Acesso em: 11 ago. 2015.

NEGRI, Toni. **O futebol está preso numa camisa-de-força**. 2002. Folha de S. Paulo - esporte. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2006200235.htm>>. Acesso em: 17 out. 2015.

NERY, André Luís. **Brasil exporta mais atletas, mas ganha menos**. 2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL76511-9356,00-BRASIL+EXPORTA+MAIS+ATLETAS+MAS+GANHA+MENOS.html>. Acesso em: 30 set. 2015.

OLIVEIRA, Pedro et al. **A importância do esporte como política pública no Brasil**. 2011. Revista Digital. Buenos Aires, Ano 16, Nº 162, Novembro de 2011. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd162/esporte-como-politica-publica-no-brasil.htm>>. Acesso em: 08 nov. 2015.

PARREIRA, Carlos Alberto. **Pouca gente esperava uma copa tão bonita**. 2014. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3606764/pouca-gente-esperava-uma-copa-tao-bonita>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

PAZ, Parceiros Pela. **O dia em que o Brasil esteve aqui**. 2009. Missões de Paz das Nações Unidas. Disponível em: <<https://parceirospela paz.wordpress.com/2009/10/06/o-dia-em-que-o-brasil-esteve-aqui/>>. Acesso em: 14 out. 2015.

PERES, Marco. **Se o Brasil está pronto para a Copa do Mundo, não parece**. 2013. Disponível em: <<http://marcosperes.blogosfera.uol.com.br/2013/10/17/se-o-brasil-esta-pronto-para-a-copa-do-mundo-nao-parece-afirma-apresentador-da-tv-americana/>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

POLÍTICA, G1. **Lula diz que Copa de 2014 'terá máxima transparência'**. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/07/lula-diz-que-copa-de-2014-tera-maxima-transparencia.html>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

PORTELA, Vanessa Queiroz. **O ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS**. 2014. 87 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Centro de Ciência Humanas, Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/user/Downloads/Monografia_Vanessa_Revisao16_01_2014_FINAL.pdf>. Acesso em: 27 set. 2015.

POVO, Gazeta do. **Exportação de atletas brasileiros diminui, mas país ainda é líder**. 2015. Esportes. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/esportes/exportacao-de-atletas-brasileiros-diminui-mas-pais-ainda-e-lider-ejbl0blds115ws5xfgr58z5n2>>. Acesso em: 09 out. 2015.

RAMOS, Raphael. **Políticos usaram Copa do Mundo de 1950 para fazer campanha: Mundial foi usado pelos governantes da época para tentar melhorar a imagem do País no exterior**. 2014. O Estado de S. Paulo. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,policos-usaram-copa-do-mundo-de-1950-para-fazer-campanha>>. Acesso em: 09 nov. 2015.

REIS, Bruno Cardoso. O poder e as relações internacionais: Entrevista com Joseph Nye. **Relações Internacionais**, Lisboa, n. 31, set. 2011. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-91992011000300015&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 23 nov. 2015.

RIBEIRO, Luiz Carlos. **Brasil: futebol e identidade nacional**. 2003. Revista Digital - Buenos Aires - Ano 8 - N° 56 - Janeiro de 2003. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd56/futebol.htm>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

RODRIGUES, Gustavo Santos. **Nation Branding: Construindo a Imagem de uma Nação**. São Paulo, 2009. 109 slides, color. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/isotipo/nation-branding-construindo-a-imagem-de-uma-nao>>. Acesso em: 18 nov. 2015.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993. p.51- 52: Complexo de vira-latas. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cdrom/rodrigues03/rodrigues3.pdf>> Acesso em: 07 nov. 2015.

RICHTER, Wolf. **Things just keep getting worse for Brazil**. 2015. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/things-just-keep-getting-worse-for-brazil-2015-5>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

ROSA, Alexandre. **Copa do Mundo no Brasil: “A história se repete, a primeira vez como tragédia e a segunda como farsa”(?)**. 2013. Disponível em: <<https://labjuv.wordpress.com/2013/07/08/copa-do-mundo-no-brasil-a-historia-se-repete-a-primeira-vez-como-tragedia-e-a-segunda-como-farsa/>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

ROSAS, Frederico. **Brasil chega à Copa de 2014 como campeão de gastos em estádios**. 2013. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2013/11/25/economia/1385384409_505409.html>. Acesso em: 11 nov. 2015.

SANTORO, Maurício. **Futebol e política externa no Brasil**. 2014. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/mauricio-santoro/futebol-e-politica-externa-no-brasil_b_5460942.html>. Acesso em: 13 nov. 2015.

SANTOS, André Carazza dos. **A Copa do Mundo no Brasil (1950): Belo Horizonte e o ideal de cidade almejado para encantar os estrangeiros**. 2005. Revista Digital - Buenos Aires - Ano 10 - N° 86 - Julho de 2005. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd86/copa.htm>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

SEGALA, Vinícius. **Copa no Brasil custa mais caro que as três últimas edições somadas**. 2011. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/copa-2014/ultimas-noticias/2011/06/29/copa-no-brasil-podera-ser-mais-cara-do-que-todas-as-outras-juntas.htm>>. Acesso em: 31 out. 2015.

SILVA, Daniele Dionisio da. Operações de paz à brasileira - uma reflexão teórica, contextual e historiográfica: um estudo de caso da Minustah.. In: 3° ENCONTRO NACIONAL ABRI 2001, 3., 2011, São Paulo. **Proceedings online...** Associação Brasileira de Relações Internacionais Instituto de Relações Internacionais - USP, Disponível em: <http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC000000122011000100060&lng=en&nrm=abn>. Acesso em: 07 set. 2015.

SILVA, Luíz Inácio Lula da. **Discurso do Presidente da República: Cerimônia de anúncio do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014**. 2007. Elaborada por: Biblioteca Presidencial. Disponível em: <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/2o-mandato/2007/2o-semester/30-10-2007-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-cerimonia-de-anuncio-do-brasil-como-sede-da-copa-do-mundo-de-2014/>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

SUPLICY, Marta. **O "soft power" brasileiro**. 2013. Elaborada por: Folha de S. Paulo - opinião. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaao/95343-o-quotsoft-powerquot-brasileiro.shtml>>. Acesso em: 12 ago. 2015.

TERRA. **Copa 1950 x Copa 2014**. Elaborada por: Terra na Copa. Disponível em: <<http://esportes.terra.com.br/infograficos/copa-1950-x-copa-2014/>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

TORRES; CARRANÇA. **A Copa deu lucro**. 2015. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/valor-investe/casa-das-caldeiras/4301308/copa-deu-lucro>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

VASCONCELLOS, Douglas Wanderley de. **Esporte, Poder e Relações Internacionais**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2011. 267 p. Disponível em: <<http://www.funag.gov.br/biblioteca/dmdocuments/534.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2015.

UOL. **Cinco anos após ser escolhido sede, Brasil muda planos e organiza Copa com verba pública**. 2012. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2012/10/30/cinco-anos-apos- virar-pais-sede-brasil-organiza-copa-com-ajuda-de-governo-e-verba-publica.htm#fotoNavId=as2139798>>. Acesso em: 31 out. 2015.

VICTORINO, Vinícius. **Tabloide inglês diz que torcedores devem repensar vinda ao Brasil.** 2013. Elaborada por: Época Negócios. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Essa-E-Nossa/noticia/2013/12/tabloide-ingles-diz-que-torcedores-devem-repensar-vinda-ao-brasil.html>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

ZERO HORA: Cronologia da candidatura do Brasil à Copa do Mundo de 2014. Porto Alegre, 30 out. 2007. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticia/2007/10/cronologia-da-candidatura-do-brasil-a-copa-do-mundo-de-2014-1662987.html>>. Acesso em: 05 nov. 2015.