

# BJIR

Brazilian Journal of  
International Relations

ISSN: 2237-7743 | Edição Quadrimestral | volume 4 | edição nº 1 | 2015

*Esportes, Megaeventos Esportivos  
e Relações Internacionais*

Luís Antonio Paulino

 **Igepri**  
Instituto de Gestão Pública e  
Relações Internacionais

 **unesp**  
Universidade Estadual Paulista  
"Júlio de Mesquita Filho"

*A Brazilian Journal Of International Relations (BJIR) está indexada no International Political Science Abstracts (IPSA),  
EBSCO Publishing e Latindex*

## ESPORTES, MEGAEVENTOS ESPORTIVOS E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Luís Antonio Paulino<sup>1</sup>

**Resumo:** O objetivo deste artigo é analisar a importância do esporte para as relações internacionais, tendo por base a experiência recente de países que organizaram megaeventos esportivos, tais como os Jogos Olímpicos e a Copa Mundial de Futebol da FIFA, nomeadamente a China, o Reino Unido e o Brasil. Partimos de duas premissas gerais. A primeira é que as competições esportivas são eventos cada vez mais internacionalizados; a segunda é de que esses megaeventos esportivos têm importância cada vez maior para as relações internacionais. Conquistar o direito de organizar esses megaeventos esportivos, além de demonstração de prestígio internacional, é uma oportunidade única para os países e cidades projetarem uma imagem positiva para o mundo e atraírem investimentos e negócios.

**Palavras-chave:** Esporte, Relações Internacionais, Diplomacia Pública.

## SPORTS, SPORT MEGA EVENTS AND INTERNATIONAL RELATIONS

**Abstract:** The objective of this paper is to analyze the importance of sport for international relations, based on the recent experience of countries that organized sports mega-events such as the Olympic Games and the Football World Cup FIFA, namely China, the United Kingdom and Brazil. We start with two general assumptions. The first is that sports competitions are increasingly internationalized; the second is that these sports mega events have become increasingly important for international relations. Win the right to organize these sports mega events, along with international prestige demonstration, is a unique opportunity for countries and cities projecting a positive image to the world and attract investment and business.

**Key-words:** Sport, International Relations, Public Diplomacy.

---

<sup>1</sup> Luís Antonio Paulino é professor da Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC) da Unesp/Campus de Marília. Ex-Assessor-Chefe do Gabinete do Ministro do Esporte (2012-2014).

<https://doi.org/10.36311/2237-7743.2015.v4n1.04.p21>

BJIR, Marília, v. 4, n. 1, p. 21-37, jan/abr. 2015

## Introdução

Por estar inserido cada vez mais profundamente na lógica de funcionamento do capitalismo global, o esporte reproduz de forma cristalina, em seu microcosmo, as relações e contradições da sociedade atual em temas como globalização, nacionalismo, gênero, raça, classe, propriedade, política nacional e internacional. A relação entre o esporte e a política, nomeadamente a política internacional, é um fato bem documentado. Apenas para ficar num conhecido exemplo, uma das mudanças mais importantes na geopolítica internacional do século XX - a reaproximação entre a China e os Estados Unidos - teve início com um jogo de tênis de mesa, a chamada "Diplomacia do Ping-Pong". A tal respeito, Griffin (2014:58) afirma:

Ao nível diplomático, um encontro entre os dois países era considerado impossível. Mao teria sido demolido pelos radicais esquerdistas de seu partido por aproximar-se diretamente dos americanos, da mesma forma que Richard Nixon teria sido acusado de traição pela direita republicana por fazer uma aceno de reconciliação para os chineses. Mas os primeiros passos entre as duas distantes nações não foram dados pelos políticos; eles foram conduzidos por jogadores de ping-pong". (tradução nossa).

O esporte pode nos falar muito sobre relações internacionais e é um excelente prisma através do qual podemos observá-las. As relações internacionais, no caso do esporte, envolvem países, cidades, regiões, clubes, atletas e seus agentes, torcedores, federações, confederações, organizações não governamentais internacionais como a *Fédération Internationale of Football Association* (FIFA), o Comitê Olímpico Internacional (COI), a Agência Mundial Antidoping (WADA), empresas de comunicação, multinacionais, anunciantes e outros agentes que prosperam à sombra do mundo do esporte, como a indústria do jogo e das apostas.

Para grande parte da opinião pública, o conceito de "relações internacionais" está fortemente associado ao esporte. Como afirma Taylor (2004:129):

Os negócios entre a Austrália e o Reino Unido, por exemplo, são conduzidos (na opinião do público) quase que exclusivamente no campo dos vários esportes. Quem sabe no que consiste o diálogo entre os governos dessas duas nações? Quem se importa? Mas quando se trata de produzir um time de rúgbi ou críquete capaz de derrotar os australianos, milhões de britânicos realmente se importam. Eles querem saber como os australianos aprenderam a produzir tão bons jogadores; como eles organizam seu esporte e o que podemos aprender com eles. (tradução nossa).

*Mutatis mutandis*, poderíamos dizer o mesmo sobre as relações entre Brasil e Argentina. Apesar da complexidade das relações entre os dois países que envolve atores e temas os mais diversos e complexos, como Mercosul, protecionismo, controles cambiais, tributação, investimentos, o que importa para grande parte da opinião pública é se o Brasil vai superar a Argentina em campo.

### **Esporte, Globalização e Nacionalismo**

O processo de globalização é contraditório. Para Giddens (1991:69):

A globalização pode ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa.

Entretanto, é preciso considerar que justaposto a esse movimento que transforma as localidades em nós da grande rede global, interconectada pelos mais diferentes canais, assistimos a um movimento de fragmentação do mundo, que se expressa, entre outras coisas, pelo multiculturalismo, pela xenofobia, pelos fundamentalismos religiosos, pelo regionalismo, pelo separatismo e tantos outros fenômenos que, de alguma forma, tentam responder ao sentimento de despertencimento e desamparo que toma conta das pessoas.

O esporte reflete claramente essa contradição e pode servir a diferentes causas. Quanto mais popular é um esporte, maior o seu potencial de servir de elemento de afirmação da identidade de uma determinada comunidade, região ou país. Como afirmam Levermore e Budd (2003:10):

A globalização do esporte, do mesmo modo que o conjunto mais geral de práticas globalizantes, não é um claro processo linear, mas dialético entre nacionalismo e internacionalismo, o distante e o local, o imediato e o mediatizado, o pessoal e o impessoal. (tradução nossa).

O esporte tanto pode atuar no sentido de reforçar o sentimento de identidade nacional, quanto no sentido de criar novas identidades, reforçando sentimentos regionalistas e até mesmo separatistas. Nos Jogos Olímpicos, por exemplo, o Reino Unido se apresenta com uma única equipe representando toda a comunidade britânica. Já no futebol, Inglaterra e Escócia protagonizam um das rivalidades mais antigas, desde que as duas seleções se enfrentaram pela primeira vez, em 1872. Na Espanha, a rivalidade entre Barcelona e Real Madrid revela e reforça o forte antagonismo regional existente entre a Catalunha e a região de Castela; o mesmo podendo ser dito em relação ao Atlético de Bilbao, do País Basco. Por outro lado, o

futebol é das poucas coisas capazes de unir todos os espanhóis em torno da bandeira da Espanha. Quando a seleção espanhola vai a campo, com os jogadores do Barcelona e do Real Madrid jogando juntos, as diferenças desaparecem. Em virtude das cicatrizes deixadas pelo regime fascista de Franco na sociedade espanhola, os espanhóis têm, de forma geral, resistência de utilizar a bandeira nacional em manifestações públicas, pelas lembranças que isso traz do regime franquista. Entretanto, quando a Espanha venceu a Copa da Mundo de 2010, os espanhóis foram às ruas agitando a bandeira da Espanha, se reencontrando com a nação.

O esporte também cria identidades globais: astros do futebol, do tênis, do automobilismo e de outros esportes populares em todo o mundo acumulam legiões de fãs ao redor do Globo. Astros do futebol, como Messi, Ronaldo, Cristiano Ronaldo e Neymar têm milhões de fãs. O caso do Manchester United é emblemático. Apenas na China, o Manchester United têm 80 milhões de seguidores registrados em seu site, ou seja, o número de torcedores do Manchester United na China é quase o dobro da população da Inglaterra. Há grupos de torcedores organizados do Manchester em todo o mundo, inclusive no Brasil.

Quanto mais popular é uma modalidade esportiva em um país, maior é o seu potencial para promover e reforçar o sentido de identidade nacional. Por isso, o futebol, como esporte mais popular do mundo, promove um sentimento de identidade nacional e de rivalidade internacional, como poucas coisas são capazes de fazer.

Pascal Boniface (2010:59), autor do livro *Football & Mondialization*, afirma o seguinte:

A definição clássica de estado repousa sobre três critérios tradicionais: um território, uma população, um governo. Nós podemos acrescentar um quarto: uma equipe nacional de futebol. Atualmente, a independência nacional se caracteriza pela capacidade de defender as suas fronteiras, emitir moeda e disputar competições de futebol no plano internacional. (tradução nossa).

Muitos territórios, possessões ou colônias tão logo se tornaram países, imediatamente trataram de formar suas seleções nacionais de futebol, como forma de reafirmar sua soberania. Isso ocorreu com diversas jovens repúblicas da África e mesmos as repúblicas que se formaram logo após o fim da União Soviética ou da desintegração da antiga Iugoslávia. Esses novos países, ao mesmo tempo que criaram uma bandeira, um hino e um exército, criaram seu time nacional de futebol, como forma de dizer: agora somos um país. O Sudão do Sul, o mais jovem país do mundo, no dia 10 de julho de 2011, na véspera de sua independência, organizou um jogo da seleção sul-sudanesa, num campo de terra, na capital

Juba, para marcar seu nascimento como estado independente. Angola, que conquistou sua independência em 1975, quando se classificou para Copa de 2006, na Alemanha, fez uma grande festa popular na qual as pessoas cantavam nas ruas de Luanda: "Nós somos um país".

Evidentemente poderia se observar que existe uma diferença muito grande entre as competições esportivas e as disputas nacionais e internacionais decorrentes de conflitos de interesses econômicos, rivalidades étnicas ou religiosas. Mas o esporte, como espécie de religião secular, com centenas de milhões de seguidores em todo o mundo, está inserido no mesmo contexto. Como afirma, Hill (2003:9):

Enquanto as disputas de críquete entre a Índia e o Paquistão são de importância secundária comparada com a recente ameaça de guerra entre os dois países, elas são recortadas do mesmo tecido das relações sociais e internacionais e se inserem no mesmo arcabouço de ideias e práticas sociais. Consequentemente, nós afirmamos que um conhecimento mais profundo da dinâmica global do esporte pode levar a um melhor entendimento do ambiente internacional. (tradução nossa).

### **Esporte e Governança**

Ao lado da globalização, outro tema de interesse para a área de RI, sobre cuja natureza e prática o mundo do esporte projeta luz, é o da governança. Conforme afirma Lee (2002:112):

Para a economia política, o debate sobre governança está concentrado primeiramente na relação entre as fontes de autoridade política e o mercado. Como os atores privados, nomeadamente as corporações transnacionais e as organizações não governamentais, têm adquirido maior importância, aumenta o espaço para uma abordagem mais centrada na sociedade na formulação das políticas e na governança dos mercados. Assim, aumenta a complexidade das relações entre um número cada vez maior de agentes públicos e privados, desafiando a capacidade política e institucional do estado para conduzir as escolhas políticas que afetam a sociedade e a economia. O esporte não está imune a estes conflitos entre a regulação pública e o poder privado que estão no centro do debate sobre a governança. (tradução nossa).

Um dos pontos sobre o qual os estudos sobre a globalização mais chama atenção é o da perda crescente de autonomia dos estados nacionais para conduzir as escolhas políticas em seu território. Essa perda relativa de capacidade reguladora do Estado decorre do aumento da interdependência global, da emergência de novos atores não-estatais com grande poder político e econômico, especialmente as grandes corporações transnacionais. Temas, até então na esfera estritamente nacional, tais como meio-ambiente, política industrial e comercial, propriedade intelectual, dentre outros, migram para a esfera internacional.

O esporte, particularmente os chamados megaeventos esportivos, tais como os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo de Futebol, na medida em que se insere na lógica do capitalismo global e passa a envolver um número cada vez maior de agentes nacionais e internacionais, públicos e privados, não está imune a esta tendência e constitui um espaço de interação entre esses atores, onde a questão da governança e o subjacente conflito de interesse e a necessidade de cooperação entre o público e o privado, o nacional, o regional e o internacional se revelam.

O futebol, o mais popular esporte do mundo, expressa claramente essas relações e conflitos. Tomemos, a título de exemplo, a organização da Copa do Mundo de Futebol da FIFA. Enquanto competição mais popular do Planeta de uma única modalidade esportiva, a Copa do Mundo de Futebol da FIFA é, ao lado dos Jogos Olímpicos, um evento esportivo que todos os países desejam e lutam para sediar. Para ter o direito de organizar a Copa do Mundo em seu território, os governos negociam diretamente com a FIFA e assumem compromissos que implicam, inclusive, na mudança da legislação nacional, para adapta-la às condições exigidas pelos organizadores e patrocinadores do evento.

No Brasil, essas mudanças na legislação foram introduzidas pela chamada Lei Geral da Copa (Lei Nº 12.663 de 05/06/2012), a qual estabeleceu normas visando regular a proteção e exploração dos direitos comerciais da FIFA e seus patrocinadores, áreas de restrição comercial e vias de acesso durante a competição, titularidade sobre captação de imagens e sons, radiodifusão e acesso a locais oficiais de competição e sanções civis relacionadas à violação desses direitos comerciais, entre outros pontos.

O fato de ter sido necessário aprovar uma legislação específica, introduzindo mudanças em pontos de potencial conflito entre a legislação vigente e o interesse dos organizadores e patrocinadores da competição, joga luz sobre a questão central da governança, ou seja, as relações entre as fontes de autoridade política e o mercado e os potenciais conflitos entre a regulação pública e o poder privado.

Evidentemente, tais conflitos não dizem respeito ao esporte em si mesmo, mas sobretudo ao fato de o esporte, sobretudo, o futebol e toda sua cadeia produtiva, que envolve as entidades do futebol (clubes, federações, atletas, estádios), patrocinadores, empresas de comunicação, empresas licenciadas e consumidores, ter se tornado um grande negócio, que movimenta bilhões de dólares e emprega milhões de pessoas em todo o mundo. Segundo Lee (2003:115), há no mundo mais de 200 milhões de jogadores de futebol registrados. Apenas, o negócio do futebol movimenta, anualmente, algo em torno de US\$ 300 bilhões/ano.

Um estudo do banco HSBC calculou que as ações nos mercados nos países que sediaram as dez Copas da Mundo anteriores à Copa do Japão e da Coreia tiveram um performance 8,8% superior ao resto do mundo nos seis meses anteriores à final. Estima-se que a Copa da Mundo de 2002 tenha gerado US\$ 26,8 bilhões ou 0,6% do PIB para o Japão e US\$ 8,8 bilhões ou 2,2% para a Coreia do Sul (Lee, 2003:115).

Dada a magnitude dos interesses em jogo, o montante dos recursos e a força econômica dos agentes envolvidos e o potencial de negócios, particularmente no futebol, não surpreende que a governança no mundo do esporte seja tão complicada, seja ao nível nacional, seja ao nível internacional.

Não surpreende também que as organizações internacionais do esporte, nomeadamente a FIFA e COI, que agregam mais filiados que a própria ONU - a ONU possui 193 membros, enquanto o COI tem 205 e a FIFA tem 212 membros - se movimentem com desenvoltura no mundo das relações internacionais, se considerem mais representativas que a própria ONU, e negociem diretamente com os países as condições de realização de seus megaeventos esportivos.

E tampouco surpreende que no imaginário das nações, as disputas esportivas se situem em algum lugar entre a guerra e os negócios, onde a vitória é vista como prova e afirmação dos valores e das virtudes nacionais.

### **Megaeventos Esportivos e Diplomacia Pública**

Para ter o direito de sediar os Jogos Olímpicos de 2016, na cidade do Rio de Janeiro, o Brasil disputou com seis países: Japão, Espanha, Estados Unidos, República Checa, Qatar e Azerbaijão. As quatro cidades classificadas para a disputa final foram Tóquio, Madri, Chicago e Rio de Janeiro. No dia 02 de outubro de 2009, quando o Comitê Olímpico Internacional escolheu a cidade vencedora, em eleição realizada em Copenhague, na Dinamarca, nada menos que os quatro chefes de Estado dos países que competiam estavam presentes para sinalizar seu comprometimento com a realização do evento: o Rei Juan Carlos, da Espanha, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do Brasil, o então primeiro-ministro Yukio Hatoyama, representando o Japão e o Presidente Barak Obama, os Estados Unidos. As Copas do Mundo de 2018 e 2022 e os Jogos Olímpico de 2020 já têm os países-sede escolhidos: Rússia, Qatar e Japão. Em todos os casos, o comprometimento dos respectivos governos para realizar os eventos, foi decisiva para a escolha. Muitos países já se movimentam para ter o direito de organizar a competição até 2050. Porque os países disputam

e se empenham tanto para conquistar o direito de realizar essas grandes competições esportivas em seus territórios?

Os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo de Futebol não são apenas grandes eventos esportivos. São os maiores eventos mundiais. Não há nenhum outro evento que reúna tantos países e que atraia tanta atenção do público e da mídia internacional. A Copa do Mundo de Futebol da FIFA, de 2014, no Brasil, foi transmitida por 375 emissoras de TV de todo o mundo, envolvendo 19 mil profissionais de mídia de 204 países, atingindo um público acumulado de mais de 30 bilhões de pessoas, ou seja, cerca de 500 milhões de espectadores por jogo.

Duas das principais redes sociais do mundo divulgaram suas estatísticas de 2014 e confirmaram a Copa do Mundo no Brasil como o maior evento da história em números de interações. No Twitter, foram 672 milhões de tweets sobre o Mundial, transformando o torneio no evento mais "tuitado" de todos os tempos. O Facebook contabilizou 3 bilhões de interações durante a Copa do Mundo, envolvendo 350 milhões de pessoas. A final entre Alemanha e Argentina envolveu 88 milhões de pessoas e somou 280 milhões de interações, transformando a decisão no evento mais comentado da história do Facebook. Além disso, a Copa do Mundo liderou a lista do Facebook de principais tópicos do ano no mundo, ficando à frente da epidemia do vírus ebola e das eleições no Brasil. Nos Estados Unidos, durante o evento, 10,5 milhões de pessoas falaram sobre a Copa do Mundo no Facebook. O número foi maior do que em qualquer outro lugar do mundo, superando inclusive o Brasil, que registrou 10 milhões de pessoas conversando sobre o Mundial. Fora das redes sociais, a Copa do Mundo também deixou sua marca na internet. A ferramenta de pesquisa Google, por exemplo, registrou mais de 2,1 bilhões de buscas relacionadas ao Mundial. (Brasil, 2015).

Segundo dados divulgados pela Prefeitura do Rio de Janeiro, a cidade recebeu durante a Copa do Mundo 471 mil turistas estrangeiros e 415 mil visitantes nacionais, num total de 886 mil pessoas, um valor 17,75% maior que o inicialmente previsto. Os turistas movimentaram R\$ 4,4 bilhões na cidade, valor que superou em mais de quatro vezes a estimativa de R\$ 1 bilhão, feita pelo Ministério do Turismo antes do evento. O gasto médio apurado que cada visitante teve no Rio de Janeiro foi de R\$ 639,52 por dia e o tempo de permanência médio ficou em torno de nove dias. (Brasil, 2015b).

As cerimônias de abertura desses eventos e as principais competições são assistidas por bilhões de espectadores. Para os países e as cidades que os sediam, trata-se de uma oportunidade única de mostrar-se para o mundo, atrair investimentos, gerar empregos,

modernizar a infraestrutura urbana, melhorar os sistemas de transportes, telecomunicações e segurança, inserir-se, enfim, de forma virtuosa, na restrita rede de lugares que são os pontos de conexão do mundo globalizado.

Os investimentos em infraestrutura, envolvendo estádios, mobilidade urbana, aeroportos e portos para a Copa do Mundo no Brasil alcançaram o montante de R\$ 25,6 bilhões. Desse total, as obras viárias de transporte público, responderam por 33,6% total; a reforma e a construção de estádios, 27,7% e os investimentos na construção e reforma de aeroportos, 26,5%.

Os governos dos países que se candidatam a sediar esses eventos o fazem, portanto, porque têm consciência de que são oportunidades únicas no espaço de uma geração ou mais para construir, modificar e projetar a imagem internacional de seus países com o propósito de aumentar sua influência no mundo: o chamado *soft-power* ou poder brando. São, portanto, instrumentos importantíssimos da chamada diplomacia pública, cujo objetivo é estabelecer a comunicação de um determinado país diretamente com o público de outros países com o propósito de divulgar e tornar aceitos seus valores, sua cultura, atrair investimentos, abrir mercados para suas empresas e, sobretudo, tornar aceito seu poder econômico e militar.

A cobertura jornalística internacional que a China recebeu em apenas dois eventos: os Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008, e a Expo-Xangai, em 2010, superou toda a cobertura internacional recebida pela China nos dez anos anteriores aos eventos. Os mais de 30.000 jornalistas presentes ao evento transmitiram para o mundo todo não apenas as competições, mas uma nova imagem da China. Por isso, a China não poupou esforços, na organização dos Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008, para cuidar de cada detalhe do evento de forma a passar para o mundo a mensagem pela qual queria ser conhecida e reconhecida: um país moderno, inovador, comprometido com o meio-ambiente e com a paz mundial.

Partindo da constatação de que os Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008, seriam o mais importante evento da diplomacia pública da China por décadas, o governo chinês organizou o evento em torno de três conceitos: Olimpíada Verde, Olimpíada da Ciência e Tecnologia e Olimpíada da Humanidade. Com o conceito de Olimpíada Verde, a China procurou desfazer a imagem divulgada pela mídia Ocidental de que o país não dava atenção às questões ambientais e ao futuro do Planeta. Planejou cada detalhe, desde o projeto e execução das obras, o embelezamento da cidade, até o gigantesco esforço de despoluição do ar em Pequim, para desfazer qualquer preocupação dos organizadores e equipes participantes quanto à questão ambiental; dezenas de fábricas e usinas poluentes, em Pequim e seus

arredores, foram fechadas definitivamente, permanecendo a melhoria ambiental como um dos principais legados dos Jogos Olímpicos para a cidade de Pequim.

O conceito de Olimpíada da Ciência e Tecnologia foi aplicado não apenas no uso de tecnologias de última geração para as construções das instalações dos jogos, mas em cada detalhe relacionado ao evento, desde a arquitetura arrojada dos estádios, os sistemas de telecomunicações, os sistemas de sinalização de trânsito, as instalações aeroportuárias, os sistemas de segurança, etc. A ideia era aproveitar a oportunidade para mostrar ao mundo um país inovador e cuja inserção na divisão internacional do trabalho passaria a se dar não mais com base na produção de manufaturas de baixo valor agregado, com uso intensivo de mão-de-obra de baixa qualificação, mas com base na inovação tecnológica e mão-de-obra de alta qualificação. Tudo foi feito de forma a valorizar as empresas chinesas de tecnologia e passar a imagem de confiabilidade e alto desempenho de seus produtos.

O uso do conceito de Olimpíada dos Povos visava associar os jogos ao conceito de desenvolvimento pacífico da China, procurando desfazer a imagem de que a ascensão chinesa estaria se dando à custa dos interesses de outras potências, particularmente dos Estados Unidos. Em resumo: a China procurou utilizar os Jogos Olímpicos de Pequim, em 2008, como vitrine para passar ao mundo a imagem pela qual desejava ser reconhecida: um país que se preocupa com o meio-ambiente, um país cujo desenvolvimento se baseia cada vez na inovação tecnológica e um país cujo desenvolvimento se faz de forma pacífica, sem prejudicar os interesses de outros países.

Os Jogos Olímpicos de Barcelona, em 1992, de Sydney, em 2000 e de Londres, em 2012, bem como as Copas do Mundo de Futebol, na Alemanha, em 2006, e da África do Sul, em 2010, também foram vistos pelos respectivos países e cidades que organizaram esses eventos como oportunidades para alavancar o desenvolvimento local e projetar uma imagem positiva para o mundo.

Segundo avaliação do Comitê de Relações Exteriores do Parlamento Britânico sobre as diretrizes da diplomacia pública do Reino Unido para os Jogos Olímpicos de Londres de 2012, todos os governos utilizaram o fato de sediar a realização dos grandes eventos esportivos como instrumento de diplomacia pública visando melhorar a reputação e a imagem internacional dos seus respectivos países, aumentar sua influência no mundo e criar oportunidades de negócios para suas empresas.

Os Jogos Olímpicos de 1992 deram um importante impulso para transformar a cidade de Barcelona de um decadente centro industrial em uma das mais vibrantes cidades globais,

por meio da elevação da imagem da cidade no mundo exterior e do aumento da autoestima de seus habitantes. As Olimpíadas de Sydney, em 2000, trouxeram grandes benefícios de longo prazo para a cidade e para a reputação internacional da Austrália. A Austrália já desfrutava de uma imagem positiva, porém fraca, por ocasião dos Jogos de Sydney. A realização do evento elevou definitivamente o conceito internacional do país, com grandes benefícios no longo prazo.

O esforço de diplomacia pública realizado pela Alemanha, na Copa do Mundo de 2006, foi muito bem planejado e executado, antes, durante e após o evento. O principal objetivo era quebrar os estereótipos ultrapassados de que a Alemanha era um país de gente mal-humorada e convencional mas, ao mesmo tempo, preservar a imagem de um país confiável e produtor de bens de alta qualidade. A Copa do Mundo de 2006 foi um momento significativo na história da Alemanha pós-Segunda Guerra, mudando, inclusive, a percepção dos alemães em relação si mesmos.

Ainda segundo o mencionado relatório do Parlamento da Inglaterra, as Olimpíadas de Pequim ofereceram para a República Popular da China um palco sem paralelos para expor suas realizações e o seu potencial futuro para uma audiência global. Com relação à África do Sul, a avaliação foi de que o País saiu ganhando em sua imagem internacional, organizando sem incidentes todos os eventos.

O Foreign & Commonwealth Office - FCO, departamento do governo britânico responsável por proteger e promover os interesses do Reino Unido no mundo, definiu sua estratégia para os Jogos Olímpicos de Londres, em 2012, partindo do pressuposto que teriam profundo impacto sobre a reputação internacional do Reino Unido e iriam chamar a atenção para o país como nenhum outro evento esportivo por várias gerações. Em sua estratégia para os Jogos Olímpicos de 2012, o FCO estabeleceu os seguintes objetivos:

- Contribuir para a política externa do Reino Unido, usando os Jogos Olímpicos para promover a cultura e os valores do povo britânico, internamente e no exterior. Consolidar a reputação da Inglaterra com valiosa parceira bilateral e uma sociedade vibrante, aberta e moderna, um centro global em um mundo interconectado.
- Promover a economia do Reino Unido, aumentar as oportunidades para os negócios britânicos nos países alvo (o Brasil entre eles), e garantir um alto valor de investimento direto externo.

- Aumentar a segurança do Reino Unido aproveitando o apelo global das Olimpíadas, particularmente entre os jovens, para reforçar os valores de tolerância, moderação e abertura.
- Trabalhar estreitamente com outros departamentos do governo inglês e seus parceiros, mobilizando o poderoso ativo da rede global de postos avançados do FCO no mundo, para obter o máximo impacto global da sua estratégia.

O FCO se propunha a usar Londres 2012 como um catalisador para modificar a imagem do Reino Unido em todo o mundo e usar essas novas imagens para aumentar a influência global do País. Para realizar esse exercício de *soft-power* conceberam-se diversas campanhas. Em uma delas, denominada, "Veja o Reino Unido Através de Meus Olhos", personalidades de diferentes origens étnicas, nacionalidades e credos religiosos, que viviam e trabalhavam na Inglaterra em diversas áreas - jornalismo, esporte, cultura - davam testemunhos sobre os valores pelos quais o Reino Unido gostaria de ser reconhecido no mundo: liberdade de expressão, diversidade e tolerância religiosa, diversidade e dinamismo cultural. Outra iniciativa foi a produção de um documentário de TV sobre a construção do Parque Olímpico, cujo título - *Going for Green* - procurou demonstrar que Londres 2012 seria a mais verde das olimpíadas já realizadas.

No que se refere aos benefícios econômicos, o FCO, afirmava que:

Os Jogos serão um catalisador para o desenvolvimento de novos negócios, encorajando os negócios existentes a crescer e exportar para mercados mais amplos como um magneto para atrair investimento estrangeiro de alto valor. Da mesma forma os empregos, habilidades e crescimento criados como resultado das empresas fornecendo diretamente para os Jogos criarão oportunidades para projetar para o mundo a capacidade das empresas britânicas realizarem grandes projetos, cumprindo prazos e orçamento. Esta é a chave para o legado sustentável nos negócios na medida que as empresas britânica poderão competir em mercados internacionais. (House of Commons, 2011, p. 25).

### **O Brasil, a Copa e as Olimpíadas**

O fato de o Brasil ter sido escolhido para sediar, no curto espaço de dois anos, os dois maiores eventos esportivos mundiais revela o prestígio e importância adquiridos pelo país frente à comunidade internacional. Não apenas frente aos organizadores dos dois eventos - a FIFA e o COI - mas também junto ao conjunto de agentes, públicos e privados, envolvidos na organização do evento. O Brasil é visto no mundo como uma grande economia estável, um

grande mercado consumidor, uma democracia sólida e uma sociedade aberta e inclusiva. Ao lado de outras grandes economias emergentes - o chamado grupo dos BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) - que respondem por uma parcela cada vez mais expressiva da produção, do mercado e do crescimento da economia mundial, o país é visto como uma nova fronteira para expansão de negócios e conquista de mercados.

A realização desses eventos envolve riscos, mas também é uma grande oportunidade para o País. Uma estratégia adequada de diplomacia pública pode elevar a reputação internacional do País e trazer ganhos, tanto em termos de negócios, quanto em termos de imagem.

No caso da Copa do Mundo, realizada em julho de 2014, com exceção de iniciativas isoladas do Ministério do Esporte, do Ministério das Relações Exteriores e do Ministério do Turismo, por meio da Embratur, e de algumas cidades-sede da Copa, não foi estabelecida uma estratégia global de promoção do País no exterior. Mesmo assim, o balanço geral é positivo. Em evento de balanço do legado da Copa, realizado pelo governo federal, pela FIFA e pela CBF, em São Paulo, em janeiro de 2015, o secretário geral da FIFA, Jerome Valcke, que meses antes da Copa havia feito severas críticas ao Brasil por problemas relacionados à atrasos na preparação do evento, afirmou: *“Eu penso que o sucesso do Brasil se tornou um exemplo de como o país é um local incrível para ir. A maioria dos turistas veio pela primeira vez e disse que quer voltar. Isso colocou o Brasil em um patamar diferente em termos turísticos”* e acrescentou não ter ouvido nenhuma reclamação sobre o país (Brasil, 2015a).

A pouco menos de dois anos da realização dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, o fato de o Brasil não possuir, ainda, uma estratégia global de comunicação e diplomacia pública para o evento, é uma grande debilidade; mais que isso: é um erro. Pode impedir que o País aproveite uma grande oportunidade, que com certeza não ocorrerá novamente nos próximos 50 anos, de projetar sua imagem internacional, valorizando características importantes de sua formação social, tais como a tolerância, a abertura, a cordialidade, a diversidade étnica, cultural e religiosa. Frente a um mundo cada vez mais dilacerado por conflitos políticos, econômicos, étnicos e religiosos, tais valores são um ativo de enorme valor que poucos povos no mundo atual têm a apresentar.

## **Conclusão**

Nosso objetivo foi destacar a importância do esporte para as relações internacionais. Na medida em que as relações internacionais se adensam em um complexa rede de relações que

envolvem uma miríade de novos atores não-estatais, internacionais e subnacionais e temas que vão muito além das tradicionais discussões em torno do poder, da segurança, da guerra e da diplomacia, o esporte desponta como tema importante das relações internacionais. Para grande parte das pessoas, as competições esportivas são a manifestação mais concreta e visível das relações internacionais em seu cotidiano. A relação entre Esporte e Relações Internacionais constitui-se, assim, em um campo de pesquisa com grande potencial. Além dos pontos abordados neste artigo destacaria também, baseado em Hill (2003:14), os seguintes pontos para futuras pesquisas:

- O esporte com elemento de construção da identidade nacional e projeção dos interesses nacionais;
- O papel do esporte como instrumento de diplomacia pública;
- O esporte como instrumento de resistência política;
- O papel das organizações internacionais de esporte (FIFA, COI) como atores não-estatais;
- O papel potencial do esporte na resolução de conflitos internacionais e na diplomacia;
- A construção de regimes globais de governança no esporte e seu papel no reforço da interdependência;
- O esporte e sua relação com as mudanças sociais (gênero, discriminação, racismo, inclusão, mobilidade social, identidade, etc.).

## Referências Bibliográficas

Beacom, A. "Moving the goalposts: The governance and political economy of world football" in Levermore, R. e Budd, A. **Sport and international relations. An emerging relationship.** Londres: Routledge, 2004.

Boniface, P. **Football & Mondialisation.** 2ª edição, Paris: Armand Colin, 2010.

Brasil (2015). Ministério do Esporte. Portal da Copa. Copa do Mundo lidera estatísticas de 2014 do Twitter e do Facebook (<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-do-mundo-lidera-estatisticas-de-2014-do-twitter-e-do-facebook>), consultado em 05/02/2015 às 23h).

Brasil (2015a). Ministério do Esporte. Portal da Copa. "Governo Federal, FIFA e CBF apresentam legados da Copa do Mundo de 2014" (<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/governo-federal-fifa-e-cbf-apresentam-legados-da-copa-do-mundo-de-2014>), consultado em 05/02/2015 às 23h45.

Brasil (2015b). Ministério do Esporte. Portal da Copa. Copa trouxe ao Rio 886 mil turistas e movimentou R\$ 4,4 bilhões. (<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-trouxe-ao-rio-886-mil-turistas-e-movimentou-de-r-44-bilhoes>), consultado em 06/02/2015 às 18h45.

Foreign & Commonwealth Office. **Engagement. Public Diplomacy in a Globalised World.** London: Foreign & Commonwealth Office, 2008.

Guiddens, A. **As Consequências da Modernidade.** São Paulo: Editora Unesp, 1991.

Hill, C. "Sport and international relations: continued neglect?" in Levermore, R. e Budd, A. **Sport and international relations. An emerging relationship.** Londres: Routledge, 2004.

House of Commons. **FCO Public Diplomacy: The Olympic and Paralympic Games 2012. Second Report of Session 2010-2011.** London: House of Commons. Foreign Affairs Committee, 2011.

Keoane, R. O e Nye, J. S. **Power and Interdependence.** (4th ed). Boston: Longman, 2011.

Levermore, R. "Sport's role in constructing the 'inter-state' worldview" in Levermore, R. e Budd, A. **Sport and international relations. An emerging relationship.** Londres: Routledge, 2004.

Levermore, R. e Budd, A. **Sport and international relations. An emerging relationship.** Londres: Routledge, 2004.

Paulino, L. A. Megaeventos esportivos e diplomacia pública. In: **Princípios,** São Paulo: 2013.

Taylor, R. "Epilogue" in Levermore, R. e Budd, A. **Sport and international relations. An emerging relationship.** Londres: Routledge, 2004.

ZHAO, Qizheng et. al. **The Wisdom of Public Diplomacy. Cross-Border Dialogues.** Beijing: New World Press, 2012.

Recebido em: março de 2014;  
Aprovado em: Fevereiro de 2015.