

A era Neymar no PSG como um ativo do Catar: *soft power* ou *soft disempowerment*?

The Neymar era at PSG as a Qatari asset: *soft power* or *soft disempowerment*?

Marcelo Mariano*
marcelomariano.go@gmail.com

RESUMO: Este artigo tem como objetivo analisar o período em que o jogador de futebol brasileiro Neymar atuou no clube francês Paris Saint-Germain (PSG), que pertence ao Catar, à luz dos conceitos de *soft power* e *soft disempowerment*. Como a transação mais cara da história desse esporte, Neymar chamou a atenção, de formas tanto positiva quanto negativa, para o PSG e, conseqüentemente, o governo catari. Além disso, ele não obteve o sucesso futebolístico esperado, e encerrou sua trajetória ao ser vendido para um time da Arábia Saudita – rival regional do Catar. O artigo chega à conclusão de que Neymar acabou sendo, sob a ótica catari, um caso mais próximo de *soft disempowerment* do que *soft power*.

PALAVRAS-CHAVE: Neymar, PSG, Catar, *soft power*, *soft disempowerment*.

ABSTRACT: This article aims to analyze the period in which the Brazilian football player Neymar played for the French club Paris Saint-Germain (PSG), which belongs to Qatar, in light of the concepts of *soft power* and *soft disempowerment*. As the most expensive transaction in the history of that sport, Neymar drew attention, in both positive and negative ways, to PSG and, consequently, the Qatari government. In addition, he did not have the expected football success, and finished his trajectory being sold for a team from Saudi Arabia – Qatar's regional rival. The article comes to the conclusion that Neymar ended up being, under the qatari optics, a case closer to *soft disempowerment* than *soft power*.

KEYWORDS: Neymar, PSG, Qatar, *soft power*, *soft disempowerment*.

Introdução

Em agosto de 2017, o jogador de futebol brasileiro Neymar foi anunciado como a nova contratação do clube francês Paris Saint-Germain (PSG). Sua saída do Barcelona, time no qual até então atuava, custou 222 milhões de euros, o que se tornou a transação mais cara da história desse esporte (RAUPP; CERQUEIRA, 2017). Seis anos depois, Neymar trocou o PSG pelo Al-Hilal, da Arábia Saudita, por aproximadamente 90 milhões de euros (MADRID, 2023).

* Graduada em História pela Universidade Federal de Goiás.

Ao longo de seis temporadas, entre agosto de 2017 e agosto de 2023, o jogador pertenceu a um clube que, embora tenha sede em Paris, é controlado pelo Catar. O investimento do país do Oriente Médio – por meio da *Qatar Sports Investments* (QSI), o braço esportivo de seu fundo soberano, *Qatar Investment Authority* (QIA) (CHANAVAT, 2017, p. 4) – começou em junho 2011, com a compra de 70% do PSG. Os outros 30% foram adquiridos menos de um ano depois, em março de 2012 (EMMET, 2012).

Krzyzaniak (2018, p. 506) considera a política do Qatar em relação ao futebol, de uma forma geral, e ao PSG, de uma forma específica, um instrumento de *soft power*¹, conceito elaborado por Nye Jr. (1990, p. 166) para explicar a capacidade de um país “alcançar os resultados que deseja na política mundial porque outros países querem segui-lo ou concordam com uma situação que provoca tais resultados”. Em outras palavras, é o esporte utilizado para conquistar corações e mentes.

Como desdobramento do *soft power*, Brannagan e Giulianotti (2014, p. 4) cunharam o conceito *soft disempowerment*². De acordo com os autores, “quando houver uma tentativa de acumular *soft power*, sempre haverá a possibilidade de *soft disempowerment*”, que nada mais é do que o momento em que uma tentativa desse tipo acaba sendo negativa, “levando à perda de atratividade ou influência”.

Diante deste contexto, este estudo surge com o objetivo de analisar quantitativa e qualitativamente o período em que Neymar atuou no PSG à luz desses dois conceitos brevemente apresentados. O problema de pesquisa, dessa forma, pode ser resumido na seguinte pergunta: a era Neymar no PSG está mais próxima de um caso de *soft power* ou *soft disempowerment* do Catar? Tem-se como hipótese uma maior proximidade com a segunda alternativa.

Em termos de estrutura, após esta introdução, o artigo conta com uma seção dedicada a esclarecer ambos os conceitos com os quais se pretende trabalhar, seguida de uma outra para detalhar os investimentos que o Catar faz no esporte. Na sequência, há mais uma seção, desta vez com a finalidade de analisar a era Neymar no PSG, baseando-se em resultados futebolísticos e repercussões geradas. Por fim, serão apresentadas as considerações finais.

¹ A tradução literal é “poder brando”, mas, por “*soft power*” ser mais conhecido e já estar consolidado, inclusive no Brasil, optou-se pela manutenção da grafia do conceito em inglês.

² A tradução literal, nesse caso, seria “desempoderamento brando”, o que é muito pouco difundido. Por isso – e por “*soft power*” permanecer em inglês –, a opção também foi por não traduzir o conceito.

Soft power e soft disempowerment

Nye Jr. (1990, p. 166) afirma que o *soft power* é uma “maneira mais atraente de exercer o poder do que os meios tradicionais”, uma referência aos poderes militar e econômico, que, juntos, formam o chamado *hard power*³. Na prática, significa “um país fazer com que outros países queiram o que ele quer” em vez de “ordenar que os outros façam o que ele quer”.

É, portanto, a capacidade de um país “alcançar os resultados que deseja na política mundial porque outros países querem segui-lo ou concordam com uma situação que provoca tais resultados” (NYE JR., 1990, p. 166). Vale destacar que o *soft power* foi formulado em um contexto de fim da Guerra Fria, no qual a noção de poder estava deixando de lado o foco no uso da força (NYE JR., 1990, p. 154).

Nos anos seguintes, e à medida em que se popularizava, o conceito foi aprimorado. De acordo com Nye Jr. (2008, p. 95), “o *soft power* não é meramente influência” e “é mais do que persuasão ou a habilidade de comover as pessoas pelo argumento, embora esta seja uma parte importante”. Para ele, “é também a habilidade de seduzir e atrair”.

Stuenkel (2018, p. 108-109) sublinha que “*soft power* envolve liderar pelo exemplo”. Segundo o autor, trata-se de “uma das inovações mais notáveis na disciplina das relações internacionais” e “uma das poucas ideias desenvolvidas na academia que foi adotada com sucesso por formuladores de política em todo o mundo”, especialmente porque utilizá-lo é “mais barato do que meios mais tradicionais de aumentar o poder”.

O *soft power* possui diferentes tipos de fontes – políticas externas, valores políticos, alta cultura e cultura popular –, com meios específicos para legitimá-lo – governos, mídia, organizações não governamentais (ONGs) e organizações internacionais (OIs) – diante de suas respectivas audiências – governos e públicos estrangeiros (NYE JR., 2008, p. 107). A tabela abaixo ajuda a ilustrar essa dinâmica.

Tabela 1 – Fontes, meios de legitimação e audiências do *soft power*

Fontes	Meios de legitimação	Audiência
Políticas externas	Governos, mídia, ONGs e OIs	Governos e públicos estrangeiros

³ “Poder duro”, na tradução literal.

Valores políticos	Mídia, ONGs e OIs	Governos e públicos estrangeiros
Alta cultura	Governos, ONGs e OIs	Governos e públicos estrangeiros
Cultura popular	Mídia e mercados	Públicos estrangeiros

Fonte: Nye Jr. (2008, p. 107)

A princípio, o esporte estaria inserido, como uma fonte, apenas na questão da cultura popular. No entanto, é possível que também atue como um meio de legitimação das duas primeiras fontes. O próprio Nye Jr. (2009b, p. 47) reconhece que “esportes populares podem desempenhar um papel na comunicação de valores” e “mensagens políticas podem ser transmitidas por times esportivos e grandes atletas”.

Ele cita, ainda, exemplos do esporte como fonte de *soft power* ao comentar sobre o investimento da União Soviética em Jogos Olímpicos (NYE JR., 2009b, p. 73) e no potencial do futebol, “bem mais popular globalmente do que o futebol americano ou o beisebol”, para a Europa (NYE JR., 2009b, p. 76).

Pelo que foi exposto até o momento, pode-se passar uma impressão de que o *soft power* é algo exclusivamente positivo. Na verdade, seus benefícios têm a capacidade de serem ainda maiores por meio do *smart power*⁴, isto é, “estratégias inteligentes que combinam ferramentas tanto do *hard* quanto do *soft power*” (NYE JR., 2009a, p. 160). Porém, a ênfase, agora, fica por conta do *soft disempowerment*, ou “o outro lado do *soft power*” (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 12).

Quando houver uma tentativa de acumular *soft power*, sempre haverá a possibilidade de *soft disempowerment*. Introduzimos o conceito de *soft disempowerment* para se referir àquelas ocasiões em que se pode incomodar, ofender ou alienar outras pessoas, levando a uma perda de atratividade ou influência. O conceito de *soft disempowerment* assegura que devemos ir além de pensar apenas em como o *soft power* é positivamente acumulado; em vez disso, esse conceito nos permite examinar como as ações sociais podem ter resultados positivos e negativos, que empoderam e desempoderam, respectivamente (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 4).

O conceito foi elaborado tendo justamente o Catar e o esporte como foco. Os autores listam cinco situações ligadas a essa temática, que, segundo eles, configuram uma tentativa de acúmulo de *soft power* do país do Oriente Médio, mas, no final, acabaram resultando em *soft disempowerment* (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 12).

⁴ “Poder inteligente”, na tradução literal.

Entre elas, está a compra do PSG pela QSI e os patrocínios da *Qatar Tourism Authority* (QTA)⁵ e do *Qatar National Bank* (QNB), ambos controlados pelo governo catari, no clube da França como uma forma de tentar driblar o *fair play* financeiro da União das Associações Europeias de Futebol (Uefa, na sigla em inglês), além do fato de a emissora Al Jazeera, financiada pelo Catar, ter conquistado, somente três semanas após a venda do Paris Saint-Germain, os direitos de transmissão da liga francesa de futebol (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 12).

Um outro exemplo de *soft disempowerment* no esporte diz respeito ao Brasil e à organização da Copa do Mundo de 2014, cujos atrasos em obras repercutiram negativamente na imprensa internacional. Em relação a esse caso, Brannagan, Grix e Wynne (2015, p. 78) afirmam não haver “garantia de que a imagem deixada por um grande evento esportivo será inteiramente positiva” devido ao risco de “projetar mensagens que são difíceis de controlar”. Na visão deles, “para países que se esforçam para melhorar sua imagem por meio do esporte e da conseqüente exposição na mídia, há sempre a necessidade de se considerar a possibilidade de *soft disempowerment*”.

O investimento do Catar no esporte

O esporte faz “claramente parte de uma estratégia de *soft power*”, e a sua utilização por parte de um país para obter benefícios políticos existe antes mesmo de esse termo surgir. Por exemplo, os Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, realizados em plena Alemanha nazista, tiveram uma grande importância “na história da manipulação do esporte para fins políticos”, embora tenham contribuído pouco para mudar a percepção no exterior do regime alemão daquela época (GRIX, 2013, p. 17-19).

Mais recentemente, ainda no que se refere às Olimpíadas, cabe mencionar o caso de Pequim, em 2008. O evento, de acordo com Kissinger (2011, p. 481), ocorreu “no exato momento em que a crise econômica começava a sacudir o Ocidente” e foi planejado “como uma expressão do ressurgimento chinês”. No entanto, ser um grande país não é um pré-requisito para atuar nesse sentido, como prova o Catar, que, apesar de pequeno, “tem procurado exercer influência no cenário global por meio de seu envolvimento em esportes” (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2018, p. 1.157).

⁵ Também conhecida apenas como *Qatar Tourism* (QT).

Com uma população de aproximadamente 2,5 milhões de pessoas e uma área de 11.586 km² (THE WORLD FACTBOOK, 2023) – aproximadamente a metade de Sergipe ou o dobro do Distrito Federal –, o Catar, cuja capital é Doha, está localizado no Oriente Médio, mais especificamente no Golpe Pérsico⁶, entre as duas principais potências da região: a Arábia Saudita, com quem tem sua única fronteira terrestre, e o Irã, com quem divide, no mar, a *South Pars/North Dome*, a maior jazida de gás natural do mundo.

A Casa de Thani é a dinastia que governa o Catar desde 1825, inclusive durante o período em que foi um protetorado do Reino Unido, de quem a independência foi declarada em 1971. De lá para cá, o país se transformou em um “Estado independente com receitas significativas de petróleo e gás natural”, tornando-se também uma liderança política regional por meio de um “investimento econômico sem precedentes” (THE WORLD FACTBOOK, 2023).

Enquanto isso, o esporte se consolidou como um dos principais “ramos de atividade para o engajamento global do Catar”. A propósito, o país também tentou, em duas oportunidades – 2016 e 2020 –, sediar os Jogos Olímpicos, mas não obteve êxito, fazendo dessas ocasiões “raros fracassos” de sua política esportiva. Por outro lado, para citar um sucesso no ramo olímpico, a empresa estatal *Qatari Diar*, em parceria com uma empresa privada do Reino Unido, se tornou, em 2012, a investidora majoritária da Vila Olímpica (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 6).

Entre eventos esportivos sediados pelo Catar nos últimos tempos, como mostram Brannagan e Giulianotti (2014, p. 6), destacam-se o ATP de Doha (tênis), anualmente desde 1993; o *Qatar Masters* (golfe), anualmente desde 1998; os Jogos Asiáticos de 2006 (multiesportivo); a Copa da Ásia de 2011 (futebol); o Campeonato Mundial de Handebol de 2015; os Mundiais de Clubes de 2019 e 2020 (futebol) (FERNANDEZ, 2019); o Grande Prêmio da Fórmula 1, a partir de 2021, com contrato de dez anos (CARVALHO; MARUM, 2021); e a Copa do Mundo de 2022 (futebol), que, tradicionalmente disputada no meio do ano, até teve sua data alterada para novembro e dezembro devido a condições climáticas mais favoráveis, impactando, dessa forma, o calendário das competições de clubes e a preparação dos atletas (D’URSO, 2022).

⁶ Também conhecido como Golfo Árabe, ou simplesmente Golfo.

Convém mencionar, ainda, a realização de diversas conferências esportivas, como a *Doha Gathering Of All Leaders in Sport* (Doha GOALS) e o simpósio sobre os desafios do esporte *Securing Sport*, organizado pelo *International Centre for Sport Security* (ICSS), uma organização sem fins lucrativos baseada no Catar (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 6).

Especificamente em relação ao futebol, como vimos na Introdução, o braço esportivo do fundo soberano do Qatar, a QSI (CHANAVAT, 2017, p. 4), comprou 70% do PSG, em 2011, e os outros 30%, em 2012 (EMMET, 2012). Além disso e das realizações da Copa da Ásia de 2011 e da Copa do Mundo de 2022, é importante ressaltar o contrato de patrocínio, iniciado em 2011, da *Qatar Foundation*, presidida por uma das esposas do então emir catari, com o Barcelona, a primeira vez na história que o clube aceitou receber dinheiro por um espaço em sua camiseta (KRZYZANIAK, 2018, p. 506).

Em 2013, a companhia aérea estatal *Qatar Airways* assumiu o posto, onde permaneceu até o final da temporada 2016/2017 (BESA; IRIGOYEN, 2016). Considerada a melhor companhia aérea do Oriente Médio e com os melhores serviços de classe executiva do mundo (MONTEIRO, 2023), a *Qatar Airways*, responsável por fazer de Doha um *hub*, operando voos para todos os continentes, também já estampou sua marca nas camisetas de outros times, como a Roma, da Itália, e o Boca Juniors, da Argentina.

Em outubro de 2022, foi a vez de o dinheiro catari chegar ao futebol português, quando a QSI comprou cerca de cerca de 22% do Braga, seu primeiro investimento nesse esporte depois do PSG (HELLIER, 2022). Contudo, sem dúvida, o ponto alto de 2022 para o Catar foi mesmo a Copa do Mundo, tida como “a maior história de *soft power* esportivo” do ano (BRAND FINANCE, p. 41, 2023). O evento contribuiu para que o país subisse da 26^a para a 24^a posição no *Global Soft Power Index*, um índice que mede o *soft power* de 121 países (BRAND FINANCE, 2023, p. 4-6).

Porém, embora haja esse lado positivo, a realização da Copa do Mundo de 2022, alvo de denúncias por “infração aos direitos humanos e trabalho análogo à escravidão durante a construção das infraestruturas” (ALMEIDA; PEREIRA, 2022, p. 8), também pode ser encarada sob o prisma do *sportswashing*, isto é, “a prática de uso do esporte para limpeza da imagem de um país de modo a sediar um megaevento, comprar clubes de futebol ou jogadores com alguma intencionalidade geopolítica” (SKEY, 2022 apud ALMEIDA; PEREIRA, 2022, p. 2).

Apesar de todo esse investimento do Catar no futebol, os clubes locais ainda estão longe de receber a mesma atenção dos europeus. Esse ponto pode ser explicado, segundo Almeida e Pereira (2022, p. 9-10), pela centralidade da Europa no mercado futebolístico, com sua “capacidade ímpar de atrair investimentos e de transmissão em nível global”, gerando, conseqüentemente, a visibilidade necessária para o investimento “ser considerado *soft power*”.

O futebol chegou ao Catar no final dos anos 1940, e a formação de times profissionais se consolidou apenas a partir da década de 1970 (QATAR FOOTBALL ASSOCIATION). Para se ter uma noção do atraso em relação a outros países, o Brasil, nessa época, já tinha sediado uma Copa do Mundo – a de 1950 – e vencido três – as de 1958, 1962 e 1970.

Até hoje, poucos jogadores de reconhecimento internacional demonstraram interesse em atuar na liga catari. Uma exceção é o espanhol Xavi, que, em 2015, se transferiu do Barcelona para o Al-Sadd, único clube do país que venceu – duas vezes, em 1989 e 2011 – o torneio continental Liga dos Campeões da AFC. Além do trabalho dentro de campo, sua ida ao Catar previu uma colaboração com a *Aspire Academy* (HALL, 2021), um projeto iniciado em 2004 para ajudar a desenvolver o esporte no país.

Aliás, a *Aspire Academy*, conforme apontam Cao e Pu (2022, p. 208-209), atua ativamente na política do Catar de naturalização de atletas, com foco na profissionalização de jovens de outros países, especialmente do Oriente Médio e do Norte da África. Foi com a presença de atletas naturalizados em seu elenco que a seleção catari conquistou, em 2019, a Copa da Ásia, seu principal título no futebol. Artilheiro da competição, com nove gols, Almoez Ali, nascido no Sudão, foi um dos que passaram pela *Aspire Academy*.

O triunfo esportivo na Copa da Ásia de 2019, é importante destacar, também teve relevância geopolítica para o Catar. O campeonato foi realizado nos Emirados Árabes Unidos, que, sob a liderança da Arábia Saudita e a participação de outros países da região, impuseram, entre 2017 e 2021, um bloqueio ao Catar. Coincidentemente, tanto os sauditas quanto os anfitriões foram derrotados pela seleção catari – no primeiro caso, na fase de grupos, por 2 a 0; e, no segundo caso, na semifinal, por 4 a 0 (FREELEY, 2020).

Esses dois países também são concorrentes do Catar no que se refere ao investimento no esporte. Em uma análise sobre o assunto no contexto do Golfo, Chadwick (2019, p. 186-187) ressalta que a região tem visto grandes exemplos do uso de esporte com o objetivo de obter um retorno em termos de *soft power*. Para ilustrar os números desse investimento, o autor

mostra que a indústria esportiva catari chega ao tamanho de 1,3 bilhão de dólares e emprega 6 mil pessoas, atrás somente dos Emirados Árabes Unidos, com 1,7 bilhão de tamanho e 10 mil empregos, e da Arábia Saudita, com 2,5 bilhões de tamanho e 50 mil empregos (CHADWICK, 2019, p. 190).

A era Neymar no PSG

A primeira estrela brasileira no futebol a ter, de alguma forma, sua imagem vinculada ao Catar foi Pelé, que, em 1973, disputou, em Doha, um amistoso com o Santos (QATAR FOOTBALL ASSOCIATION). Quarenta anos depois, o caso de Neymar, cuja relação com o país do Oriente Médio começou antes de sua chegada ao PSG, é o que, de fato, mais chama a atenção.

Neymar iniciou sua trajetória no Barcelona em 2013, o mesmo ano em que, conforme vimos, a *Qatar Airways* passou a estampar sua marca na camiseta do clube espanhol. O patrocínio terminou em 2017, assim como a passagem do jogador. Portanto, durante as quatro temporadas em que ficou na Espanha, o atleta brasileiro, a cada gol que marcava e título que conquistava, estava diretamente envolvido com o Catar. Ele também foi garoto-propaganda de comerciais da companhia aérea catari (SHANKMAN, 2015).

A compra de Neymar pelo PSG, além do aspecto futebolístico, pode ser vista como uma espécie de recado para os países vizinhos do Catar. Almeida e Pereira (2022, p. 9) explicam que

O *timing* da transferência foi bastante propício para o Catar: o bloqueio encabeçado pela Arábia Saudita foi iniciado em junho de 2017. Neste momento, o PSG já havia iniciado negociações com a equipe do jogador. A transferência foi ratificada em agosto do mesmo ano, apenas dois meses após o início do bloqueio. Desta maneira, o clube foi efetivamente um instrumento diplomático do Catar não apenas para demonstrar força aos seus rivais, mas também para solidificar sua inserção no alto círculo competitivo do futebol europeu, o mais rico e poderoso do ludopédio global.

Contudo, foi com a finalidade de brilhar dentro de campo – para o Catar colher benefícios fora dele – que Neymar realmente desembarcou na França. O jogador foi o maior investimento feito na busca por “uma obsessão: colocar o Paris Saint-Germain no topo da hierarquia europeia e levantar a taça da Liga dos Campeões”. O principal torneio de clubes do mundo, dessa forma, “cumprir um objetivo político” de um país que tem o futebol como “parte de sua política externa” (CHADE; MARQUES; LOPES, 2020).

Neymar já havia vencido uma Liga dos Campeões com o Barcelona, em 2015, sendo, inclusive, um dos artilheiros da competição, com dez gols (TRANSFERMARKT, [201-a]). Nesta mesma temporada, ficou na terceira colocação na Bola de Ouro da Federação Internacional de Futebol (Fifa) – o seu melhor desempenho na carreira, repetido em 2017 (LUCAS, 2022) –, premiação que elege os melhores jogadores do mundo, perdendo somente para o português Cristiano Ronaldo, em segundo, e o argentino Lionel Messi, em primeiro (MONIZ, 2016).

Logo, contratar Neymar fazia bastante sentido. Ele tinha tudo para ser o protagonista no caminho da equipe de Paris, mas controlada pelo Catar, rumo à conquista da primeira Liga dos Campeões de sua história. Entretanto, nas seis temporadas em que jogou no PSG, o time chegou à final do campeonato apenas em 2020, quando perdeu para o Bayern de Munique, da Alemanha, por 1 a 0, com direito a choro do brasileiro (CAMAZANO, 2019). Naquele ano, vale lembrar, os jogos das quartas de final e das semifinais, devido à pandemia de Covid-19, ocorreram em partida única, em campo neutro, e não no tradicional modelo de ida e volta (FOLHA DE S. PAULO, 2020).

Embora não tenha vencido o principal título, Neymar foi 14 vezes campeão pelo PSG, considerando todas as disputas. Foram cinco conquistas da Ligue 1 (campeonato francês), três da Copa da França, duas da Copa da Liga Francesa e quatro da Supercopa da França – detalhadas por temporada na tabela abaixo. Em nenhuma dessas ocasiões, porém, o brasileiro, que teve concorrência interna com o francês Kylian Mbappé, foi artilheiro. Para efeito de comparação, no Barcelona, onde teve a concorrência interna de Messi, foram duas artilharias. No Santos, seu primeiro clube na carreira, o mesmo número (TRANSFERMARKT, [201-a]).

Tabela 2 – Títulos conquistados por Neymar no PSG (em ordem de importância)

Campeonato	Temporadas
Ligue 1	2017/2018, 2018/2019, 2019/2020, 2021/2022 e 2022/2023
Copa da França	2017/2018, 2019/2020, 2020/2021
Copa da Liga Francesa	2017/2018 e 2019/2020
Supercopa da França	2018/2019, 2019/2020, 2020/2021 e 2022/2023

Fonte: Transfermarkt [201-a]

Nos seis anos anteriores à chegada de Neymar, que marcam exatamente o começo do investimento catari no clube, o PSG ganhou quatro vezes a Ligue 1, o mais importante entre os torneios da França, sem sucesso apenas nas temporadas 2011/2012 e 2016/2017

(TRANSFERMARKT [201-c]). Com Neymar, o PSG consolidou sua superioridade no cenário nacional e se tornou o maior vencedor do campeonato francês. Por outro lado, “com o passar dos anos, as conquistas domésticas foram virando rotina e perdendo peso” (CHADE; MARQUES; LOPES, 2020), aumentando cada vez mais a pressão pelo triunfo a nível continental.

Em relação ao desempenho individual, chama a atenção o fato de que, no Barcelona, onde ficou dois anos a menos do que no PSG, Neymar disputou 186 partidas, mais do que no clube francês. Apesar disso, ele aumentou o número de gols e assistências – pela equipe espanhola, foram 105 e 76, respectivamente. Em outras palavras, na média, participou de mais gols e assistências por partida, mesmo não tendo sido artilheiro em nenhuma competição (TRANSFERMARKT, [201-b]).

No entanto, se analisada cada temporada separadamente, verifica-se que, no Barcelona, o seu maior número de gols foi 39, em 2014/2015, enquanto o maior número de assistências ocorreu em 2016/2017, com 26. A tabela abaixo, que detalha o desempenho individual de Neymar no PSG, mostra que, em nenhuma das temporadas em que atuou em Paris, ele conseguiu superar os números de sua passagem pela Espanha (TRANSFERMARKT, [201-b]).

Tabela 3 – Desempenho individual de Neymar no PSG

Temporada	Partidas	Gols	Assistências
2017/2018	30	28	16
2018/2019	28	23	13
2019/2020	27	19	12
2020/2021	31	17	11
2021/2022	28	13	8
2022/2023	29	18	17
Total	173	118	77

Fonte: Transfermarkt [201-b]

Ainda no que concerne à análise das temporadas separadamente, percebe-se que, no PSG, a que Neymar mais jogou foi a de 2020/2021, com 31 partidas, ao passo que, no Barcelona, os dados sobre seu melhor desempenho, nesse quesito, registram 20 jogos a mais, em 2014/2015. Nos seis anos de Paris, o brasileiro teve quatro quedas consecutivas em termos de gols e

assistências, com uma melhora somente do penúltimo ano para o último. Já o número de partidas permaneceu relativamente estável, mas baixo. No Barcelona, sua temporada com menos jogos foi a de 2013/2014, com 41. Ainda assim, seria melhor do que qualquer outra no PSG (TRANSFERMARKT, [201-b]). O que, afinal, explica isso?

Excluindo as lesões sofridas em competições com a seleção brasileira, Neymar teve seis no PSG – exatamente uma por temporada –, de acordo com levantamento realizado por Seta (2023). Foram duas no quinto metatarso direito (pé), mais duas na coxa esquerda, uma no tornozelo esquerdo e outra no tornozelo direito. Ao todo, ele ficou de fora de 77 jogos pela equipe francesa – uma média de quase 13 por temporada – levando em conta os 62 computados por Seta (2023) somados aos 15 do restante da temporada 2022/2023.

Mais do que isso, perdeu partidas relevantes na Liga das Campeões, como a volta das oitavas de final contra o Real Madrid, em 2017/2018, as duas partidas das oitavas de final contra o Manchester United, em 2018/2019, as duas partidas das oitavas de final contra o Barcelona, em 2020/2021, e a volta das oitavas de final contra o Bayern de Munique, em 2022/2023. Nessas quatro ocasiões, o PSG só se classificou contra o Barcelona, isto é, das seis Ligas dos Campeões que Neymar disputou pelo clube, Neymar não atuou em momentos decisivos em metade delas por causa de lesões (SETA, 2023).

Em uma dessas lesões, Neymar aproveitou o tempo fora dos gramados para participar do Carnaval no Brasil, uma “situação que foi muito malvista na França”. Os torcedores do PSG, aliás, o criticavam “por ficar de fora de partidas importantes e não se comprometer 100% com o Paris” e chegaram até mesmo a protestar em frente à sua casa. O brasileiro se envolveu, ainda, em outras polêmicas, como ter dado um soco em um torcedor de um time rival. Não é à toa que, após sua venda, a seguinte faixa foi vista na arquibancada: “Neymar: finalmente nos livramos do malcriado”. O próprio Neymar disse que viveu um “inferno” ao longo de sua passagem pelo PSG (UOL, 2023).

Por outro lado, para Almeida e Pereira (2022, p. 8-9), a contratação de Neymar pelo PSG “não seria mensurável pelo valor de sua força de trabalho, pois nunca o trabalho realizado chegaria a uma cifra milionária dessa natureza”, em referências aos 222 milhões de euros. Os autores argumentam que, “claramente, a possibilidade de venda de artigos do clube, a exposição na mídia e o agregado das redes sociais” são fatores relevantes. Na visão deles, “embora o PSG não tenha atingido seu maior objetivo, a conquista da *Champions League*, o time aumentou sua

popularidade ao redor do mundo, conseguindo competir com os mais tradicionais e populares times ingleses e espanhóis”.

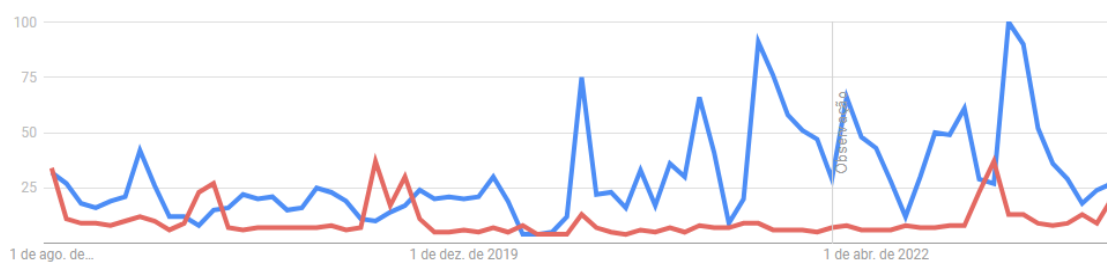
Na temporada 2016/2017, a última antes da chegada de Neymar, o PSG foi o sétimo clube que mais gerou receita (486,2 milhões de euros), tendo caído uma posição em relação à temporada anterior (DELOITTE, 2018, p. 7). Em 2017/2018, a primeira com Neymar, a equipe de Paris chegou a 541 milhões de euros em receita e conseguiu retomar o sexto lugar, com as contratações do brasileiro e de Mbappé, “dois dos jogadores de futebol mais reconhecidos do mundo”, tendo desempenhado “um impacto financeiro positivo” (DELOITTE, 2019, p. 22).

Já na temporada 2021/2022, a penúltima de Neymar e cujos dados são os mais recentes disponíveis, a receita do PSG foi de 654,2 milhões de euros. Assim, é possível afirmar que, na era Neymar, a receita do time francês teve um acréscimo quantitativo considerável. Porém, não alterou sua posição na classificação e permaneceu com a quinta maior, atrás, conforme os últimos números, de Manchester United (688,6 milhões de euros), Liverpool (701,7 milhões de euros), Real Madrid (713,8 milhões de euros) e Manchester City (731 milhões de euros) (DELOITTE, 2023).

Por fim, vale destacar que, levando em consideração as buscas no Google em todo o mundo como um parâmetro, o PSG foi, entre agosto de 2017 e agosto de 2023, três vezes mais popular em relação a Neymar, embora o atleta brasileiro tenha, em setembro de 2023, mais do que o triplo de seguidores no Instagram (213 milhões contra 66,1 milhões). A imagem a seguir mostra que, na maior parte do tempo em que o jogador esteve no clube francês, houve mais interesse de pesquisa sobre o segundo do que o primeiro, levando a uma indicação de que a contratação de Neymar não contribuiu tanto para o aumento da popularidade do PSG.

Imagem 1 – Pesquisas no Google por PSG (azul) e Neymar (vermelho) entre agosto de 2017 e agosto de 2023⁷

⁷ Na imagem, há uma linha vertical, em 1º de abril de 2022, referente a uma observação de que, a partir daquela data, houve uma melhoria no sistema de coleta de dados.



Fonte: *Google Trends*⁸

Considerações finais

Esta pesquisa buscou analisar se a era Neymar no PSG está mais próxima de um caso de *soft power* ou *soft disempowerment* do Catar, que investe no clube francês desde 2011. Para isso, em primeiro lugar, foram explicados o que significam esses dois conceitos. O primeiro tem a ver com “a habilidade de seduzir ou atrair” (NYE JR., 2008, p. 95), enquanto o segundo foca na possibilidade de uma atuação nesse sentido levar “a uma perda de atratividade ou influência” (BRANNAGAN; GIULIANOTTI, 2014, p. 4).

Em seguida, a atenção se voltou para o uso do esporte como uma ferramenta de *soft power* e a forma por meio da qual o Catar investe nessa área. Feito isto, a análise ficou por conta da era Neymar no PSG, que foi de agosto de 2017 a agosto de 2023, levando em consideração dados futebolísticos, como títulos conquistados e desempenho individual, bem como outros fatores, como o financeiro.

Como pontos positivos, identificou-se, ao longo desse período, a consolidação do PSG como a equipe mais vitoriosa da França e um aumento considerável da receita gerada pelo clube, que, apesar disso, não alterou sua posição na classificação dos times em relação a esse quesito, permanecendo em quinto.

Por outro lado, como pontos negativos, constatou-se que o PSG não conseguiu conquistar a Liga dos Campeões, o seu maior objetivo. Ademais, Neymar teve um desempenho individual bem inferior na comparação com o Barcelona, seu clube anterior, em grande parte devido a uma série de lesões, deixando-o de fora de momentos decisivos.

Pode-se citar também as polêmicas nas quais o jogador brasileiro se envolveu, principalmente com os torcedores do PSG e o soco que ele deu em um torcedor rival, gerando

⁸ Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2017-08-01%202023-08-31&q=%2Fm%2F01_1kk,%2Fm%2F03m5111&hl=pt>. Acesso em: 08 set. 2023.

repercussão desfavorável. Por fim, dados sobre pesquisas no Google mostram que Neymar não contribuiu tanto para seu clube se tornar mais popular.

Diante de tudo isso, é possível concluir que a era Neymar no PSG é um caso mais próximo de *soft disempowerment* do que *soft power* do Catar, confirmando a hipótese. Em outras palavras, além de o alto investimento da contratação de Neymar não ter resultado em sucesso dentro de campo, ficando longe das expectativas criadas, suas atitudes tiveram consequências negativas em termos de imagem e, ao deixar Paris, ele ainda decidiu ir para o Al-Hilal, da Arábia Saudita – rival dos cataris no Oriente Médio.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Rodrigo Accioli; PEREIRA, André dos Santos Alonso. Ousadia e alegria: sportswashing e soft power do Catar através do futebol. *Revista do Departamento de Geografia*, São Paulo, v. 42, p. 1-13, 2022.

BESA, Ramon; IRIGOYEN, Juan I. *Rakuten substituirá Qatar no patrocínio do Barcelona*. El País, Barcelona, 17 nov. 2016. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/deportes/1479330989_635216.html>. Acesso em: 03 set. 2023.

BRAND FINANCE. *Global Soft Power Index 2023*. Londres. Disponível em: <<https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-soft-power-index-2023-digital.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2023.

BRANNAGAN, Paul Michael; GIULIANOTTI, Richard. Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals. *Leisure Studies*, Londres, v. 34, n. 6, p. 703-719, 2014.

BRANNAGAN, Paul Michael; GIULIANOTTI, Richard. The soft power–soft disempowerment nexus: the case of Qatar. *International Affairs*, Londres, v. 94, n. 5, p. 1139-1157, 2018.

BRANNAGAN, Paul Michael; GRIX, Jonathan; WYNNE, Ceri. Soft disempowerment in Brazil. *ICISS Journal*, Doha, v. 3, n. 3, 2015.

CAMAZANO, Priscila. *Choro de Neymar após derrota viraliza e atacante recebe afagos e críticas*. Folha de S. Paulo, São Paulo, 23 ago. 2020. Disponível em: <<https://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2020/08/23/choro-de-neymar-apos-derrota-viraliza-e-atacante-recebe-afagos-e-criticas/>>. Acesso em: 05 set. 2023.

CAO, Qitian; PU, Jialin. The Trend of Naturalization in Sports—Promotes or Prevents Countries' Participation in Globalization? *Journal of Innovation and Social Science Research*, v. 9, n. 3, 2022, p. 208-213.

CARVALHO, Gabriel; MARUM, Pedro Henrique. *F1 confirma estreia do GP do Catar em novembro e acordo de 10 anos a partir de 2023*. Grande Prêmio, Campinas e Rio de Janeiro, 30 set. 2021. Disponível em: <<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/f1-confirma-estreia-catar-novembro-acordo-10-anos-2023/>>. Acesso em: 03 set. 2023.

CHADE, Jamil; MARQUES, João Guilherme; LOPES, Pedro. *O outro jogo do PSG*. UOL, Genebra, 22 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/final-da-champions-uma-obsessao-do-psg-jogo-politico-muito-dinheiro>> . Acesso em: 05 set. 2023.

CHADWICK, Simon. The Business of Sports in the Gulf Cooperation Council Member States. In: REICHE, Danyel; SOREK, Tamir (org.). *Sport, Politics, and Society in the Middle East*. Nova York: Oxford University Press, 2019, p. 183-204.

CHANAVAT, Nicolas. French football, foreign investors: global sports as country branding. *Journal of Business Strategy*, Bingley, v. 38, n. 6, p. 3-10, 2017.

DELOITTE. Bullseye: *Football Money League*. Londres, Deloitte Sports Business Group, jan. 2019.

DELOITTE. Bullseye Deloitte *Football Money League 2023*: Get up, stand up. Londres. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>>. Acesso em: 05 set. 2023.

DELOITTE. Bullseye. Rising stars: *Football Money League*. Londres, Sports Business Group, jan. 2018.

D'URSO, Joey. World Cup schedule likely to harm player welfare and diminish quality of domestic league matches. *The Athletic*, São Francisco, 15 nov. 2022. Disponível em: <<https://theathletic.com/3878381/2022/11/15/world-cup-schedule-player-welfare/>>. Acesso em: 03 set. 2023.

EMMET, James. *QSI completes PSG buyout*. SportsPro Media, Londres, 07 mar. 2012. Disponível em: <https://www.sportspromedia.com/finance-investment/investment/qsi_completes_psg_buyout/?zephro_sso_ott=RoF6Lx>. Acesso em: 30 ago. 2023.

FERNANDEZ, Martín. Fifa confirma *Catar como sede do Mundial de Clubes em 2019 e 2020*. Ge, Paris, 03 jun. 2019. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/fifa-confirma-catar-como-sede-do-mundial-de-clubes-em-2019-e-2020.ghtml>>. Acesso em: 03 set. 2023.

FREELEY, Mitch. *The Inside Story of Qatar Winning the 2019 Asian Cup*. BeIN Sports, Doha, 01 fev. 2020. Disponível em: <<https://www.beinsports.com/en-mena/football/articles/the-inside-story-of-qatar-winning-the-2019-as>>. Acesso em: 04 set. 2023.

FOLHA DE S. PAULO. *Uefa anuncia retorno da Champions League com jogos únicos em Portugal*. São Paulo, 17 jun. 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2020/06/uefa-anuncia-retorno-da-champions-league-com-jogos-unicos-em-portugal.shtml>>. Acesso em: 05 set. 2023.

GRIX, Jonathan. Sport politics and the Olympics. *Political Studies Review*, Londres, v. 11, n. 1, p. 15-25, 2013.

HALL, Andy. *Why did Xavi Hernández leave Barcelona in 2015 and move to Qatar?* As, Madri, 05 nov. 2021. Disponível em: <https://en.as.com/en/2021/11/05/soccer/1636112579_632886.html>. Acesso em: 04 set. 2023.

HELLIER, David. *PSG's Qatari Owner Buys 22% Stake in Portuguese Soccer Club*. BNN Bloomberg, Toronto, 10 out. 2022. Disponível em: <<https://www.bnnbloomberg.ca/psg-s-qatari-owner-buys-22-stake-in-portuguese-soccer-club-1.1830318>>. Acesso em: 03 set. 2023.

KISSINGER, Henry. *Sobre a China*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

KRZYZANIAK, John S. The soft power strategy of soccer sponsorships. *Soccer & Society*, Londres, v. 19, n. 4, p. 498-515, 2018.

LUCAS, Ricardo. *Neymar na Bola de Ouro: colocação ano a ano do brasileiro no prêmio. GOAL*, Londres, 17 out. 2022. Disponível em: <<https://www.goal.com/br/not%C3%ADcias/neymar-na-bola-de-ouro-colocacao-ano-a-ano-do-brasileiro-no-premio/blt38d3253126e884d4>>. Acesso em: 05 set. 2023.

MADRID, Bruno. *Neymar é anunciado pelo Al-Hilal e encerra período na Europa após 10 anos. UOL*, São Paulo, 15 ago. 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/08/15/al-hilal-neymar.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2023.

MONIZ, Gustavo. Messi conquista a Bola de Ouro 2015. *El País*, São Paulo, 12 jan. 2016. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/11/deportes/1452526494_475929.html>. Acesso em: 05 set. 2023.

MONTEIRO, Luiz Fara. Skytrax 2023: Qatar Airways vence como a Melhor Classe Executiva do Mundo. *R7*, São Paulo, 20 jun. 2023. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/prisma/luiz-fara-monteiro/skytrax-2023-qatar-airways-vence-como-a-melhor-classe-executiva-do-mundo-20062023>>. Acesso em: 03 set. 2023.

NYE JR., Joseph S. Get Smart: Combining Hard and Soft Power. *Foreign Affairs*, Nova York, v. 88, n. 4, p. 160-163, 2009a.

NYE JR., Joseph S. Get Smart. Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Filadélfia, v. 616, p. 94-109, 2008.

NYE JR., Joseph S. Get Smart. Soft Power. *Foreign Policy*, Washington, n. 80, p. 153-171, 1990.

NYE JR., Joseph S. Get Smart. *Soft Power: The Means to Success In World Politics*. Nova York: Public Affairs, 2009b.

QATAR FOOTBALL ASSOCIATION. *Football history in Qatar*. Doha. Disponível em: <<https://www.qfa.qa/football-history-in-qatar/>>. Acesso em: 03 set. 2023.

RAUPP, Ivan; CERQUEIRA, Rodrigo. *Fim da novela: Paris Saint-Germain anuncia a contratação de Neymar*. *Ge*, Barcelona, 03 ago. 2017. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-frances/noticia/fim-da-novela-paris-saint-germain-anuncia-a-contratacao-de-neymar.ghtml>>. Acesso em: 30 ago. 2023.

SETA, Vitor. Raio-X: lesões tiram Neymar de jogos decisivos de Champions e Copa do Mundo há quase dez anos. *O Globo*, Rio de Janeiro, 13 mar. 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2023/03/raio-x-lesoes-tiram-neymar-de-jogos-decisivos-de-champions-e-copa-do-mundo-ha-quase-dez-anos.ghtml>>. Acesso em: 05 set. 2023.

SHANKMAN, Samantha. Qatar Airways Enlists Messi, Suarez and Neymar for New Ad Campaign. *Skift*, Nova York, 04 fev. 2015. Disponível em: <<https://skift.com/2015/02/04/qatar-airways-enlists-messi-suarez-and-neymar-for-new-ad-campaign/>>. Acesso em: 05 set. 2023.

STUENKEL, Oliver. *O mundo pós-ocidental: potências emergentes e a nova ordem global*. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

THE WORLD FACTBOOK. Qatar. CIA.gov, Langley, 29 ago. 2023 (última atualização). Disponível em: <<https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/qatar/>>. Acesso em: 03 set. 2023.

TRANSFERMARKT. *Neymar – Titles & achievements*. [201-a]. Disponível em: <<https://www.transfermarkt.com/neymar/erfolge/spieler/68290>>. Acesso em: 05 set. 2023.

TRANSFERMARKT. *Neymar – Total dados desempenho*. [201-b]. Disponível em: <<https://www.transfermarkt.com.br/neymar/leistungsdaten/spieler/68290>>. Acesso em: 05 set. 2023.

TRANSFERMARKT. *Paris Saint-Germain – Club achievements*. [201-c]. Disponível em: <<https://www.transfermarkt.com/fc-paris-saint-germain/erfolge/verein/583>>. Acesso em: 05 set. 2023.

UOL. *'Inferno no PSG': relembre as polêmicas de Neymar na passagem pela França*. São Paulo, 04 set. 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/09/04/inferno-no-psg-relembre-as-polemicas-de-neymar-na-passagem-pela-franca.htm>>. Acesso em: 05 set. 2023.