

THIAGO GARCIA RIVITI

FUTEBOL BRASILEIRO NA ATUALIDADE: história, cultura e profissionalização

**ASSIS
2016**

THIAGO GARCIA RIVITI

FUTEBOL BRASILEIRO NA ATUALIDADE: história, cultura e profissionalização

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP – Universidade Estadual Paulista para a obtenção do título de Mestre em Psicologia (Área de Conhecimento: Psicologia e Sociedade).

Orientador: Prof. Dr. Francisco Hashimoto

**ASSIS
2016**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Márcia Elísa Garcia de Grandi - CRB 3068/8

Riviti, Thiago Garcia
R623f Futebol brasileiro na atualidade: história, cultura e
profissionalização / Thiago
Garcia Riviti. – Assis, 2016.
95 f.

Dissertação de Mestrado – Faculdade de Ciências e
Letras de Assis -
Universidade Estadual Paulista.
Orientador: Prof. Dr. Francisco Hashimoto.

1. Futebol. 2. Sociologia. 3. Psicossociologia. 4.
Sociedade contemporânea.
I. Título.

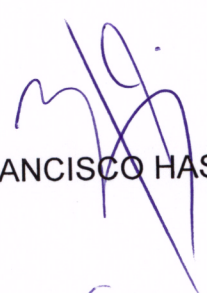
THIAGO GARCIA RIVITI

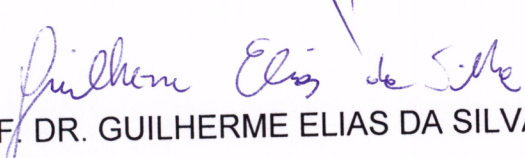
FUTEBOL BRASILEIRO NA ATUALIDADE: história, cultura e
profissionalização

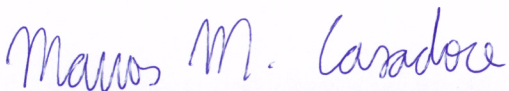
Dissertação apresentada à Faculdade de
Ciências e Letras – UNESP para a obtenção
do título de Mestrado Acadêmico em
Psicologia (Área de Conhecimento: Psicologia
e Sociedade)

Data da Aprovação: 20/05/2016

COMISSÃO EXAMINADORA


Presidente: PROF. DR. FRANCISCO HASHIMOTO - UNESP/Assis


Membros: PROF. DR. GUILHERME ELIAS DA SILVA - UEM/Maringá


PROF. DR. MARCOS MARIANI CASADORE - UNESP/Assis

AGRADECIMENTOS

Diz-se que o destino não importa. O importante é a jornada. Nesta última década viajei diversas vezes e muitas dessas viagens para o mesmo destino. Nenhuma viagem se compara a esta. Obrigado Francisco Hashimoto (Chico), por ser esta pessoa maravilhosa, humilde e sincera. E por me permitir fazer parte desta viagem. Obrigado por aquelas conversas em que às vezes nem falamos, pela experiência passada a todo tempo. Pela paciência e compreensão. Por todos os almoços, jantares e risadas. Dedico-lhe esta viagem que já é sua.

Ao meu avô, Gentil que me ensinou que não há jogo que não seja importante, pois futebol não é só um jogo.

À minha esposa, Silvana, que fez de tudo para que eu não desistisse nunca e acreditou em mim desde que nos conhecemos, no distante segundo ano de UNESP, sempre incentivando meus sonhos, e me apoiando nas dificuldades da dura vida cotidiana. Obrigado, meu amor; sem você não teria como.

Aos meus pais, Pedro e Rosa, tudo. Obrigado, por seu amor e dedicação incondicionais. Por seu apoio financeiro e emocional nos difíceis primeiros anos de graduação e pelos finais de semana, sempre mais compensadores com sua companhia.

À minha irmã Isabella, minha parceira de estádio e shows, obrigado por existir, por entender e discutir futebol em alto nível e por ser minha melhor amiga. Ao meu irmão Danilo, por ser sempre o Menino Maluquinho, o Monstrinho, meu primo, meu amigo e por tocar muita guitarra. Amo vocês.

Aos meus tios Carlos e Júlia, meus pais assisenses e aos meus irmãos assisenses João Paulo e Patrícia; pela acolhida na desértica Assis, quando nem eu sabia o que estava fazendo aqui além dos debates futebolísticos, sempre.

Aos tios Arymar, Gentil, Luciano e Alaor por jamais excluírem este pirralho de uma discussão futebolística ou política. Vocês me prepararam para o mundo e me inspiram todos os dias. À Tia Márcia, por ser tia, corretora, revisora e mãe além dos seus dotes culinários, pois, sabe-se, com o estômago vazio ninguém pensa!

Aos meus irmãos paulistanos, do Canalhas F. C. – Thiago, Guilherme, Diogo e Bruno –, por nossa amizade e por sempre irem ao meu encontro quando estou na terra da Garoa. Aos parceiros de jogos, do Pacaembu à Arena – Gabriel e Paulo –, pela companhia, xingamentos e opiniões compartilhadas. Vai, Corinthians!

Ao Seu Geraldo, meu amigo, mentor e primeiro técnico da longínqua várzea paulistana. Tudo começou lá nas ruas do bairro e no esquadrão do Unidos do Monte Kemel.

Aos meus irmãos de Lurde, que estarão sempre em meu coração e à amiga Natália Dorini, pelos tempos de graduação. Sem vocês não seria possível. Meu mais sincero NURUIO!

Um agradecimento especial aos meus amigos Rafael (Farofa) e Eduardo (He-Man). Sem o seu encorajamento e sua disponibilidade para as longas conversas madrugada adentro, esta viagem jamais seria possível.

Aos amigos e orientandos de Chico, em especial Guilherme e Lucas, obrigado por serem um grupo tão seleta e uma família tão acolhedora.

À minha família assisense, pela convivência e pelos churrascos. Obrigado, Luís, Larissa e Júlia, Lucas, Marcela e Pedro; Guilherme e Maíra; Atilio, Elaine, Nicolas e Lorena; Márcio, Adriana e Bruno; Padovan e Carolina.

Ao Banco do Brasil, nas figuras dos administradores Sant'anna e Marcolino, Jair e Edson, Marcelo, Kleber e Ricardo por terem me permitido ausentar durante as disciplinas obrigatórias da pós-graduação e em momentos em que a escrita me demandou. Aos meus colegas de trabalho que se multiplicaram na minha ausência, meu muito obrigado.

Aos funcionários da FCL/UNESP, campus de Assis, pela disposição e cortesia, sempre.

RIVITI, Thiago Garcia. **Futebol brasileiro na atualidade: história, cultura e profissionalização**. 2016. 95 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2016.

RESUMO

O objetivo principal deste trabalho foi levantar questões sobre o futebol profissional brasileiro e a sociedade contemporânea, com base na análise dos processos de profissionalização do esporte no Brasil e da sociedade sob seus diversos prismas, como a Indústria Cultural, a Sociedade de Consumo e a Sociedade do Trabalho; de modo a compreender melhor o futebol brasileiro e suas relações com a sociedade e seus praticantes. Assim, primeiramente, foi realizada uma revisão bibliográfica e levantamento de dados publicados nos portais especializados em conteúdo esportivo, bem como material jornalístico; em seguida, procedeu-se à análise dos dados à luz da Sociologia do Esporte e da Psicossociologia. Valendo-se da história da profissionalização do esporte na Inglaterra (onde o futebol moderno se constituiu) e no Brasil, foram apresentadas as semelhanças e diferenças dos fundamentos da organização e regulamentação do futebol nos dois países, por parte das Federações. Esta análise comparativa permitiu perceber que estes fatores influenciam diretamente nos resultados obtidos pelos clubes, comercial e esportivamente. Compreender a gênese profissional do futebol brasileiro também permitiu analisar a sua organização de modo a elaborar definições sobre como o futebol brasileiro se apresenta em relação ao mundial e, assim, compreender a sua importância comercial, em especial para a mídia esportiva. Esta relação mídia-esporte é a principal responsável pela manutenção do futebol como aspiração profissional para milhares de brasileiros e pela mitificação dos jogadores profissionais, transformados em verdadeiros heróis modernos, a partir dos anos 1960. Como resultado, o marketing esportivo é o principal motor da monetarização do futebol. Assim como no mundo corporativo, no esporte, as instituições buscam impor aos seus trabalhadores a ilusão do possível, da ausência de limites. O ideal esportivo surge nas organizações estabelecendo competições entre seus colaboradores, bem como no marketing, nas estratégias para capturar consumidores e vender produtos ligados ao esporte. As transformações ocorridas na Sociedade a partir dos anos 1980, que trouxeram o trabalho para o centro das relações sociais no final do século XX e início do XXI estão se alterando rapidamente. Cabe às instituições esportivas se adaptar. Nessa perspectiva, se faz necessário um novo modo de pensar o futebol, partindo de sua organização. Este estudo apresentou, também, as relações entre sociedade contemporânea, cultura e profissionalização no futebol, de modo que se espera contribuir para o levantamento de possibilidades de gestão profissional no futebol, buscando, assim, caminhos para a profissionalização de fato, única solução possível para a evolução do esporte no Brasil.

Palavras-chave: Futebol Sociologia. Psicossociologia. Sociedade Contemporânea.

RIVITI, Thiago Garcia. **Brazilian football today:** history, culture and professionalization. 2016. 95 f. Dissertation (Master's Degree in Psychology) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2016.

ABSTRACT

The main objective of the research was to raise questions about the Brazilian professional football and contemporary society, from the analysis of the sport's professionalization process in Brazil and the company under its various prisms, as the culture industry, the Society of Consumption and Labour Society, in order to better understand the Brazilian football and its relations with society and its practitioners. Therefore, first we conducted a literature review and survey data published in specialized portals in sports content, as well as journalistic material in order to proceed our analysis into the light of sociology of sport and psychosociology. From the history of sport's professionalization in England (where the modern game was formed) and in Brazil, similarities and differences of the organization's foundations and regulation of football in both countries by the federations were presented. That analysis of both organizations, allowed to realize that these factors directly influence the results by the clubs, commercial and sportily. Understanding the genesis of professional Brazilian football has allowed us to analyze its organization in order to prepare definitions of how the Brazilian football is presented in relation to the world and thus understand its commercial importance, especially for the sports media. This sports-media relationship is the main responsible for the maintenance of football as a professional aspiration for thousands of Brazilians and the mystification of the professional players, transformed into true modern heroes from the 1960s. As a result, sports marketing is the main engine of monetization of football. As in the corporate world, in sports institutions seek to impose on their workers the illusion of the possible, the absence of limits. The sporting ideal arises in organizations establishing competition among its employees, as well as in marketing, strategies to capture customers and sell products related to sports. The transformations in the society from the 1980s, which brought the work to the center of social relations in the late twentieth century and early twenty-first are changing quickly. It is for the sports institutions to adapt. So new way of thinking is necessary in football from your organization. The analysis also showed the relationship between contemporary society, culture and professionalism in football, in order to contribute to the raising of professional management opportunities in football, and seeking ways to professionalize in fact, only possible solution to the evolution of the sport in Brazil.

Keywords: Football. Sociology. Psychosociology. Contemporary Society.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMEA	-	Associação Metropolitana de Esportes Athleticos
APEA	-	Associação Paulista de Esportes Athleticos
CAP	-	Clube Atlético Paranaense
CBD	-	Confederação Brasileira de Desportos
CBF	-	Confederação Brasileira de Futebol
CLT	-	Consolidação das Leis do Trabalho
CLT	-	Consolidação das Leis de Trabalho
CT	-	Centro de Treinamento
ESPN	-	<i>Entertainment and Sports Programming Network</i> (Rede de Programação de Esportes e Entretenimento)
FA CUP	-	Copa da Associação de Futebol
FA	-	<i>Football Association</i> (Associação de Futebol)
FIFA	-	<i>Fédération Internationale de Football Association</i> (Federação Internacional de Associações de Futebol)
LMDT	-	Liga Metropolitana de Desportos Terrestres
LMDT	-	Liga Mineira de Desportos Terrestres
LPF	-	Liga Paulista de Futebol
MSI	-	<i>Media Sports Investment</i>
SEBRAE	-	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1 FUTEBOL MODERNO E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: DA INGLATERRA PARA O MUNDO	11
1.1 História do Futebol Moderno	12
1.2 Breve História da Profissionalização do Futebol Brasileiro	21
2 GENEALOGIA DA CULTURA DO FUTEBOL	32
2.1 Futebol Contemporâneo: manifestação cultural pós-moderna	34
2.2 Futebol Espetáculo: mídia, esporte e torcedor	39
2.3 O Marketing Esportivo no Futebol	45
2.4 Dimensões Sociais do Esporte e Práticas Esportivas do Futebol Brasileiro	54
3 RELAÇÃO HOMEM E FUTEBOL NO CENÁRIO ATUAL	58
3.1 Identidade e Pertencimento: o culto do “eu” e a Sociedade do Trabalho	58
3.2 Organizações Estratégicas no Cenário Contemporâneo: possibilidades de estudo e ilações esportivas	61
4 REFLEXÕES SOBRE TEMÁTICAS DO FUTEBOL	65
4.1 As Peneiras e as Categorias de Base	65
4.2 O Choque de Gestão	72
4.3 O Caso Bosman: “emancipação” do jogador europeu	74
4.4 Zico e Pelé: As leis	75
4.5 Causas do Adoecimento do Jogador de Futebol Profissional	77
4.6 Alienação Política dos Jogadores de Futebol	80
4.7 Futebol, Política e Ditaduras	81
4.8 Panorama da Paixão Nacional: O Futebol e o jogador brasileiro	82
CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
REFERÊNCIAS	90

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa compreender o futebol contemporâneo, em especial o praticado no Brasil, com base em reflexões sobre a Sociedade de Consumo, considerando a história, as questões culturais e de profissionalização, para compreender o futebol no país. Desse modo, utilizamos como fundamento para o desenvolvimento deste estudo a Sociologia do Esporte e a Psicossociologia. Recorremos, ainda, a recortes de materiais jornalístico, em especial ligados ao portal de notícias esportivas da rede ESPN, na internet, com o intuito de apontar a complexidade das relações do futebol na atualidade e o seu reflexo na atuação profissional dos jogadores. Como objetivos específicos, apresentamos a História do Futebol no Brasil e na Inglaterra, a fim de compreender a evolução do Futebol Moderno e da Sociedade Contemporânea e suas ressonâncias na carreira dos jogadores. Buscamos, ainda, a compreensão da formação e do desenvolvimento profissional dos jogadores, bem como a organização do trabalho no futebol, as relações com a mídia e a Sociedade de Consumo, promovendo, assim, uma análise crítica do panorama atual do futebol profissional brasileiro.

Optamos em considerar como referências para o estudo do futebol e do esporte as obras *Sociologia do Futebol* (GIULIANOTTI, 2002) e *Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira* (DAMATTA et al., 1982). Para compreensão do contexto atual, no tocante às influências do consumo no cotidiano, sustentamo-nos nas obras *A Cultura do Narcisismo* (LASCH, 1983) e *O culto da Performance* (EHRENBERG, 2010). A referência teórica foi complementada pelo material produzido por dois dos jornais de maior circulação no país, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, em especial as crônicas de Roberto DaMatta, publicada em *O Estado de S. Paulo* e o Caderno de Esportes publicado diariamente pela *Folha de S. Paulo*, entre 2012 (ano da escolha do Brasil como país-sede da Copa do Mundo FIFA®) e 2015 (ano subsequente à disputa para que nos fosse possível acompanhar a repercussão do evento pelas páginas do periódico). Além disso, recorremos a material audiovisual, produzido pela ESPN BRASIL®, referência nacional por sua análise crítica não somente aos temas ligados à estética futebolística, mas também àqueles ligados à estrutura organizacional e política do futebol brasileiro e mundial. Buscamos, também, no Manifesto do Movimento Bom Senso F.C., criado por jogadores de futebol brasileiros como forma de reivindicação de melhores condições

de trabalho, elementos para balizar a discussão sobre as mesmas, de forma crítica, contribuindo, assim, para um diagnóstico da situação do futebol brasileiro atual.

Pretendemos, ao final da análise, contribuir para o levantamento de questões pertinentes ao estudo do Esporte, em especial das relações de trabalho e produções de subjetividades existentes no futebol, de modo a contribuir com uma análise ainda incipiente no país que chamamos “do Futebol”.

Esta dissertação encontra-se estruturada em Introdução, seguida de quatro capítulos e Considerações Finais. No capítulo 1, apresentamos a História do futebol a partir da sua concepção moderna, ocorrida na Inglaterra, até a profissionalização do esporte no Reino Unido. Demonstramos, também, os processos de implantação do jogo no Brasil, a partir da influência da aristocracia europeia na sociedade brasileira em meados dos anos 1900 até chegarmos aos processos de profissionalização da prática no Brasil, definidos em meados dos anos 1930.

No capítulo 2 empreendemos uma discussão sobre a genealogia do futebol proposta por Richard Giulianotti (2002), com base na qual dissecamos a prática sob o prisma das relações do mercado com o esporte, inserido fortemente na Indústria Cultural, tão cara à Sociedade de Consumo – marcas da contemporaneidade. Seguimos relacionando o futebol ao torcedor, a fim de compreender como o torcedor se torna consumidor, notadamente a partir dos anos 1960, desencadeando um processo de espetacularização do esporte. Discutimos, então, embasados pelas contribuições de Tubino (2011), o papel do esporte como educação, participação e rendimento. Tais contribuições nos permitiram questionar a formação do futebolista, e apresentar um breve panorama de como tem sido tratada a prática do esporte no Brasil, desde a educação até o alto rendimento.

No capítulo 3 apresentamos aspectos caros aos indivíduos contemporâneos, sobretudo o individualismo dentro da cultura do narcisismo, como características advindas da sociedade do trabalho moldada a partir dos anos 80. A figura do trabalhador competidor, esse culto a performance, sugeridos por Ehrenberg (2010) e Bendassoli (2009), são tanto utilizados no cenário esportivo quanto corporativo. Procuramos – embasados nas concepções de Enriquez (2014) e de Bauman (2005, 2007), além dos autores anteriormente citados – apresentar possibilidades de estudos do esporte e sobre o esporte.

Por fim, no capítulo 4, discorremos sobre tópicos referentes a diversos temas caros à sociedade e ao futebol. E, em seguida, apresentamos as Considerações Finais, com o intuito de provocar reflexões sobre a prática do futebol e suas relações com a sociedade contemporânea.

1 FUTEBOL MODERNO E SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA: DA INGLATERRA PARA O MUNDO

Discutir o futebol em suas origens é esbarrar na própria trajetória da Modernidade, período que se inicia no contexto da Revolução Industrial e que ainda hoje incita discussões sobre sua ruptura ou consequência, como sugere Giddens (1991). Para esta análise, convencionaremos utilizar a definição de sociedade contemporânea desenvolvida por Bauman (2007), segundo a qual a humanidade caminha para a pós-Modernidade, que representa a “liquidificação” dos padrões de comportamento, consumo e políticos. Rubio (2001), valendo-se da leitura de teóricos da Modernidade descreve os mecanismos pelos quais a humanidade talhou seu progresso e define, assim, conceitos históricos, estéticos e políticos que determinaram a transformação da sociedade na chegada da Revolução Industrial.

Considerando a Modernidade como um conjunto de processos cumulativos de capital e mobilização de recursos, conforme Giddens (1991), estrutura-se um panorama do que se convencionou chamar de Modernidade, o estágio em que se encontra a sociedade contemporânea. Mas haveria sido a Modernidade ultrapassada?

Compreendemos que a Modernidade não foi propriamente ultrapassada, haja visto não haver elementos suficientes para definir uma ruptura no padrão dos processos produtivos, e sim a sua maximização. Talvez vivamos uma era de transição, cuja origem se deu na “Era dos Extremos”, apontada por Hobsbawm (1995). O fato é que, evocando as concepções de Giddens (1991) e de Bauman (2007), compreendemos que os processos pelos quais a sociedade contemporânea acumula capital, relacionam-se em nível transnacional e, considerando o papel da ciência em relação ao progresso e à vida cotidiana, não há ruptura significativa após a Revolução Industrial e sim uma exacerbação da capacidade produtiva e do consequente acúmulo de capital.

No bojo desta sociedade, reside a Indústria Cultural, termo cunhado para definir sistemas de inclusão de cultura como produto (HORKHEIMER; ADORNO, 1985). Desta forma, o esporte encontra-se capturado pela lógica de mercado, e passa a ser produto, para além de seu sentido lúdico. As concepções apontadas pela chamada Escola de Frankfurt, que cunha a Teoria Crítica, expõem este fenômeno de “catalisação” das manifestações culturais, entre elas o esporte, pelo capitalismo. Embora não refutemos o valor das contribuições da Teoria Crítica para

os estudos do esporte e da sociedade, discordamos de algumas de suas concepções, em especial a de que há diferenças entre artes, ou que há superioridade “entre artes” definidas pela sua captação ou não pelo mercado, elencando, assim, sua qualidade.

Preferimos uma abordagem mais centrada no intercâmbio entre os significados da arte e o significante desta para a identificação do indivíduo contemporâneo com o modo de produção vigente. Conforme Ramires (2010, p. 15),

A máquina de emoções, intitulada por Adorno como “Indústria Cultural” produz em massa modelos de identificação como os quais o homem pós-moderno se relaciona e, conseqüentemente, produz seus modos de ser após um processo de seleção e interpretação de símbolos mercantilizados.

DaMatta (1982) defende que o futebol, como as novelas, o cinema, o carnaval e até a cachaça são produtos de nossa identidade e cultural nacional. Outros autores compartilham de tal visão, entre eles Freyre (1999) e Rodrigues Filho (1947/2003). No Brasil, o futebol tornou-se, aos poucos, a representação cultural mais querida pelo povo, após sua democratização. Desta forma, o futebol configura-se um espaço do povo e para o povo, tendo em sua própria essência elementos que o universalizam e o tornam apaixonante. Analisar tal fenômeno cultural, à margem da sociedade, é impossível. Para melhor compreender os processos da profissionalização do futebol no Brasil, é necessário introduzir a profissionalização do esporte na Inglaterra, de onde originou-se o futebol como conhecemos.

1.1 História do Futebol Moderno

A gênese do futebol pode ser compreendida com base em diversos jogos tribais de vários territórios, distantes entre si, tais como a China e o Chile pré-colombiano. Relatos da prática são conhecidos desde o período mercantilista. Alguns autores inferem que “as fontes culturais do futebol” seriam a América Central e a Amazônia, onde tribos já praticavam variantes do futebol, embora de forma primitiva, o que se convencionou chamar de “*folk-football*”, na Inglaterra. (GIULIANOTTI, 2002, p. 15). Ainda segundo Giulianotti, há também versões da história do futebol segundo as quais o futebol primitivo seria, de fato, invenção chinesa. A evidência mais gritante, na qual se apoia esta linha de pensamento, leva

em consideração a fabricação de bolas para a prática de jogos sazonais com regras bastante similares ao futebol como conhecemos.

Considerando Giulianotti (2002), além de Galeano (1995) e McIntosh (1987), há diversas origens de práticas esportivas ou jogos tribais pelo mundo. Consideramos, portanto, que a prática de um passatempo utilizando os pés para condução de uma bola não a configura por si só como origem do futebol, ou ainda, a prática de tais passatempos em períodos e locais tão distantes, não necessariamente define a gênese do futebol moderno.

Ao levarmos em conta que a origem inglesa do futebol moderno, como o conhecemos, ocorreu a partir dos primórdios da Revolução Industrial, que ocorreu na ilha britânica nos séculos XVIII e XIX, concluímos que é mais compreensível que as modalidades primitivas da prática futebolística que foram populares na Europa a partir do período Romano, sejam inspirações mais plausíveis para os jogos similares ao futebol praticados até então. Outra boa possibilidade de compreensão pode estar na linguística. Na Itália, por exemplo, o futebol é chamado de “*calcio*”, em referência ao jogo praticado pelas classes mais abastadas de Florença e parte da França, notadamente cavaleiros e aristocratas. Há também, já em território britânico, práticas similares ao futebol como o futebol gaélico e o *ba game* jogado em dias santos em territórios escoceses (GIULIANOTTI, 2002). Percebemos, portanto, que a prática do futebol primitivo nas mais diversas formas não é exclusividade de uma civilização.

Como Giulianotti (2002), compreendemos que a forma moderna do futebol possui raízes na Inglaterra pois lá foram codificadas as regras e diretrizes que a prática esportiva segue até os dias de hoje. Esta codificação, como veremos, foi determinante para a consolidação do futebol moderno ou contemporâneo.

Em sua origem, o futebol aparece como passatempo da classe operária inglesa, que o praticava, predominantemente, nos momentos de folga entre turnos nas fábricas têxteis (GIULIANOTTI, 2002). A Revolução Industrial¹ que se anunciava nas terras britânicas foi o pano de fundo para a popularização deste esporte. Em

¹ A Revolução Industrial corresponde ao período de grandes mudanças nos meios de produção na Europa, a partir do século XVIII, quando a industrialização começa a transformar a sociedade. Como consequências, além da consolidação do capitalismo como meio de produção, podemos apontar a migração da população para o ambiente citadino e a ascensão da burguesia como classe dominante econômica e politicamente. Estes fatores são também primordiais para a consolidação do futebol moderno, conforme demonstraremos.

razão dos extenuantes turnos, os operários costumavam se aglomerar nas ruas em momentos de folga e praticar o futebol. Como reforça Alvito (2014, p. 26):

Obrigados a trabalhar durante catorze e até dezesseis horas por dia, os operários tinham cada vez menos tempo e disposição para o futebol. O enorme desenvolvimento das indústrias e do comércio nas cidades fazia com que o futebol passasse de mera perturbação a um sério inimigo do progresso material. E vem a ser duramente reprimido com a ajuda da recém-formada força policial. Em 1835, o Parlamento baixa uma lei proibindo o futebol de rua em toda a Inglaterra.

Durante o processo de industrialização inglês, com as cidades aumentando de tamanho e população crescendo, as tensões entre as classes trabalhadoras e os donos das fábricas acabaram resultando em diversas revoltas, algumas das quais tendo o futebol como mote para protestos (ALVITO, 2014). A proibição da prática não foi seguida e logo a modalidade conquistaria outros adeptos, das camadas mais abastadas da sociedade inglesa, especificamente os filhos dos aristocratas.

Ainda sem as mesmas regras e sem que houvesse a formalização, ou a regulamentação do futebol, o jogo ganhou adeptos nas escolas aristocráticas inglesas. Embora a prática fosse popular entre os operários, o ensino do esporte nas escolas é iniciado como forma de canalizar a energia e as tensões dos alunos de tradicionais escolas britânicas. Assim, ficou claro para os tutores que havia a necessidade de padronização da prática, de modo a disciplinar os jovens aristocratas que, não raro, protagonizavam episódios de violência e delitos nas cidades em que estudavam. A codificação das regras do futebol acontece nas universidades inglesas (GIULIANOTTI, 2002). A padronização não seguiu uma só direção, a princípio, dando origem a dois esportes distintos em sua versão moderna, justamente por causa das diferentes regras adotadas nas escolas. Havia, pelo menos, dois conjuntos de regras a serem adotados pelos alunos praticantes do futebol (GIULIANOTTI, 2002; ALVITO, 2014): as regras da escola de Cambridge, mais próximas do futebol praticado atualmente; e as da escola de Rugby, não por acaso as regras mais próximas do esporte homônimo.

A partir do processo da criação de regras unificadas para o futebol, foi necessária a criação de uma associação que gerisse a prática do esporte nas terras da Rainha. Com este intuito, em 1863, foi criada a *Football Association*² (FA), até hoje

² Associação de Futebol (tradução livre).

a entidade máxima do futebol inglês. Com o intuito de difundir o esporte e disposta a distanciar a *association football*³ o máximo possível do *rugby football* a FA uniu cerca de onze clubes da Inglaterra em sua fundação e passou a organizar a primeira competição oficial de futebol em 1871, a FA CUP®, que é disputada até hoje.

Uma vez consolidadas as regras e diante do sucesso da FA CUP®, a FA passa a ter papel soberano no controle do futebol inglês, reunindo um número cada vez maior de clubes afiliados e difundindo cada vez mais o esporte. Ironicamente, o esporte que ficara conhecido por sua violência e por estar ligado aos operários, acabara por ser “capturado” pelas camadas dominantes da sociedade inglesa e “domesticado” pelo seu conjunto de regras. O passatempo que era a prática do futebol nas ruas, nos intervalos de turnos, passa também a ser assistir ao jogo. As conquistas trabalhistas dos operários contribuem diretamente para a popularização do esporte e também para a transformação deste em produto de entretenimento (ALVITO, 2014).

Se não participam diretamente da organização do esporte, os operários ao menos dominam o campo, sendo maioria entre os praticantes. Importante notar que boa parte das agremiações esportivas, até então, eram justamente clubes de fábricas, em que operários se organizavam para jogar contra outras fábricas. Segundo Alvito (2014), a partir de 1850, este ciclo acabara por ser proveitoso para todos, ao passo que as melhorias das condições de trabalho observadas de 1850 a 1914, como diminuição de jornada, descanso semanal e melhores salários, criavam condições para o consumo de um incipiente entretenimento esportivo; o operário que jogava pelo time da fábrica criava mais um vínculo com seu empregador. Desta forma, do industrial ao dono do *pub* (tradicional estabelecimento inglês onde se reúne para beber e assistir a jogos), passando pelo operário-jogador, sem esquecer do operário-espectador; todos ganhavam.

Ao criar as condições para a unificação das regras, a Associação de Futebol (FA) inglês consolidou a prática do jogo, possibilitando sua popularização. Todas as mudanças ocorridas no jogo, foram amplificadas pela criação das ferrovias que ligavam o país, como resultado da crescente industrialização, permitindo, assim, a

³ O nome dado ao esporte nos Estados Unidos e em algumas colônias inglesas é, até mesmo, decorrente deste processo de criação das associações de futebol na Inglaterra. Para simples diferenciação do esporte homônimo praticado pelos americanos e do rúgbi, convencionou-se chamar o *football* inglês de *association football*, que remete a entidade que controla o futebol britânico. Com o passar do tempo, por processos de linguagem, abreviaturas foram sendo criadas até o termo *soccer* ser consolidado.

nacionalização do alcance da FA, aumentando ainda mais sua influência e, consequentemente, o interesse pelo futebol. Assim, não demorou para que todo um mercado se apresentasse ao futebol.

Com o crescente interesse do público em assistir ao futebol, a imprensa inglesa passa a se especializar também na crônica esportiva, visando a maiores índices de vendas aos apaixonados pelo esporte. Não raro, jogadores são convidados a comentar os jogos para jornais, utilizando pseudônimos a fim de não serem identificados (GIULIANOTTI, 2002), podendo, assim, complementar sua renda.

A FA, uma vez consolidada pelo sucesso de sua competição e pelo crescente interesse no esporte, passa a ter que lidar com o crescimento vertiginoso do futebol, definindo regras para que o profissionalismo não fosse efetivo. Apesar das limitações impostas pela entidade máxima do esporte, clubes de todas as partes da Inglaterra se utilizavam de subterfúgios para burlar os tetos impostos pela FA.

A autoridade da Associação de Futebol, limitando salários e até as transferências de jogadores entre clubes de diferentes regiões não foi suficiente para frear o impulso do profissionalismo. Importante notarmos que a maioria dos clubes ingleses se localizava, até então, no norte industrial (GIULIANOTTI, 2002; ALVITO, 2014), em razão da concentração da classe operária nesta região. A possibilidade de ascensão social por meio do futebol era vista com bastante preocupação pela aristocracia inglesa. Desta forma, a FA, controlada por representantes das camadas mais abastadas da sociedade inglesa; posicionou-se contra a profissionalização do esporte enquanto possível, tendo cedido às pressões da imprensa e jogadores posteriormente, como demonstraremos.

Em 1885, o profissionalismo passa a ser aceito, ainda que veladamente pela FA. A decisão é uma resposta à rebelião de 36 dos clubes associados, que ameaçavam se desligar da entidade, após a expulsão do Preston North End por escalação de profissionais (ALVITO, 2014). A partir desta primeira cisão, o profissionalismo é realidade no futebol inglês. Com os clubes mais organizados, foi questão de tempo para surgir, em 1888, a *Football League*, empenhada em organizar um calendário fixo e um campeonato regular, o que permitiria elevar a arrecadação das agremiações e aumentar a audiência. Nascia o Campeonato Inglês.

A profissionalização do futebol traz uma nova perspectiva aos ingleses, inclusive de ascensão social por intermédio do jogo, o que obviamente acaba incomodando os setores dominantes. Entre os jogadores, há aqueles que se dividiram entre “cavalheiros e jogadores” (GIULIANOTTI, 2002) – aqueles que jogavam pelo esporte e aqueles que jogavam pelo dinheiro – divisão que culmina na criação da aparentemente paradoxal Associação de Futebol Amador, que operou no Sul da Inglaterra de 1907 a 1914. Iniciativas como esta, no entanto, pouco surtiram efeito, uma vez consolidada a profissionalização do jogo.

Percebemos, a com base nos elementos apresentados, que a história do futebol inglês acompanha a industrialização da nação, fato gerador das inúmeras mudanças ocorridas na sociedade ocidental no século XVIII, em especial a consolidação do capitalismo como modo de produção, fato este que define a profissionalização do futebol. O primeiro momento do futebol profissional, conforme Giulianotti (2002), sua “modernidade inicial”, dura até meados de 1960; em virtude das relações de trabalho entre clubes e jogadores.

A criação da Liga (*Football League*) evidencia uma guinada ao profissionalismo de fato, com a criação de um calendário e adoção de regras de mercado, como forma de regular as transferências dos *players* entre clubes. Ocorre que muitas das alterações propostas pela liga em relação à gestão dos clubes e do futebol inglês visavam melhores condições de jogo, assim, um melhor espetáculo e não a maximização do lucro dos clubes e melhores condições de trabalho para os jogadores. A “maturidade” do futebol moderno, permitindo que nos apropriemos da genealogia proposta por Giulianotti (2002), seria consolidada posteriormente, como veremos.

A época vitoriana, segundo Alvito (2014), exerce grande influência no modo como se desenvolveu a gestão dos clubes britânicos em meados do século XIX. Período economicamente favorável, que coincidiu com a transição do amador para o profissional e permitiu a ascensão dos novos ricos industriais ingleses ao comando dos clubes. Por mais que objetivassem a saúde financeira de suas agremiações, o objetivo de todo o modelo de gestão dos clubes era prioritariamente o esporte.

A pujança econômica do período influenciou valores ideológicos como a filantropia. E o futebol estava neste contexto para boa parte dos administradores de clubes. De fato, apesar da ruptura entre a Liga e a Associação, na questão da profissionalização, nenhuma das entidades objetivava transformar o esporte em

negócio. Alvito (2014) aponta até, que grande parte dos donos de clubes ou presidentes destes ocupavam seus cargos em razão do prestígio que este o reservava. Os clubes de futebol assemelham-se, neste sentido, muito mais às associações de classe ou clubes sociais (Ordens de Advogados, Associações de Engenheiros, *Rotarys Club* e Maçonarias; por exemplo) do que propriamente a clubes esportivos.

O sistema de *shares* (ações), utilizado para viabilizar economicamente as agremiações, não permitia controle total do clube por um só associado, mas permitia à comunidade assegurar a saúde financeira do clube que a representava. O sistema apresenta características similares a uma empresa de capital aberto moderna, porém evidencia o caráter comunitário do futebol em seu estágio de modernidade inicial, como mencionamos.

Com o aumento de público, o negócio futebol passou a ser inevitável. Diversos setores que lucravam com o esporte começaram a financiá-lo. Empresas jornalísticas passaram a cobrir com mais frequência o esporte, que já era o mais popular da Inglaterra no início dos anos 1900. O mercado das bebidas era outro que se aproximava do futebol com bastante frequência. Muitos empresários do ramo eram membros dos quadros associativos dos principais clubes ingleses. Conforme Alvito (2014, p. 39):

[...] é notável a presença de um grande número de fabricantes de cerveja e de donos de pub: no Blackburn Rovers um cervejeiro detinha 150 ações, no Preston North End havia 26 donos de pub entre os acionistas, sem falar em seis fabricantes de cerveja, dois deles com 50 ações cada um. Quando o Newton Heath praticamente vai à falência em 1902, é um fabricante de cerveja, John Davies, que resgata financeiramente o clube, dando-lhe o novo nome de Manchester United.

Esta relação demonstra o interesse dos empresários de bebidas não apenas no futebol comunitário, mas nas oportunidades de negócios que a torcida proporcionava e no destaque social propiciado pelo cargo. Não por acaso, os grandes clubes ingleses se estabeleceram no Norte, fortemente industrializado. Mais indústrias significam mais operários, logo, maior torcida e mais jogadores. O que não significou, pelo menos até os idos de 1950, que os jogadores fossem alçados ao patamar de celebridades, como se observa atualmente, mas reservou-lhes destaque dentro da comunidade, como descreve Alvito (2014):

Ser jogador de futebol passou a ser um sonho de quase todo filho de família operária. As vantagens materiais existiam e muitas vezes a carreira de jogador profissional, permitia melhorar de vida, embora não enriquecer, devido ao férreo teto salarial. Não havia garantias e o fantasma de uma contusão séria estava sempre presente: um quarto dos jogadores sofriam contusões de joelho que acabavam por afastá-los definitivamente dos gramados. As carreiras terminavam em média aos 28 anos. Era um trabalho duro e perigoso, dotado da mesma aura de virilidade do trabalho nas minas, nas fábricas ou nos portos. Até o final da década de 1950, o jogador de futebol, em atividade ou aposentado, era membro de uma comunidade, na qual era respeitado e admirado, às vezes até com fervor, mas no fim das contas era visto como uma pessoa comum, não como uma estrela. Eles viajavam de trem para os jogos, misturavam-se aos torcedores no pub, viviam no mesmo bairro que os outros trabalhadores. (ALVITO, 2014, p. 44).

O desenvolvimento vertiginoso da estrutura fora de campo não acompanhou as relações de trabalho entre clubes e jogadores. Se os clubes gozavam de boa situação financeira, com entidades atuantes assegurando boa organização do espetáculo, os artistas continuavam convivendo com péssimas condições de trabalho, a exemplo dos operários que não haviam migrado para a atividade esportiva.

Um dos fatores apontados por Giulianotti (2002) e Alvito (2014) foi o teto salarial imposto pela FA e que a Liga manteve, visando equilibrar a competição. O mecanismo impedia os clubes de ultrapassar o valor estipulado pelas entidades no pagamento dos salários dos atletas. Outro mecanismo utilizado para equilibrar a competição e evitar que os clubes com melhores condições financeiras dominassem o espetáculo foi o sistema de transferências de jogadores. Até a década de 1960, restrições impostas pela federação impediam jogadores de trocar de clube sem que o clube de origem concordasse com a transferência, o que permitia ao clube de origem barrar a saída do jogador com manobras como o aumento irreal do valor a ser pago pelo clube de destino pelos serviços do jogador.

Este panorama em que jogadores e clubes relacionavam-se quase como senhor e escravo começaria a mudar a partir do engajamento proposto pelo Sindicato dos Jogadores por melhores condições de trabalho. Em 1960, após anos de pressão, a FA e a Liga determinam o fim do teto salarial. A regulamentação referente às transferências seria também alterada, pouco a pouco, até ser radicalmente modificada em 1974. Tais alterações permitiram ao futebol inglês uma guinada ao mercado, o que significou, de acordo com Giulianotti (2002), a modernização de fato do futebol profissional.

O reconhecimento dos futebolistas como classe de trabalhadores foi, como vimos, o estopim das mudanças em prol das suas próprias condições de trabalho.

Significou, também, que a tão almejada ascensão social – que desde os primórdios da profissionalização, era muito mais subjetiva, no sentido de reconhecimento social – se concretizasse, com o acúmulo de capital por parte dos *players*. Curiosamente, estas condições acabaram por distanciar o jogador de futebol do operário. Uma vez reconhecido o trabalho do jogador, ele não mais era operário que jogava. O artista e o público não mais pertencem ao mesmo lugar. Iniciava-se a era das “celebridades futebolísticas”.

A nova perspectiva de vida proporcionada pela quebra da limitação de salários pagos possibilitou aos jogadores melhores negociações financeiramente e, aos clubes mais abastados, contar com os melhores jogadores pagando mais por seus serviços. O mercado aberto foi possibilitado pelo crescimento do futebol como manifestação cultural na Inglaterra, como vimos tanto em estrutura como em audiência. Nenhuma destas mudanças seria possível sem o genuíno interesse do público pelo esporte.

Entendemos, com base nas contribuições de Giulianotti (2002, 2012) e Alvito (2014), que a popularização do futebol, a partir dos primeiros anos do século XX, foi impulsionada e maximizada pela mídia, em especial após 1920, com o rádio transmitindo os jogos para todo o território nacional. As fronteiras do campo, uma vez ultrapassadas, amplificam o alcance da paixão pelo futebol que agora poderia ser acompanhado de diversas localidades que não o campo. Embora em um primeiro momento esta massificação possa ter significado menor público no estádio, a mídia revolucionou a forma como o futebol se relaciona com o espectador.

Com a exposição maior ao público, anunciantes passam a enxergar maiores possibilidades no patrocínio ao futebol e a todos os esportes, de maneira geral. Este casamento entre a mídia e o esporte que se iniciou com a imprensa escrita noticiando os resultados dos jogos anteriores no longínquo ano de 1890 (ALVITO, 2014; GIULIANOTTI, 2002), passando pelo rádio nos anos 20 e chegando na televisão na década de 1960, consolida a prática esportiva como manifestação esportiva apropriada pela Indústria Cultural, como veremos. Para os jogadores, artistas máximos deste espetáculo, surgem oportunidades extracampo.

O jogador moderno não é mais apenas uma figura conhecida por seu papel em campo. O jogador moderno passa a maximizar seu ganho com a imagem, presente nas casas dos torcedores graças à televisão. Vincula-se a empresas como garoto-propaganda, de forma a utilizar sua imagem conhecida pelo grande público para veicular marcas de seus patrocinadores.

Os ganhos para a empresa que decide posicionar sua marca junto a um jogador de futebol são baseados na idolatria do torcedor por este esportista. Como vimos, o jogador moderno é agora também um modelo. O futebolista padrão muda completamente no imaginário do grande público, conforme demonstra Alvito (2014, p. 51):

Antes heróis da classe operária, encarnando os valores coletivos da classe, eles passam a ser representados como indivíduos ligados à riqueza e ao consumo hedonista. Se outrora o ídolo era uma figura como Stanley Matthews, o lendário ponta-direita que competiu até os cinquenta anos, não bebia e representava um pai de família, a partir desse momento, a imprensa cultivaria George Best, cuja única semelhança com Best se resumia à posição que jogava. Best, um gênio com a bola no pé, era tão famoso que chegou a ser chamado de “quinto Beale”.

As alterações no padrão de consumo da sociedade também ajudam a explicar o comportamento de ídolos como Best e escancaram as intersecções entre mídia, esporte e outras manifestações culturais, como a música – fenômeno igualmente apontado por Giulianotti (2002). Aos poucos, o jogo de operários se tornou um subproduto da Indústria Cultural. A Modernidade do futebol une mercado, mídia e esporte intrinsecamente. A midiatisação dos *players*, que os conferiu status de celebridades e permitiu o acúmulo de capital social e financeiro, os leva ao próximo passo, a “emancipação” de fato em relação aos clubes, que aconteceria em 1995, com o caso Bosman, paradigmático em todo o mercado do futebol.

Compreender os primórdios do futebol inglês e as alterações pelas quais passou ao longo dos anos, nos permite ilustrar os mecanismos por meio dos quais jogadores foram se tornando celebridades e também as mudanças que o mercado da bola impôs ao esporte, tais como a mercantilização das relações de trabalho e a globalização do esporte que se apresenta atualmente. Para o estudo proposto, entendemos ser de extrema importância compreender, também, a evolução do futebol no Brasil, para que possamos avançar com a discussão sobre a profissão dos jogadores neste país à luz da contemporaneidade.

1.2 Breve História da Profissionalização do Futebol Brasileiro

O futebol chega no Brasil por intermédio de um paulistano, filho de pai britânico que se apaixonou pelo jogo quando foi estudar na Inglaterra e acabou

sendo atleta do *St. Mary's* (atual *Southampton F.C.*). Charles Miller trouxe, em sua bagagem, a primeira bola de futebol a se aventurar nas terras brasileiras, no ano de 1894. Trataremos deste período de modo a elucidar os processos de profissionalização do esporte no Brasil.

A introdução do futebol na cultura brasileira, a partir de 1894, passa por diversos períodos até o profissionalismo, que é oficializado em meados de 1930. O encantamento do brasileiro com o futebol, no entanto, é imediato, muito embora a prática do esporte fosse quase que exclusiva dos imigrantes nos primórdios como veremos. A influência européia, neste processo, é explicada pelo momento histórico atravessado pelo Brasil nos idos de 1894.

A industrialização, que começava a surgir no final do século XIX, trouxe ao Brasil diversas empresas de origem europeia e muitos imigrantes para aqui trabalhar, seja nas lavouras de café seja nas incipientes indústrias das cidades. Esta influência é de extrema importância para o desenvolvimento do esporte brasileiro, não apenas do futebol. De acordo com Caldas (1990), sem a influência dos imigrantes e de alguns poucos brasileiros que haviam tido a oportunidade de estudar na Europa, o esporte tupiniquim não teria o impulso inicial para ser difundido, haja vista os primeiros clubes recreativos que se tem notícia no Brasil, serem de origem europeia.

Foi justamente em um destes clubes, o São Paulo *Athletic*, que Miller iniciou sua trajetória de embaixador do futebol no Brasil. Ao organizar jogos em conjunto com o alemão Hans Nobiling, sócio do clube Germânia, ligado aos imigrantes alemães na cidade de São Paulo, começa a se desenhar o futebol brasileiro. É fato que o termo “brasileiro” aqui remete ao local praticado e não ao praticante, pois o esporte ainda era, até então, exclusividade da elite paulistana nos clubes, ou seja, prioritariamente composto de imigrantes europeus.

A origem de diversos clubes no Brasil remete à influência inglesa, que pode ser verificada pelos nomes desses clubes, tais como: *The Bangu Athletic Club*, *Sport Club Corinthians Paulista*, e *São Paulo Athletic*. A tradição esportiva brasileira, como percebemos, é uma herança da alta sociedade brasileira do final do século XIX, composta predominantemente por industriais de origem europeia. Como ilustra Mário Rodrigues Filho (2003, p. 29), sobre a origem do *The Bangu Athletic*:

O Bangu podia botar um preto no time, embora fosse um time de ingleses. Tão de ingleses, que tinha o *The*, era o *The Bangu Athletic Club*. A Companhia Progresso Industrial do Brasil, uma fábrica de tecidos, brasileira, de capitais portugueses, mandara buscar mestres na Inglaterra. Os mestres ingleses fundaram o *The Bangu Athletic Club*. (RODRIGUES FILHO, 2003, p. 29).

Considerando o exposto sobre as raízes do futebol no Brasil, é importante que nos voltemos ao jogador brasileiro deste tempo. Entender quem foram os primeiros praticantes e como se estabeleceram como futebolistas nos idos de 1900 é questão central para demonstrarmos como se deu a profissionalização do futebol brasileiro. Para tanto, é preciso também compreender como os clubes tratavam, até então, seu quadro associativo.

Como podemos notar, os primeiros clubes de futebol foram criados com o intuito de assegurar aos seus sócios atividades esportivas e recreativas. Os associados eram majoritariamente funcionários de empresas europeias estabelecidas no país. A primeira partida de futebol brasileiro, conforme Caldas (1990), foi disputada pelo time de Charles Miller, formado por empregados de origem inglesa das companhias de gás, elétrica e da ferrovia do estado de São Paulo.

Sendo a principal função do futebol recreativa, no intuito de preencher as horas de folga dos associados, não havia a necessidade de buscar novos talentos para a equipe que representava o clube. Este panorama começa a se alterar a partir do aumento de clubes, que formavam esquetes para competir amistosamente entre si, já com presença da torcida. O futebol, difundido largamente por Charles Miller, já era então praticado no Rio de Janeiro, Minas Gerais, Santa Catarina e no Rio Grande do Sul⁴.

Com a difusão da prática futebolística, naturalmente o público começa a se interessar mais pelas partidas, o que gerou maiores pressões por resultados (CALDAS, 1990). O interesse da torcida pelo futebol não significava participação, de fato, uma vez que os clubes ainda aceitavam apenas sócios da elite em seus quadros, impossibilitando os menos abastados de praticar futebol (ao menos

⁴ As pesquisas sobre o pioneirismo da prática de futebol pelos clubes costumam trazer resultados divergentes entre si, porém, para o estudo que se apresenta, nosso foco estará voltado para os clubes que jogaram campeonatos estaduais a partir de 1898, data da chegada de Charles Miller, que figura, na história, como o pioneiro do futebol brasileiro e, na prática, nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, por sua relevância para a sociedade brasileira da época, além de serem os estados que permitiram o reconhecimento da FIFA® ao futebol brasileiro, como veremos.

formalmente, pois as famosas “peladas⁵” já começavam a aparecer no Brasil), porém, a existência de uma torcida significava possibilidade de renda aos clubes e é pista da profissionalização que se anunciaria nos idos de 1930.

A popularização do futebol com o aumento do público foi observada com mais clareza a partir do processo de urbanização brasileiro, com boa parte da população migrando do campo para a cidade. O ponto crucial na questão da inserção da torcida é que a mesma, além de anunciar novos tempos para o amador futebol brasileiro, inicia também o fim da “era amistosa”, em que os clubes se enfrentavam sem a pressão da vitória. Este aspecto das relações entre clubes permitia-lhes a consolidação do futebol como esporte elitista, pois os jogadores seriam sempre os mais abastados, associados e membros da *high society*. A pressão para vencer, no entanto, leva os clubes a procurar os melhores jogadores, os mais habilidosos e não necessariamente os mais ricos e ilustres.

Entre os clubes fundados na era amadora, o Bangu foi um dos poucos que permitia jogadores de diversas classes sociais. Outros, como o Fluminense, também do Rio de Janeiro, eram tradicionalmente elitistas. É importante frisarmos que Mario Rodrigues Filho (1947/2003) e, posteriormente, Caldas (1990) apontaram que, no Bangu, a ausência de travas em relação à origem dos jogadores é explicada pela sua localização geográfica – distante do centro (onde conseguiria angariar mais jogadores da elite) – e por sua origem como time de fábrica, o que obrigou, de certa forma, a diretoria a aceitar o operário e o mestre no campo, juntos, mas não no quadro societário, o que permitiria ao operário participar de decisões administrativas.

Como vimos, a adição da torcida nesta grande equação que é o futebol constitui-se o fator determinante para a busca de jogadores de origens mais humildes. A “abertura” da prática do futebol brasileiro aos menos abastados acabou por servir, também, como meio de manutenção do poder das diretorias dos clubes. De acordo com Caldas (1990, p. 43),

[...] ao mesmo tempo, convém lembrar: a popularidade cada vez maior do futebol obrigava, politicamente, os diretores dos clubes a correrem atrás de bons jogadores. Só assim, e às custas de seguidas vitórias, alguns poderiam manter sua autoridade política no clube.

⁵ “Pelada” é o termo que denomina qualquer jogo de futebol que não seja dentro de seus padrões regulamentares. O futebol jogado na rua, nos campos de terra, sem uniformes, por homens e mulheres de diversas idades, portanto ligado muito mais ao brincar do que ao esporte (BECKER, 2012).

Observamos, então, que a pressão por vitórias levou os clubes a buscar jogadores de fora de seus quadros associativos, visando melhorar tecnicamente seu elenco. Estas transações foram o ponto de partida para a profissionalização do futebol brasileiro, pois possibilitaram o surgimento do mercado no futebol brasileiro. Com a demanda de clubes por melhores jogadores, eles podiam então negociar sua participação, determinando valores por seus préstimos. Como ainda se tratava da era amadora, proibía-se o pagamento de salário por parte das associações desportivas, o que obrigou os clubes a mascararem os pagamentos, como veremos. Para compreender melhor este processo, é fulcral compreender o papel das associações, também neste contexto.

As associações foram criadas no Brasil com o intuito de permitir aos clubes, primeiramente, o reconhecimento da prática no país, pela Federação Internacional de Associações de Futebol (FIFA®, na sigla em francês). Em segundo lugar, manter o quanto fosse possível o caráter elitista do futebol. Para atingir o primeiro objetivo, no entanto, era necessário que apenas uma entidade fosse responsável pela organização do futebol brasileiro, o que ainda demoraria a acontecer. Compreendemos, portanto, que além das funções burocráticas reservadas a qualquer instituição desportiva, como organizar campeonatos e promover a prática do desporto, as associações também serviam como instrumento de segregação social no esporte. O panorama se alteraria definitivamente a partir da participação do negro no futebol brasileiro, tema delicado e que merece destaque.

Diversos estudos sobre a presença do negro no futebol brasileiro foram elaborados, com destaque para a obra de Mario Rodrigues Filho *O negro no futebol brasileiro* (1947/2003), que se tornou referência no estudo do futebol, muito embora tenha sofrido críticas de supostamente romantizar o papel do negro no futebol brasileiro, por autores como Soares (1998), cuja tese é veementemente refutada por outros como Wisnik (2008), além de Helal e Gordon Jr. (1999). Para estes, a obra de Mario Rodrigues Filho captura historicamente momentos-chave em que o negro foi determinante para o futebol brasileiro, constituindo um documento histórico relevante.

É fato que a questão da democracia racial no Brasil é delicada, muitas vezes negligenciada quase como se houvesse um esforço para que não seja discutida, de modo a não suscitar preconceitos latentes em nossa sociedade. É fato, também, que o futebol, importado como passatempo aristocrático, não tinha como premissa a

popularização do esporte, o que sugere que as práticas ludopédicas alijaram aqueles que não pertenciam às classes mais abastadas nos idos de 1900.

O processo de profissionalização do futebol brasileiro foi possível, obviamente, por uma conjunção de fatores tais como o movimento demográfico do campo para a cidade, a insipiente industrialização e a presença da torcida. Nenhum destes fatores, porém alteraria de forma tão contundente a estrutura do ludopédio brasileiro como a escalação de negros no time do Clube de Regatas Vasco da Gama (RJ), campeão carioca em 1923 (CALDAS, 1990).

Ao entrar em campo com jogadores negros, vencendo o campeonato, o clube causa desconforto nos outros clubes; entretanto, mais do que isso, altera a imagem do jogador para a torcida e, gradualmente o profissionalismo seria alcançado, como assinala Caldas (1990, p. 51):

A partir dos acontecimentos de 1923, começa a mudar lentamente a imagem do jogador de futebol. O grande público já não vê apenas o jovem estudante universitário, grã-fino, praticando até então um esporte exclusivo de ricos. A esta figura (ainda sob veementes protestos) junta-se o cidadão comum, sem privilégios econômicos e sociais.

Se a barreira da classe estava sendo derrubada, com a inserção do negro no futebol (e utilizamos o termo “de classe”, pois de fato não se tratava de um preconceito racial, mas social por parte das elites que dominavam o esporte até então), não havia sido derrubada, ainda, a barreira do profissionalismo, oficialmente. Aos poucos, no entanto, o futebol brasileiro se tornaria profissional.

A “democratização” do futebol trouxe nova dinâmica à disputa. A exigência de não profissionalizar o esporte mascarava a tentativa de mantê-lo o tanto elitizado quanto possível. Oficialmente, as Associações proibiam os jogadores de viver de futebol. Surgiu então um mecanismo de pagamento não oficial, o “bicho”. O “bicho” é um mecanismo de recompensa aos jogadores, oferecido pelos clubes como incentivo a vitórias em jogos de maior importância, como contra rivais tradicionais ou uma final de campeonato. Tradicional no futebol brasileiro e internacional, teria começado no Brasil, no Vasco da Gama, e seu nome é uma referência ao jogo do bicho, pois os pagamentos – proibidos – eram combinados em códigos entre diretores e atletas. Conforme Becker (2012, p. 18),

Há um consenso de que o “bicho” – prêmio dado aos jogadores em caso de vitória – tem origem no jogo do bicho. Isso porque, como o futebol era oficialmente amador, os bichos do jogo eram utilizados como linguagem

cifrada para indicar qual seria o valor da premiação, o que servia para atrair e incentivar os jogadores pobres. Antes do jogo, os jogadores perguntavam: “qual é o bicho de hoje? ”. Conforme a importância da vitória, o bicho seria um cachorro (5 mil-réis), um coelho (10 mil-réis) um peru (20 mil-réis) [...] (BECKER, 2012, p. 18).

O jogador que não vinha de famílias aristocráticas entra nos times por seu talento. Nada mais natural que haja, por parte dos clubes, incentivos para que o futebolista escolha a agremiação. Iniciativas como a do Vasco da Gama, em meados de 1920, de incentivar vitórias com pagamentos em dinheiro eram oficialmente reprimidas.

Mario Rodrigues Filho (1947/2003) afirma que o Vasco não teria sido pioneiro na prática, iniciada por volta de 1915; mas que a tornou marca do clube a partir de 1923. Foi então que os clubes cariocas deixaram a Liga Metropolitana de Desportos Terrestres (LMDT) e fundaram a Associação Metropolitana de Esportes Athleticos (AMEA); sem a participação do clube de origem portuguesa, como forma de reprimir o profissionalismo que se delineava cada vez mais.

Assim como no Rio, em São Paulo e em Minas Gerais as Associações ou Ligas também repreendiam o pagamento dos clubes aos atletas por seus serviços. Como forma de prevenir o futebolista de sobreviver do jogo, as entidades promoviam mecanismos de controle, como as visitas aos locais de trabalho dos jogadores, com o intuito de confirmar que eles trabalhavam e não viviam do futebol. Por estatuto, a Liga Mineira de Desportos Terrestres (LMDT) de Minas Gerais, a AMEA no Rio de Janeiro, além da Liga Paulista de Futebol (LPF) e a Associação Paulista de Esportes Athleticos (APEA) em São Paulo; proibiam o pagamento dos atletas, porém não conseguiam coibir práticas como o “bicho” e as vantagens oferecidas aos atletas pelos clubes, como deduzem Lage e Medeiros (2014, p. 5) sobre a realidade de Minas Gerais:

[...] a partir de meados da década de 1920, os clubes belo-horizontinos começaram a organizar suas equipes através do cooptação de atletas, oferecendo gratificações materiais, financeiras, empregos, financiamento de estudos e demais compensações que faziam com que os atletas de destacada qualidade técnica deixassem seus clubes de origem para defenderem outra agremiação.

São casos similares aos relatados por Mario Rodrigues Filho (1947/2003), sobre jogadores negros no Rio de Janeiro, trabalhando em comércios, fábricas e

indústrias, muitas vezes de diretores ou torcedores do clube, para burlar a evidente profissionalização, razão da criação das chamadas comissões de sindicância:

De quando em quando, sem avisar, a horas impróprias, a Comissão de Sindicância aparecia em Moraes da Silva para ver se algum jogador estava por lá. Com o Vasco na AMEA, a Comissão de Sindicância trabalharia todos os dias, indo a Moraes e Silva, nas casas comerciais, onde o Vasco dizia que os seus jogadores trabalhavam. Ninguém acreditava que os jogadores do Vasco trabalhassem. (RODRIGUES FILHO, 1947/2003, p. 138).

Alguns jogadores, cientes da finitude da atividade futebolística, de fato constavam nas listas de empregados e trabalhavam. Outros, porém, figuravam nas listas apenas para garantir sua participação nas competições (CALDAS, 1990; RODRIGUES FILHO, 1947/2003). Fato é que este mecanismo criado pelos clubes para atrair os bons jogadores permite que eles se utilizem do futebol para sua ascensão social.

O caso do jogador Cardosinho, em Minas Gerais, é ilustrativo. Vindo de Juiz de Fora como destaque do time local, chegou ao Athletico em 1925 e deixou o clube quatro anos depois, segundo ele próprio por que o futebol atrapalhava seus estudos. Havia utilizado sua habilidade com a bola para conseguir “emprego na repartição pública, além de auxílio financeiro para concluir seus estudos” (LAGE; MEDEIROS, 2014, p. 6).

Há numerosos exemplos de jogadores que tiveram destinos diferentes, como a aposentadoria precoce por lesão, ou o completo abandono do clube, como descreve Caldas (1990) sobre o caso de Tatu, jogador do Corinthians que, em 1932, recebeu diagnóstico de tuberculose, sendo obrigado a abandonar seu emprego – que conseguira com ajuda do clube – e a retornar para sua cidade, sem alternativas para pagar o tratamento da doença.

Casos como os citados demonstram como o futebol, a partir dos anos 20 no Brasil, transcende o lúdico e perfaz o caminho de manifestação cultural com viés de espetáculo, a partir da adição da torcida e da monetarização dos clubes. Tais processos permitem praticantes de classes sociais menos abastadas, aqueles cuja prática fora negada inicialmente, vislumbrar a ascensão social por meio do esporte.

Percebemos, com base nestas contribuições, que o amadorismo chega ao fim diante dos processos da democratização da prática esportiva. Assim, é possível delimitar três períodos históricos do futebol brasileiro amador. No primeiro, do início dos anos 1900 até o fim da década de 1910, há o amadorismo puro, calcado na

prática lúdica e no lazer da comunidade europeia estabelecida em território brasileiro. A partir de 1910, com a participação de outras classes sociais, há o período de democratização do futebol, em que a presença da torcida e o estabelecimento de Associações reguladoras inicia o processo de transformação do futebol amador para o semiprofissional. Após o início dos anos 20, com a incipiente imprensa esportiva e o crescente interesse do público e a presença cada vez maior dos representantes de classes mais pobres no cenário futebolístico, inicia-se o “profissionalismo marrom”, conforme termo utilizado à época (CALDAS, 1990; RODRIGUES FILHO, 1947/2003), cujo pagamento pecuniário, além de vantagens sociais obtidas pelos jogadores com sua atividade no campo, permitia vislumbrar ascensão social, embora não o reconhecimento da atividade profissional.

O profissionalismo é inaugurado em 1933, pelo então Presidente Getúlio Vargas, como parte de um conjunto de medidas colocadas em prática em seu Plano de Governo. Via de regra, o futebol não estava na cartilha populista da chamada Segunda República, porém o “Programa da Reconstrução Nacional” do presidente Vargas permitiu que a profissionalização fosse vislumbrada.

Havia, então, consenso entre os clubes de que a situação do “amadorismo marrom” era impraticável. Diversos problemas administrativos e o crescimento da indústria cultural ligada ao futebol, em especial a imprensa, impulsionam a medida. Curiosamente, já em meados dos anos 30, o êxodo dos melhores jogadores preocupava o universo do futebol brasileiro e também foi um dos fatores que levou à profissionalização.

Neste momento, já é impossível dissociar o futebol da sociedade brasileira. E esta relação se tornaria mais próxima a cada dia. Silva (2004) demonstra que um dos principais motivos desta relação tão próxima é justamente o esforço em (re) criar uma identidade nacional em período complicado política e economicamente. As políticas populistas de Getúlio Vargas, no período de 1930 a 1945, são responsáveis diretas por algumas das alterações legais que permitiram ao futebol se tornar profissional.

O plano de reconstrução da identidade nacional, um dos pilares da política do governo getulista, com o resgate de datas comemorativas e centenários relevantes, a exemplo do Arquivo Nacional e do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (SILVA, 2004), revela o esforço do Estado Novo não só de criar uma identidade

nacional, mas também de abarcar nesta os sujeitos historicamente relegados, como a crescente classe proletária e o mestiço.

Entendemos, conforme demonstra Silva (2004, p. 68), que as contribuições de autores como Gilberto Freyre, Mario Rodrigues Filho e Sérgio Buarque de Holanda foram também fundamentais para integrar o mestiço e o negro definitivamente na historiografia brasileira.

A década de 1930 foi marcada também por reflexões acerca das características que nossa formação social, política, econômica e cultural pudesse apresentar, e que, de alguma maneira, influenciaram na compreensão e interpretação das leituras que poderíamos fazer em relação ao futebol.

Ainda como parte da estratégia do governo da Segunda República, melhorias para os trabalhadores seriam implantadas. A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), sancionada em 1943, estabelece direitos ao esportista. Ainda que o futebol não fosse o principal alvo das reformas, acabou por se beneficiar dos planos de regulamentação do futebolista como profissional no país.

Estavam postos os instrumentos para a efetiva profissionalização do futebol brasileiro, realizada finalmente em 1937, com a promulgação da Lei Geral de Desportos e a aclamação da Confederação Brasileira de Desportos (CBD) como a entidade máxima do futebol nacional. O reconhecimento da FIFA® viria em seguida e o futebol entraria em uma nova era no Brasil.

Demonstramos a formação do profissionalismo do futebol na Inglaterra e no Brasil. Verificamos que a profissionalização do esporte passou por semelhanças nos dois países, porém a organização do esporte é bastante diferente. Desta forma, é possível comparar o desenvolvimento de ambos de acordo com suas especificidades. Constatamos, ainda, que na Inglaterra o jogo é apropriado pela burguesia como prática educativa e, posteriormente, como espetáculo. Entendemos que a implantação do profissionalismo inglês se deu a partir das transformações que a torcida promoveu na competição entre os clubes, fato também ocorrido no Brasil, embora a prática tenha seguido caminho inverso.

Se na ilha britânica o futebol foi apropriado pelo caráter lúdico em que os operários praticavam, no Brasil o proletariado foi alijado sistematicamente da prática do esporte até a necessidade da profissionalização, oficial ou não. Por profissionalização neste momento, com base em Elias (2001), entendemos a definição de Lage e Medeiros (2014, p. 1), por abarcar os seguintes conceitos:

O termo “futebol profissional” ou “profissionalização do futebol”, deve ser compreendido a partir de dois significados distintos: como sinônimo de remuneração ou gratificação dos atletas realizada pelos adeptos, associados e dirigentes dos clubes de futebol; e como um conjunto de funções sociais especializadas na sociedade frente a uma demanda existente.

Tanto na Inglaterra como no Brasil, o futebol se desenvolveu por meio de movimentos profícuos para tal na sociedade. Na Inglaterra, a Revolução Industrial e, no Brasil, a expansão industrial e o crescimento demográfico urbano, em virtude da industrialização pela qual passava o país. Se na ilha britânica a presença de fábricas e a necessidade de divertimento dos operários possibilitou o surgimento dos primeiros jogos; no Brasil foi justamente a presença dos donos de fábricas, de origem inglesa, em sua maioria, que fez surgir o futebol em solo brasileiro. Então, a diferença principal reside, justamente, nos mecanismos em que a prática se desenvolveu. No Brasil, em sentido inverso do inglês, do aristocrata praticante para a permissão do operário jogar. Na Inglaterra, dos times de fábricas compostos por operários, aos dirigentes da alta sociedade e a prática nas escolas de elite.

Independentemente da origem da prática, é certo que o caminho do profissionalismo se deu pela presença e interesse da torcida que, pouco a pouco, modificou a prática, de lazer a manifestação cultural com as marcas que o capitalismo deixaria ao atingir qualquer atividade.

Pensar o futebol após a profissionalização significa, também, compreender a transformação do jogador em funcionário de uma organização – o clube. Assim, com a profissionalização do futebol, os clubes passaram a buscar a maximização dos ganhos, analogamente a qualquer corporação moderna. Os novos tempos do esporte são também novos tempos para os jogadores, agora podendo, de fato, vislumbrar a prática esportiva como profissão e nela construir perspectivas de ascensão social. Para compreendermos melhor as relações de trabalho entre clube e jogadores é fulcral que foquemos, preliminarmente, nas alterações estruturais do esporte a partir dos anos 60.

É necessário, porém, que alguns conceitos antes sejam apresentados, como forma de embasar nossa análise, baseada na genealogia da cultura do futebol, até as transformações das relações de trabalho na Sociedade Contemporânea, passando pelos mecanismos de identificação que o futebol apresenta aos jogadores e aos torcedores.

2 GENEALOGIA DA CULTURA DO FUTEBOL

Primeiramente, entendemos que a evolução do futebol, à luz da genealogia proposta por Giulianotti (2002), sugere que a transformação dos clubes em grandes entidades transnacionais capitalistas pós-modernas seja o grau mais avançado possível no futebol contemporâneo. Assim, o futebol europeu estaria um grau acima dos mercados latino-americanos e asiáticos.

Giulianotti (2002) defende a existência de três estágios evolutivos no futebol: tradicional, moderno e pós-moderno. Usaremos esta classificação, pois representa de forma apurada uma visão da História do Futebol no tocante às estruturas organizacionais que promovem as práticas do esporte ao redor do mundo. Cada realidade nacional apresenta um estágio, visto que o processo não ocorre de forma uniforme e tampouco definitiva; como o próprio autor elucida, comparando as culturas futebolísticas dos países asiáticos com os europeus ou sul-americanos.

É importante compreender que, embora o Futebol seja um fenômeno globalizado, as estruturas que o regem em cada território são diferentes entre si e apresentam graus distintos de evolução. Considerando as particularidades de cada uma das culturas futebolísticas, todas incorporadas ao universo do *bussiness*, compreendemos ser mais preciso utilizar o termo “profissionalismo” em vez do termo “evolução”, no tocante às estruturas que regem a prática esportiva, conforme explicaremos a seguir.

Ainda segundo a genealogia da cultura do Futebol, proposta por Giulianotti (2002), podemos definir os estágios evolutivos ou históricos do ludopédio em períodos, a saber: tradicional, moderno e pós-moderno.

O período tradicional é compreendido entre a Revolução Industrial e pouco depois da Primeira Guerra Mundial e é notabilizado pelo estabelecimento das Federações nacionais, unificação das regras e da prática esportiva, além do início da profissionalização dos jogadores, notadamente na Europa, como demonstramos anteriormente.

O período moderno se caracteriza a partir da consolidação do status global do esporte. Pode-se deduzir que o acontecimento determinante para a transição do período tradicional para o moderno, que se inicia em meados de 1920 no futebol, foi a realização da primeira Copa do Mundo de Futebol, no Uruguai, em 1930. O evento consolidou a FIFA® como a mais importante instância administrativa do futebol,

status que mantém até o presente momento. Isto por que a federação internacional promoveu, pela primeira vez, um evento global, visto que até então a Olimpíada era considerada o campeonato mundial de futebol. A partir da realização da primeira Copa, torna-se consenso entre os praticantes e as associações de futebol quem seria responsável pela regulamentação e organização do jogo no mundo todo.

Esta é uma característica única do futebol. O reconhecimento de uma entidade forte e soberana que regula a prática do esporte desde os anos 1910 fortaleceu a instituição a ponto de seu orçamento se comparar ao de pequenos países. O plano de expansão do poder da FIFA® foi iniciado em 1920 e viu o futebol dominar as atenções dos aficionados fãs de esporte. À medida que a prática do futebol ganha contornos modernos, a construção de maiores e mais imponentes praças desportivas se torna necessária.

Não por acaso, a construção de alguns dos mais relevantes estádios de futebol data do período compreendido entre as décadas de 1920 e 1960⁶, o que anuncia a nova era do futebol. O fim da era Moderna no futebol inicia-se em meados dos anos 60 e consolida-se na década de 80. O mercado passa a fazer parte indissociável do esporte. A cultura de consumo e a cultura jovem influenciam cada vez mais os aspectos gerais do jogo (GIULIANOTTI, 2002). Os padrões estéticos começam a ser influenciados pela cultura esportiva e a cultura esportiva por eles. Tal fato se deve, em parte, pela midiatização do futebol, mas também pelas alterações dos padrões de comportamento nos anos 1980.

A lógica de mercado cada vez mais influencia a prática do futebol, embora este fator não seja característica exclusiva dele. A partir dos anos 80, a midiatização e a mercantilização do esporte tornam-se evidentes. Agora, o esporte das massas é tratado muito como produto, um espetáculo a ser vendido. Esta mudança faz parte de um processo ocorrido também na imensa maioria da sociedade ocidental. Com a evolução dos meios de comunicação, as fronteiras nacionais tornam-se cada vez menos presentes. A globalização vira a realidade tanto no esporte quanto na vida cotidiana.

⁶ Os estádios da era Moderna são caracterizados por sua imponência arquitetônica, tanto em tamanho quanto em capacidade de lotação. Costumam ser localizados em áreas urbanas e próximos de grandes avenidas que facilitam o trânsito dos expectadores e, salvo exceções, foram construídos para a realização de Copas do Mundo ou Olimpíadas e serviam de casa dos esquetes nacionais. Como exemplo, destacamos os seguintes estádios e datas de construção/inauguração: Wembley (Inglaterra, 1923); Giuseppe Meazza (Itália, 1925); Olímpico (Roma, 1928); Centenário (Uruguai, 1930); Olympiastadion (Alemanha, 1934); Monumental (Argentina, 1938); Nacional (Chile, 1938); Santiago Bernabeu (Espanha, 1947); Mário Filho (Brasil, 1950); Azteca (México, 1962) Fonte: FIFA®.

Embora a genealogia proposta por Giulianotti (2002) ajude a ilustrar melhor a evolução do esporte e de sua estrutura organizacional, como um todo, não há unidade estrutural no futebol, cada realidade nacional apresenta um estágio. Para o autor, no Brasil o período pós-moderno estaria se iniciando, ao passo que em nações como a Inglaterra está consolidado há algum tempo. Concordamos com a consolidação do período pós-moderno no futebol europeu, porém entendemos que as intersecções entre as diferentes realidades são mais complexas, visto que estes processos de evolução da estrutura futebolística nacional ocorrem paralelamente, mas não da mesma forma.

Cada mercado, cada local possui particularidades políticas, econômicas e sociais. Compreendemos, por fim, que a genealogia proposta por Giulianotti permite analisar o grau de profissionalismo da prática do futebol, porém carece de maiores investigações no sentido de abarcar as particularidades citadas. No tocante ao presente trabalho, compartilharemos de algumas concepções do autor, com as devidas ressalvas, a fim de compreender como o profissionalismo influencia na subjetividade dos grandes autores do espetáculo – os jogadores. O interesse em se tornar jogador de futebol é diretamente relacionado aos benefícios que a atividade oferece, tais como a fama e as recompensas financeiras, como verificamos, cada vez mais vultosas a partir dos anos 1960. Como funciona esta engrenagem? Como se relaciona o futebol com a sociedade? Para respondermos a tais questões, é necessário compreender as ligações entre a Indústria Cultural, o sujeito moderno e a Sociedade Contemporânea e localizar o esporte, neste caso o futebol, nas diversas definições formadas com base nos estudos da Modernidade.

2.1 Futebol Contemporâneo: manifestação cultural pós-moderna

De acordo com Rubio (2001), embora historicamente o pós-Modernismo tenha surgido após a Modernidade e, conseqüentemente, após o Modernismo, há convivência entres as duas formas estéticas⁷, de modo que não há, de fato, ruptura nos padrões socioculturais contemporâneos ou nas manifestações culturais advindas destes. Ainda que não haja consenso em relação a esta questão, cabe evocar Giddens (1991), para quem a Modernidade não foi superada e sim um

⁷ Modernismo e pós-Modernismo, de acordo com Rubio (2001), enquanto termos que se referem a manifestações culturais, estão ligados à estética e não a um período histórico.

processo em que “as consequências da modernidade estão se tornando mais radicalizadas e universalizadas do que antes” (GIDDENS, 1991, p. 9).

No futebol, assim como em qualquer manifestação cultural, não é diferente. Giulianotti (2002, p. 31) analisa o futebol enquanto fenômeno social; conforme segue:

A discussão das posições binárias do futebol ajuda a explicar como as identidades sociais são construídas na maior parte das sociedades, salvo nas novas culturas esportivas orientais. A sintaxe dessa formação da identidade também levanta questões sobre as dimensões semânticas do futebol. Elas estão relacionadas aos tipos de solidariedade social estabelecidos dentro dos times de futebol, no clube ou no plano nacional.

O Futebol, enquanto fenômeno mercadológico e social, faz parte da Sociedade Contemporânea assim como é espelho desta; conforme DaMatta (1982, p. 23) observa, “o esporte faz parte da sociedade, tanto quanto a sociedade faz parte do esporte”. Restam, no entanto, questões não respondidas em relação a esta imbricação. Afinal, por que o esporte ocupa tanto espaço em nossas vidas? Enriquez (2014, p. 125), ao analisar as sociedades modernas, contribui com a seguinte definição:

[...] toda sociedade moderna tem como alvo criar indivíduos suscetíveis de aderir à cultura que instaura às instituições e aos valores que define e defende. Em outras palavras, ela se opõe à autonomia dos indivíduos e à sua subjetividade. Ao mesmo tempo, a não ser que tenha feito a opção de definhir ou de se suicidar lentamente, ela precisa, em certas ocasiões, de indivíduos que se tornaram sujeitos, falando em seu próprio nome – “criadores de história”.

Desta forma, a cultura de uma sociedade é imposta por esta mesma sociedade, também como forma de doutrinar e, além disso, vincular o indivíduo aos seus valores, por meio de identificação social. Muito embora o autor esteja analisando as Sociedades Modernas e seus perversos meios de controle social, no futebol tais mecanismos parecem se repetir, menos como controle e mais como identificação.

Giulianotti (2012) discorre sobre a formação da identificação social no futebol, mecanismo pelo qual o torcedor ou jogador tem mais ou menos afetividade por uma equipe. O Esporte serviria, neste contexto, como meio de subjetivação. Parece-nos bastante claro que, como manifestação cultural, o futebol não foge destas

características e pode ser compreendido como um meio de subjetivação, assim como DaMatta (1986) e outros apontaram.

As definições de identidade social defendidas por Giulianotti (2002) são: classe, nação e localidade. Posteriormente, o próprio autor adicionou os termos raça, gênero idade, geração e tempo à definição, por considerar mais atual. Huizinga (1938) defende o jogo como elemento fundamental na organização e manutenção da civilização e seu desenvolvimento. Assim, alega que o jogo é elemento intrínseco à história humana, de forma que a própria cultura possui um caráter lúdico.

Consideramos que as definições de Giulianotti constituem um bom ponto de partida para a análise social do futebol como meio de subjetivação, ao passo que são a base da proposta do autor para uma sociologia do Futebol; porém, não são definitivas, sobretudo no momento atual, em que o esporte se consolida cada vez mais como um fenômeno supranacional e globalizado.

Tais questões podem contribuir para analisar um aspecto fundamental no tocante ao esporte mais assistido no mundo, explicando por qual motivo o torcedor escolhe este ou aquele clube como favorito; porém, não nos parecem suficientes para alocar ou definir o futebol como formador de uma subjetividade para o jogador. Pretendemos, com base nessas contribuições, suscitar questões acerca das relações de trabalho entre o atleta e o clube, em que o futebol como trabalho pode demonstrar pontos importantes em relação aos meios de subjetivação dos atletas.

Há, ainda, a questão da origem, ou da identidade social do sujeito, e que merecem atenção, pois tratam diretamente de aspectos relacionados aos jogadores, essenciais para a definição destes sujeitos e também suscita debates acerca do esporte praticado e das diferentes formas de se jogar futebol, fundamentalmente a prática do esporte.

Analisando a estética do jogo, Bayce (2003) aponta que, a exemplo do que Menoti⁸ dizia, o estilo de jogo de cada jogador é espelho da idiossincrasia de sua terra-natal. Assim sendo, infere também que o estilo de jogo brasileiro, repleto de improvisos e jogadas esteticamente brilhantes como recurso para superar os adversários espelharia o improviso que usam para garantir sua própria sobrevivência, na sociedade em que vivem. Parece profícuo relacionar tais mecanismos com os propostos por Enriquez (2014), como citado. Os jogadores seriam, então, os sujeitos, os “criadores de história”, propagando valores para o

⁸ Famoso ex-jogador argentino, campeão mundial como técnico do selecionado *albiceleste*.

indivíduo, torcedor? Afinal a estética do futebol portenho não é diferente da do futebol brasileiro? Parece-nos claro, diante das questões propostas pelos autores supramencionados, que a cultura se apresenta fortemente como formadora de subjetividades. O tango argentino, o samba brasileiro. Os dribles de Maradona e os de Pelé. Duelos estéticos que incitam debates promissores, sem dúvidas. Para o presente trabalho, limitamo-nos a apontar que as concepções de Bayce (2003) são relevantes para o debate entre as relações estética/cultura nacional na prática esportiva.

A concepção de uma estética de jogo baseada em uma identidade necessita de maiores investigações. Se por um lado, talvez não sirva plenamente como modelo de análise no futebol contemporâneo, por atravessarmos um momento de alta troca de informações e de superexposição das melhores práticas futebolísticas, com a transmissão dos grandes campeonatos do mundo ao alcance de um clique. Significa que, na prática, todos estão em constante intercâmbio com outras culturas, com diferentes estilos de jogo e culturas futebolísticas diversas que podem influenciar a prática. A identidade cultural no futebol contemporâneo poderia, no entanto, ajudar a explicar os estilos de jogo.

Quanto ao modelo proposto por Giulianotti (2002), baseado nas questões da estética, uma possibilidade de estudo se apresenta no que diz respeito aos mecanismos de escolha de uma agremiação por um torcedor. Temos elementos para admitir que a possibilidade de um torcedor nascido no bairro de Itaquera, zona leste da cidade de São Paulo, reduto tradicional de corinthianos, vir a torcer para o Flamengo do Rio de Janeiro é muito remota. Esta simples constatação empírica demonstra que a questão geográfica é bastante relevante. O aumento de torcedores mais jovens quando um clube passa a conquistar regularmente títulos sempre foi percebido por diversas pesquisas de opinião (Lance! / DATAFOLHA), ou seja, a influência do resultado esportivo ao atrair o torcedor é observada constantemente. No futebol contemporâneo, em pleno século XXI, atrair novos torcedores é questão de sobrevivência para os clubes. E, muitas vezes, o resultado parece atrair mais adeptos do que conceitos como nação, também apontado por Giulianotti.

Atualmente, não é raro observar nas ruas de São Paulo ou do Rio de Janeiro ou ainda no Afeganistão (MENINO..., 2016), garotos com a camisa de Lionel Messi, craque argentino, que foi formado nas categorias de base do Barcelona, da Espanha. Não há outro motivo para tamanha idolatria a não ser o resultado esportivo e a clara

falta de identificação dos torcedores para com suas seleções nacionais, que há muito não os representam, em razão, justamente, do dinamismo e da globalização na prática esportiva. Quanto aos demais conceitos – classe e gênero – no Brasil contemporâneo, não parecem ser facilmente aplicáveis sem estudos mais concretos, porém merecem atenção e são bons pontos de partida para análises sobre o esporte.

Em relação ao primeiro quesito, historicamente, o futebol sempre foi palco da luta entre classes, sendo até tema de vasta literatura no Brasil. Não haveria o futebol, é bom lembrar, não fossem os operários ingleses. Assim como não haveria o proletário no campo, não fosse a necessidade de vencer. O futebol também se apresenta como oportunidade de ascensão econômica, fator que exploraremos neste estudo. Em relação ao gênero, entendemos que o futebol ainda guarda, assim como boa parte da sociedade brasileira, traços da sociedade patriarcal eurocêntrica do século passado, razão dos preconceitos enraizados em sua prática, ponto que também exploraremos nesta análise.

O futebol, bem como todos os esportes de alto rendimento, ao deixar de ser meramente recreativo, perde sua essência lúdica. A diversão é uma prerrogativa do espectador, embora os atores envolvidos na atividade possam se divertir, pela paixão pela atividade em si; mas não, *a priori*, e sim como parte do trabalho. Como instrumento de entretenimento, manifestam-se, para alguns teóricos, como forma de alienação do indivíduo, conforme elucida Rodrigues (2001, p. 7):

[...] as relações sociais são coisificadas, dominadas pela lógica utilitária da razão instrumental. A lógica do mercado invade a cultura com o advento da indústria cultural transformando a arte, o esporte e outros bens culturais em mercadorias. O esporte como dimensão da cultura incorpora valores e princípios da indústria moderna. Para Teodor Adorno (1986), o esporte teria o papel de coisificar o homem, ao moldá-lo à máquina, destruindo sua liberdade. Tem por função disciplinar o trabalhador, adaptando-o ao trabalho [...]

A contribuição do autor incita algumas questões importantes. A indústria cultural, ao capturar o esporte de alto rendimento, estaria “robotizando” os atletas, determinando sua função social de acordo com sua atividade? Se assim o for, a mesma relação poderia ser feita com qualquer atividade, afinal o trabalho, ao impor ao homem uma identidade, o torna menos indivíduo, preso ao ofício e às promessas das organizações estratégicas, que encontram na carência do indivíduo moderno e na sua necessidade de realização, terreno fértil para alcançar seus objetivos valendo-se da reorganização de desejos narcísicos (SILVA, 2015).

2.2 Futebol Espetáculo: mídia, esporte e torcedor

Em essência, nenhum esporte é mais moderno que o futebol. Isto se deve não apenas pelo fato de ser um esporte cronologicamente moderno, visto que sua versão atual nasceu no cerne da Revolução Industrial; mas também por possuir características caras ao período, até mesmo a especialização de funções, pois, sabe-se, não são todos iguais no campo. Cada qual tem sua função claramente delimitada pelo objetivo do jogo e pelos limites do campo (GAMA, 1995). A posição de um futebolista é escolhida por variantes complementares: sua habilidade técnica, sua capacidade atlética, sua capacidade de tomar decisões e, principalmente, sua constituição física (RIGUEIRA, 1987).

A mercantilização ou monetarização é também característica marcante; notadamente a partir de meados de 1970, quando os salários começam a ocupar patamares exorbitantes (GIULIANOTTI, 2002). Outro aspecto importante, talvez um dos mais importantes, pois é a gênese de toda a construção contemporânea do modelo de futebol como negócio, é a mitificação de seus atores. Helal (2005, p. 1) contribui neste contexto analisando a construção dos mitos em torno do futebol como característica intrínseca ao espetáculo sem a qual, este não sobreviveria: “um fenômeno de massa não se sustenta sem a presença de ‘estrelas’”.

O esporte mantém vivo o interesse no espetáculo, embora a imensa audiência possua a capacidade maior ou menor de reproduzir com relativa facilidade todos os movimentos e atos praticados durante o jogo, o que poderia diminuir o interesse pelas façanhas dos artistas. Ainda segundo Helal (2005), este fenômeno pode ser explicado pelo embate entre oponentes, presente no espetáculo esportivo, com vencedores e perdedores.

O “sucesso” de um atleta depende do “fracasso” do seu oponente. É uma competição que ocorre na ação do espetáculo. Ambos, ídolos do esporte e ídolos da música se transformam em celebridades, porém, só os ídolos do esporte costumam ser chamados de heróis. (HELAL, 2005, p. 1).

Conforme o futebol abandonou sua forma tradicional, amadora, cujas relações comerciais entre jogadores e clubes não existiam e o fim era o jogo, recreativo; transformou-se também o interesse que o esporte despertava em seus espectadores. Os jogos disputados entre dois times e pouquíssimos torcedores já não existem mais. Começa a aumentar o interesse da mídia (ALVITO, 2014).

O futebol moderno transforma-se ao longo do século XX, com a massificação da mídia, em especial a televisão. Torna-se, assim, cada vez mais um espetáculo, como salienta Proni (1998, p. 94)

Conceitualmente, segundo essa definição, o esporte-espetáculo claramente se opõe à ideia aristocrática de prática esportiva, que vê o esporte como atividade meramente recreativa, e se distancia da concepção burguesa clássica, que atribui ao esporte um compromisso explícito com o caráter educativo da competição regrada. Além disso, não há uma preocupação especial com a posição social dos esportistas. Definida nesses termos, a espetacularização do esporte conduz ao desenvolvimento do profissionalismo de atletas e técnicos, contribuindo para um progressivo distanciamento do ideário amador, enquanto a massificação de algumas modalidades retira-lhes o caráter elitista.

Entendemos, com base na contribuição de Proni, que o futebol moderno, em sua forma profissional, reúne um conjunto de práticas que podem ser definidas como “um produto da mercantilização de componentes do mundo esportivo”. Assim, as relações entre torcedores e atletas, entre clubes e atletas e entre clubes ganham dimensões diferentes.

Para melhor compreendermos tais relações, recorreremos às concepções de Lasch (1983) sobre o esporte e a torcida na Sociedade do Espetáculo.

Com a midiaticização e a monetarização do esporte, aos clubes ficou permitido atingir altos ganhos, o que afeta também o torcedor, que agora faz parte de uma relação afetiva com o clube que torce, porém extremamente comercial. Destarte, podemos inferir que o modo de torcer na sociedade contemporânea, após os anos 2000 é totalmente diferente do que fora dez anos antes.

Lasch (1983) aponta que, no esporte moderno, não é possível separar a influência da audiência e dos veículos de comunicação do jogo. Ainda que discorde de alguns dos críticos do esporte moderno, como produto comercial, o autor considera que, no esporte de alto rendimento, nas grandes ligas, a presença de público não só proporciona maior competição entre atletas como também influencia diretamente no modo como eles se apresentam. O palco (campo) vazio não tem o mesmo apelo para o atleta profissional.

Embora o espetáculo de fato inverta a ordem do prazer esportivo, subordinando-o ao prazer da audiência, jogadores profissionais não deveriam se apresentar de forma diferente com ou sem audiência. Para eles, o futebol é trabalho,

portanto, ao final do dia será cumprido, independentemente de sua repercussão. Na prática, porém, a afirmação não se confirma⁹.

Boa parte da crítica do esporte como produto de mídia infere que a presença da mídia e do grande público teria deturpado a essência do esporte tradicional ao passo que seriam cada vez mais orientados ao público do que aos praticantes (LASCH, 1983). Trata-se de uma análise um tanto quanto simplista e deveras romântica. A cultura esportiva está intimamente ligada à Sociedade do Consumo, como mencionamos.

A ascensão dos esportes de audiência à sua atual importância coincide historicamente com a ascensão da produção em massa, que intensifica as necessidades a que o esporte satisfaz, enquanto cria a capacidade técnica e promocional de comercializar competições para uma vasta audiência. (LASCH, 1983, p. 136).

Não há elementos que nos permitam afirmar que sem a presença do público e, conseqüentemente, da mídia o esporte teria alcançado tamanha relevância. Muito provavelmente não estaria sendo discutido às luzes da Sociedade Contemporânea e sim como mero passatempo dos homens, o que, certamente, jamais deixou de ser.

Entre as atividades pelas quais o homem busca alívio para a vida cotidiana, os jogos oferecem, em muitos aspectos, a forma mais pura da fuga. Assim como o sexo, as drogas e as bebidas obliteram aqueles a consciência da realidade diária, mas o fazem não pela diminuição de consciência, mas pela elevação a uma nova intensidade de concentração. (LASCH, 1983, p. 133).

O esporte-espetáculo pode ser considerado estrutura alienante de massas, conforme demonstrado acima, porém, revela aspectos caros à Sociedade Contemporânea, como, por exemplo, o culto ao corpo e o consumismo. Análises sociais do esporte, ainda de acordo com Lasch (1983), tendem a fazer uma crítica social por meio da análise do esporte.

A Sociologia do Esporte se estabelece como instrumento para tal crítica, em meados dos anos 1980. O enfoque da análise sobre o esporte costuma, portanto,

⁹ Em 2013, por exemplo, o Corinthians enfrentou adversário com os portões fechados, em virtude de punições da Federação sul-americana de futebol (CONMEBOL®). O baixo nível técnico marcou o embate, deixando os jogadores e técnico desconfortáveis, conforme matéria do portal UOL (MONTES, 2013).

revelar mais do que o objeto de análise, em razão de conter diversas pistas da orientação política do autor.¹⁰

Lasch (1983) demonstra que mesmo as mais apuradas análises sobre o esporte, como no caso de Huizinga (1938), costumam analisar a aparente influência nefasta e alienante do esporte na sociedade sem compreender a influência da sociedade no esporte. Compreendemos, portanto, que não há domínio ou dominação da sociedade pelo esporte ou do esporte pela sociedade, mas fatores convergentes que os levaram ao estágio atual.

Longe de destruir o valor dos esportes, a assistência dos espectadores os torna completos. De fato, uma das virtudes do esporte contemporâneo reside em sua resistência à erosão de padrões e em sua capacidade de apelo a uma audiência conhecedora. (LASCH, 1983, p. 139).

Há de se considerar, neste momento, o papel do torcedor nesta grande engrenagem que é o esporte de alto rendimento. Sendo o futebol uma representação que opera sob a égide da Modernidade, ou pós-Modernidade, é preciso então compreender o que isto representa para o torcedor, que é quem move esta máquina. Para tanto, tentaremos relacionar a este contexto análises de Giulianotti (2002; 2012) e Fausto (2010), em relação aos torcedores contemporâneos, e de Sibilia (2008), no que tange à Modernidade e à produção de subjetivação.

Se as relações modernas são pautadas pela impessoalidade e objetividade, e o tempo converteu-se – nas cidades grandes – em dinheiro, (SIMMEL, 1998), é necessário que aquilo que se pretende vender se adeque a este modelo. Em suma, para vender, o mercado do futebol precisou entender o torcedor além do espaço das arquibancadas. Um dos aspectos considerados neste contexto certamente é a identificação do torcedor com a agremiação, que atualmente representa a marca de uma organização. Com o objetivo de aumentar seus lucros, os mais diversos produtos ligados a esta marca são confeccionados.

¹⁰ Cabe localizar historicamente o momento em que o autor analisa a sociedade americana, em 1979. O começo dos anos oitenta do século passado marcou um momento final da grande efervescência cultural iniciada nos anos sessenta, em especial na música americana com o festival de Woodstock e movimentos sociais de afirmação racial, que tiveram Martin Luther King e Malcolm X como grandes expoentes da luta pelos direitos sociais dos negros. A partir dos anos setenta, a Guerra Fria entre os Estados Unidos e a União Soviética marcaram as relações exteriores no mundo todo. O esporte foi também capturado neste contexto, como forma de exaltação nacional. Não obstante, as Olimpíadas do século XX emularam também as batalhas travadas entre o socialismo soviético e o capitalismo estadunidense.

Observa-se, atualmente, um aburguesamento do mercado do futebol, tanto no Brasil como em outras praças desportivas, muito em razão da expectativa de marqueteiros e dirigentes ávidos pelas cifras escondidas fora do estádio.

Utilizando-se do termo “elitização”, convencionou-se aumentar o valor dos ingressos a fim de capturar um mercado consumidor com poder de compra maior. Há algumas objeções a serem apontadas neste ponto. Para muitos dos teóricos do esporte, a paixão de um torcedor não é meramente mercadológica. Conforme Fausto (2010, p. 141) elucida:

[...] num mundo em que o nexo monetário está presente em quase todas as relações sociais, a paixão desinteressada do torcedor provoca perplexidade. É certo que, nos dias de hoje, muitas pessoas se dedicam ao trabalho voluntário; mas essa nobre atividade não guarda relação com o torcedor, pois tem um objetivo definido, de conteúdo humanitário. A paixão do torcedor aproxima-se da paixão dos amorosos, com a diferença de que ela tende a durar muito mais.

Por diversas razões, o local onde ocorre uma partida deixou de ser o principal local de concentração dos consumidores do produto esporte após os anos 60. Especificamente no Brasil, embora autores infiram que os estádios estiveram lotados apenas nos chamados grandes jogos (COELHO, 2003), ou seja, a lotação é exceção e não a regra, nota-se, atualmente, uma queda no interesse do torcedor por assistir ao jogo no estádio. Violência, altos custos e até mesmo a deficiente mobilidade urbana nas grandes cidades são apontados por Fausto (2010) como causadores deste esvaziamento.

Ao considerarmos tais motivos, sem desqualificá-los, entendemos ser possível incluir outro fator não menos importante: a preferência de uma fatia da torcida contemporânea pelo jogo televisionado, que revolucionou o esporte desde os anos 1930, mais acentuadamente a partir dos anos 1980.

[...] a comercialização dos bens culturais expandiu-se com a constituição de uma sociedade de consumo de massa, o que modificou profundamente o mundo esportivo. Devemos enfatizar que a revolução que se operou no esporte contemporâneo afetou muito mais radicalmente a forma de jogar e o modo de organização das modalidades destinadas ao espetáculo do que as práticas esportivas recreativas. Possivelmente, essa revolução se acelerou a partir do momento que se difundiu o hábito de assistir a um espetáculo esportivo pela televisão. (PRONI, 1998, p. 100).

Esta parcela de adeptos do esporte tende a ser crescente em face do modo como passa a se comportar a Sociedade Contemporânea, a partir da popularização

da televisão nos chamados “anos dourados” do pós-Guerra, 1948-1973 (PRONI, 1998), e, posteriormente, com a globalização. O torcedor é um indivíduo multifacetado e possui diversas características próprias que não permitem uma só definição.

Pensando sobre o perfil dos torcedores, Giulianotti (2012) elaborou uma classificação que os resume em quatro tipos principais, no futebol dito pós-moderno: fanáticos, seguidores, fãs e *flâneurs*. De acordo com esta taxonomia, que serve para observar o potencial de identificação do torcedor com a agremiação, temos, então, num eixo da classificação, que o fanático situar-se-ia numa zona de consumo ligada à paixão pelo clube, de identidade fundamentada, seguidor do clube nos estádios ou pela televisão regularmente, ausentando-se de compromissos sociais se necessário for para acompanhar o clube do coração; o fã seria o torcedor distante da agremiação culturalmente, mas ligado ao clube por uma relação de mercado, aquele que compra produtos de um clube mas que não frequenta os seus jogos; o seguidor corresponderia àquele que possui certa identificação com um clube, mas que por distância ou falta de condições não frequenta regularmente os espaços de jogo, mas possui certa identidade com a agremiação, mesmo que à distância; o *flâneur*, por sua vez, seria o típico torcedor de ocasião, de consumo ligado intensamente ao retrospecto recente de uma equipe e identidade mercadológica e em momentos distintos, como em Copas do Mundo, assim, esportivamente, o evento não lhe interessa, apenas o mero entretenimento que o acompanha.

O perfil do torcedor *flanêur* parece ser o modelo do novo consumidor do futebol. Interessante notarmos a escolha do termo, que designa também o sujeito moderno dromológico, da rua, observador de Baudelaire, que evidencia ainda mais a relação entre a Indústria Cultural, o futebol e a Modernidade.

Em tempos de superexposição pelas redes sociais, o interesse na vida (antes) privada do outro ganha importância, seja para preencher o vazio de si, seja por mero fetiche. Há também o fetiche do outro em mostrar-se. Seriam as consequências do Culto ao Narcisismo, como explica Lasch (1983), que teriam rompido todos os limites da privacidade proposta pelas interações sociais incessantes via *internet*?

Nessa perspectiva, Sibilia (2008) elucida que a privacidade nos tempos da web 2.0¹¹ é um privilégio para poucos. Paradoxalmente, não pelo fato de poucos

¹¹ O termo caracteriza a chamada segunda onda da internet, popularizada a partir do início dos anos 2000, via banda larga, de alta velocidade e altera as relações interpessoais com a influência das mídias sociais.

poderem gozar da mesma, mas porque poucos a almejam. Se a janela para a rua foi substituída pela tela de um computador, não é de todo absurdo concluir que assistir a uma partida de futebol no conforto de seu sofá – com os recursos tecnológicos proporcionados pela transmissão, a impossibilidade de perder um gol por falta de *replay* e as inúmeras oportunidades de compartilhamento de impressões via redes sociais – seja opção preferida de diversos dos torcedores contemporâneos.

Fenômeno parecido ocorre em espetáculos musicais e em peças de tetro, sendo os primeiros frequentemente realizados nas mesmas arenas lotadas em que ocorrem as partidas de futebol. Embora a experiência real esteja a apenas alguns metros de distância dos olhos dos presentes, milhares de celulares e câmeras lançam seus flashes em direção ao que se passa, quase como se a imagem fosse melhor ou preferível ao real.

Sibilia (2008) observa movimento semelhante ocorrendo em toda a sociedade, utilizando-se da metáfora da casa de vidro, onde todas as paredes e muros já não têm mais função e o privado se confunde com o público. O elevado interesse na vida privada de jogadores de futebol, de grandes músicos, políticos e celebridades em geral é também uma pista deste fenômeno. O interesse do público, exacerbado pela veiculação cada vez mais rápida de factoides ligados às celebridades, oferece a possibilidade de exploração de mais um “nicho” de mercado. As revistas especializadas na vida privada de figuras públicas que, ao preço de suas intimidades, maximizam também seus lucros por meio de patrocinadores que enxergam nestes modelos um caminho para a exposição de seus produtos.

Se nas outras artes, como o cinema, o teatro e as telenovelas, as relações com a propaganda são comuns, no futebol esta relação começa a aparecer nos anos 60, como vimos culminando em um episódio aparentemente cotidiano que ajudou a mudar o futebol para sempre.

2.3 O Marketing Esportivo no Futebol

Estádio Azteca, Cidade do México, 21 de junho de 1970. Pelé prepara-se para dar o pontapé inicial para a final da nona Copa do Mundo FIFA, a ser disputada entre os esquetes de Brasil e Itália. A primeira cobertura televisiva a cores, e ao vivo via satélite para o mundo todo. As câmeras aproximam-se do craque brasileiro. O juiz leva o apito à boca. O gênio respira e, pede um instante para o árbitro e, antes de iniciar o jogo que daria ao Brasil o tricampeonato, amarra suas chuteiras Adidas®.

Ocorre que Pelé jogara todo o mundial com chuteiras Adidas®, porém recebeu uma oferta melhor da Puma® às vésperas da final. Pelé então pintou suas chuteiras de preto, cobrindo as três listras características e, por cima, pintou uma listra branca, que caracterizava os produtos da concorrente, também alemã.

Para todos os efeitos, o mundo todo viu o Rei calçar chuteiras Puma® (embora fossem Adidas®) e o episódio fica conhecido como o primeiro caso de *marketing* esportivo no futebol. Todos os dias cidadãos são bombardeados por milhares de propagandas, reportagens, vídeos e produtos ligados ao esporte. Não há meio de se negar que o esporte é, hoje, um produto rentável e insere sua estética nos costumes do cidadão cotidiano. O padrão das vestimentas, expressões e figuras de linguagem, diversas manifestações do esporte na vida cotidiana são apresentadas a todo tempo.

A partir daquele momento, aparentemente corriqueiro durante a transmissão, mudaria completamente a relação dos jogadores, dos clubes e das emissoras com as mais variadas empresas que apostam na visibilidade do futebol como veículo de comunicação de suas marcas. O alto interesse do público consumidor no esporte confere destaque à exibição de eventos futebolísticos na grade de programação das principais emissoras, de modo que é parte importante do entretenimento de milhões de brasileiros. Compreender a importância do futebol para o torcedor, não só como entretenimento, mas como veículo de produtos de consumo é importante.

Em uma sociedade padronizada, em que grandes corporações tendem a impor seus produtos, esmagando tudo aquilo que se propõe a ser minimamente diferente, torcer por uma agremiação é parte de um processo de afirmação do indivíduo. Ao levar o nome da equipe, suas cores, seu hino e sua história, consigo, o indivíduo busca também a si dentro da instituição. Ao se diferenciar dos outros torcedores, ao utilizar uma camisa, um boné, um calção do time de coração, o torcedor está se colocando como um representante de um “panteão de deuses” do futebol.

Cabe ressaltar que estes produtos são extremamente rentáveis. E aqueles vinte e dois homens, ao entrarem em campo, tornam-se ótimas pontes entre o produto e o consumidor. Segundo estudo realizado pela Pluri Consultoria (2013), denominado “As 30 Maiores Equipes de Futebol do Mundo, por faturamento”, o Real Madrid arrecadou, na última temporada, 668 milhões de dólares. Essa receita exclui a venda de jogadores, o que permite concluir que todo este montante advém de três receitas principais: televisão, bilheteria e licenciamento de produtos.

Compreendemos, então, que todo este dinheiro advém de uma fonte apenas: do torcedor. Entre os 30 maiores clubes por faturamento em 2013, há apenas um brasileiro, o Sport Club Corinthians Paulista, que possui receita de 231 milhões, no último período avaliado. A lista das trinta maiores equipes em faturamento é bastante semelhante a das maiores assiduidades em estádio e comercialização de produtos televisivos (o chamado *pay-per-view*). Não é à toa que são pagas tantas cifras aos clubes. No Brasil, o modelo de exibição do futebol proposto pelos conglomerados de comunicação reflete a sua imensa relevância na vida do consumidor e o próprio modelo televisivo brasileiro.

O modelo em que diversos canais de entretenimento são abertos ao público favorece a competição pela audiência, tornando o futebol um trunfo para o detentor de seus direitos. A possibilidade de atrair mais anunciantes com a transmissão do futebol é fundamental na estratégia de atuação da emissora detentora dos direitos televisivos. Após a década de 1980, no Brasil, os direitos concentraram-se em um conglomerado de comunicação. A esse respeito, Coelho (2003, p. 64) adverte: “E televisão, leia-se Globo. A emissora transmite os jogos como show. Quase nada anda errado. Quase não se nota que o estádio, cenário do evento, anda às moscas. Não se fala do gramado, do nível técnico, de nada. Tudo é absolutamente lindo”.

O padrão de transmissão das partidas de futebol no Brasil e no mundo demonstra bem a relação entre a mídia e a bola. É bem verdade que esta relação, no Brasil, esteve presente desde os primeiros campeonatos disputados no Rio de Janeiro, em resumo com a imprensa escrita, que ainda viria a se especializar no jornalismo esportivo. A presença da mídia altera, como vimos, a relação entre o público e o espetáculo de forma definitiva. A principal alteração, no entanto, compreendemos ser após o início das transmissões televisionadas, assim como salienta Proni (1998, p. 103):

Certamente, o poder que a televisão exerce sobre o esporte-espetáculo não é uma via de mão única. Há uma relação de interdependência, que faz a espetacularização do esporte atender às pretensões de ambos os lados: as empresas de comunicação e as ligas esportivas.

As alterações mais acentuadas causadas pela presença maciça dos meios de comunicação no esporte foram notadas na organização do esporte como espetáculo voltado ao mercado de consumo dos artigos esportivos. Pouco a pouco, no entanto outras relações de consumo e mercado se anunciam. Se até os anos 60, os

jogadores de futebol possuíam como renda principal o salário de sua atividade diária e necessitavam complementar sua renda escrevendo artigos a serem publicados por terceiros (GIULIANOTTI, 2002) ou com atividades profissionais fora de campo, a partir dos anos 1980, uma parcela significativa dos rendimentos das estrelas da bola passaria a vir de contratos de patrocínio, que atrelam a imagem do jogador às marcas dos mais variados produtos. Este é um fenômeno recorrente no futebol e no esporte contemporâneo. A imagem do jogador ajuda a capturar adeptos, fãs, que consomem avidamente os produtos ligados a ele, em alguns casos, independentemente do retorno técnico.

Como exemplo do poder da imagem, podemos apontar o caso de David Beckham (Inglaterra) que, embora estivesse longe do auge de sua carreira e sua melhor forma técnica, foi o futebolista mais bem pago do mundo até encerrar a carreira (REVISTA FORBES, jul. 2012). Na lista elaborada pelo editorial que contemplava os valores pagos em salário somados aos contratos de publicidade, ainda se encontravam outros jogadores que não têm valor de mercado tão elevado, como Kaká (Brasil), que não se encontra há algum tempo em seu melhor momento físico e técnico.

Atualmente, o jogador que já foi o melhor do mundo em 2007, jogador de Real Madrid (Espanha) e Milan (Itália) – gigantes europeus e pioneiros na utilização do *marketing* esportivo – explora o incipiente mercado norte-americano como parte de estratégia de *marketing* dos donos de seu clube, o Orlando City F.C., para inserção no mercado mundial.¹²

Importante levarmos em consideração os critérios da pesquisa, que contempla valores pagos aos jogadores, ao passo que o valor de mercado deles leva em consideração o retorno técnico dos “pés de obra”. Analisando as duas listas, percebemos que, enquanto a lista que contempla o valor de mercado privilegia o momento técnico, físico e esportivo – profissional do jogador –, a lista que considera os valores pagos aos jogadores privilegia o perfil do jogador como modelo para a marca, daí jogadores que não estão em seu melhor momento serem, ainda assim, escolhidos para estampar seus rostos nas mais variadas campanhas. Conta aí o fator estético, em detrimento do esportivo. Beckham e Kaká foram sempre modelos

¹² Flávio Augusto, brasileiro e dono do clube, ao ser indagado sobre a estratégia, em entrevista ao Portal ESPN afirma: “O Kaká promove muito o nosso time onde quer que a gente esteja. Agora, se esses são os motivos da CBF ou não, eu não sei. Como atleta, faço questão de ressaltar que sempre gostaria de contar com Kaká como meu aliado para alcançar os objetivos” (ZUPAK, 2016).

de beleza estética e de comportamento, ao passo que Lionel Messi, por exemplo, sempre se mostrou mais reservado, embora indiscutivelmente esteja em melhor momento técnico. Nos anos 1990, fenômenos similares ocorriam, porém com um viés completamente diferente.

No início dos anos 1990, Zico, estrela do futebol brasileiro e já aposentado decidiu se aventurar no mercado asiático. À época, Zico embarcou para o Japão em uma retomada da carreira para participar de uma iniciativa de popularização do esporte.

“A fórmula do sucesso estava colocada: um país de economia fortíssima, uma população que se apaixonava cada vez mais pelo esporte, clubes apoiados por grandes empresas e craques de renome internacional” (STEIN, 2014, p. 1).

A iniciativa não foi bem-sucedida, mas nos serve no sentido de demonstrar as diferenças de estratégias mercadológicas entre o mercado do futebol no início dos anos 1990, portanto à beira da globalização e, atualmente, com a mesma consolidada. O esporte já sofria influências da monetarização e as empresas que por lá investiram no futebol claramente almejavam retorno comercial com a iniciativa. A estratégia, porém, era contratar grandes nomes do esporte, que pudessem dar retorno técnico para o campeonato, elevando, assim, o interesse do público e, conseqüentemente, as possibilidades mercadológicas. Nos anos 1990, em plena Guerra do Iraque, a estreia do “galinho” no futebol japonês não rendeu sequer uma linha no caderno de esportes da *Folha de S. Paulo*. A venda de três titulares do Corinthians ao mercado chinês, no início de 2016, rendeu entre janeiro e março pelo menos um parágrafo diário.

Podemos notar, desse modo, que a lógica de mercado é favorecida com as possibilidades proporcionadas pela mídia esportiva, o que revoluciona o mundo do esporte. Entendemos, portanto que o futebol moderno profissional, é um conjunto de práticas esportivas embaladas pela mídia com vistas ao mercado de produtos relacionados ao esporte. O Futebol-Espectáculo (STEIN, 2014) utiliza-se da imagem dos jogadores, bem como de suas influências junto ao torcedor para alcançar melhores resultados.

Como recompensa, o jogador passa a receber quantias cada vez mais significativas pelo uso de sua imagem, o que lhe garante exposição midiática e uma carreira de sucesso, que pode significar ou não sucesso esportivo. Independentemente das particularidades caso a caso, demonstramos como as

relações entre a Sociedade de Consumo e Futebol-Espectáculo fornecem atributos para o posicionamento da Indústria Cultural perante o mundo globalizado. Entendemos ser igualmente ou mais importante apresentar o posicionamento dos clubes de futebol como organizações estratégicas na Sociedade Contemporânea, de modo que possamos investigar as relações de trabalho entre os clubes e os jogadores profissionais brasileiros.

Foi possível notarmos, ainda, que as organizações estratégicas se apropriam dos anseios do trabalhador para capturá-lo em prol dos objetivos almejados, em uma sociedade onde o ideal do trabalho ou da organização parece substituir antigas instituições humanas, como a família e a religião (SILVA, 2015). Vimos, também, que o indivíduo moderno, o homem trabalhador necessita de atributos que o permitam, ao mesmo tempo, estar constantemente preparado para os embates cotidianos, competições dentro de sua empresa com concorrentes, assim como demonstrar flexibilidade para a organização, adaptando-se aos mandos e desmandos de seu empregador.

A representação heroica do indivíduo trabalhador não poderia ser mais adequada para a análise que ora propomos. Se a competição do mercado de trabalho significa, mais do que subjugar a concorrência, domesticá-la para seu sucesso, no campo do esporte a metáfora se completa. No futebol, os clubes foram se adaptando às exigências impostas pela profissionalização. Ao passo que o capitalismo se transforma, apresentando novas exigências e obrigando as organizações estratégicas, primeiramente, a surgirem, em meados dos anos 1980, para depois se adaptarem nos dias atuais; no esporte a marca da profissionalização obriga aos clubes a adotar novas formas de atuação.

A busca por receitas que pudessem acompanhar o desenvolvimento profissional dos clubes, aliada às necessidades técnicas do futebol moderno obrigaram os clubes da elite do futebol brasileiro a se tornarem organizações estratégicas, buscando a maximização da produção (*a priori*, o resultado esportivo) com modelos de gestão estratégica aplicados ao seu dia a dia.

É a partir dos anos 1990, com a transformação dos clubes em verdadeiras organizações, que o futebol brasileiro chega à modernidade de fato. Entendemos que os clubes passam por estas transformações como resposta à exigência do mercado pela profissionalização no campo e fora dele, por parte da torcida – cada vez mais exigente –, que entende mais e mais seu papel; por parte dos

patrocinadores, preocupados com os resultados de seu investimento monetário e do desgaste de sua imagem perante o consumidor e, sobretudo, pela evolução dos contratos referentes aos direitos de televisão a partir da referida década, um fenômeno mundial que no esporte não se limita apenas ao futebol.

Dos anos 1970 em diante, segundo Proni (1998), como resposta também ao arrefecimento do consumo em relação às décadas anteriores, o *marketing* tornou-se estratégia eficaz no tocante às estratégias comerciais de grandes corporações. Estar em evidência significa ser lembrado pelo consumidor. É a partir deste momento que se apresentam os patrocínios aos megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo e a Olimpíada.

A Copa do Mundo e as Olimpíadas são eventos de celebração e comercialização do esporte em seu mais alto nível. Para além das questões esportivas, podemos também analisar esteticamente um evento desta magnitude como representando o apogeu do progresso, da tecnologia a favor da competição esportiva. Mas também a favor do mercado. Conforme Simmel (1998), as relações na cidade moderna seguem a lógica do mercado, e não mais do comprador. Desde a primeira edição dos Jogos Olímpicos, idealizada pelo Barão de Coubertin, em 1894, pouco se manteve.

A Modernidade proporciona a inversão entre a demanda do consumidor e a demanda do mercado. O produto à venda não é necessariamente o mais adequado para a necessidade do consumidor e sim, para o vendedor (SIMMEL, 1998). Conforme Adorno e Horkheimer (1947, p. 5): “[...] para o consumidor, não há mais nada a classificar que o esquematismo da produção já não tenha antecipadamente classificado. A arte, sem sonho, para o povo realiza aquele idealismo sonhador que parecia exagerado ao idealismo crítico”.

Estádios suntuosos, com instalações confortáveis, iluminação medida e arquitetura projetada de forma a não prejudicar a visão de um só momento do espetáculo. O chamado “padrão FIFA®” classifica as arenas utilizadas em Copas do Mundo, construídas de acordo com rígidos padrões de qualidade, visando a melhor visão do jogo aos torcedores presentes ou que acompanham pela televisão. O padrão preocupa-se, também, em maximizar a exposição das marcas parceiras dos eventos que lá ocorrem. O próprio termo arena muito revela sobre a natureza da edificação, pois, via de regra, são estádios grandes, não em capacidade, mas em imponência, espalhados pelo mundo como verdadeiros estandartes do progresso

em prol da prática esportiva e de seus patrocinadores. Ainda utilizando a mídia como ponto de partida para a análise, Giulianotti (2013) ressalta que o foco no esporte pós-moderno está intrinsecamente ligado aos recursos midiáticos e ao modo como se relaciona com esses recursos.

[...] talvez estejamos mais focados na espetacularização do futebol; na influência dos meios de comunicação; na maneira que a imagem vem mais rápido do que a realidade, e assim temos a construção da mídia sobre o futebol e, em seguida, o jogo segue esta construção, e cai em seu lugar. (GIULIANOTTI, 2013, p. 2).

Entendemos que a posição dos patrocinadores em relação aos patrocinados no esporte revela, além da dependência monetária do esporte em relação ao *marketing*, uma hierarquia muito bem delimitada, em que o fluxo monetário exerce função de controle das instituições. Em linhas gerais, o dinheiro dos patrocinadores os permite exigir posições e atitudes dos patrocinados. Um exemplo claro são as repetitivas coletivas de imprensa ao final de cada jogo.

As coletivas de imprensa, via de regra, pouco revelam sobre a partida ao telespectador. Trata-se de um mecanismo encontrado pelas redes de televisão e patrocinadores para prolongar seu tempo de exibição atrelada ao futebol. As análises, constantemente não revelam nada além do lugar comum. Técnicos e atletas, ainda sobre efeito das emoções da partida realizada minutos antes, são obrigados a comentá-las, o que fazem com naturalidade, uma vez que a exigência dos patrocinadores e da detentora de direitos de transmissão os obriga a fazer.

[...] além de ser uma arma do competitivo mundo empresarial, o *marketing* tornou-se uma ferramenta essencial também para as federações esportivas, que necessitam conquistar a preferência do público não? Só para aumentar o número de assistentes nos estádios e ginásios, mas também para poder obter bons contratos com a televisão, atrair bons patrocinadores, vender ou licenciar artigos esportivos. (PRONI, 1998, p. 124).

Gradualmente, também no Brasil os contratos de *marketing* e televisão foram se tornando os mais relevantes itens nos orçamentos dos clubes. A receita da venda de jogadores se aproxima da renda gerada por patrocínios, mas, por ser uma receita variável não costuma figurar nos orçamentos como tal e sim como “previsão de caixa”.

Ainda em relação às experiências de *marketing* esportivo e as relações entre patrocinador e patrocinado no Brasil, cabe mencionar a experiência da Parmalat®

com a Sociedade Esportiva Palmeiras (SP) nos anos 90, que se tornou paradigma de mercado no país. Seguindo o modelo europeu, a empresa chega ao Brasil para investir pesado no futebol, em um modelo de cogestão do futebol junto ao clube. Seus diretores decidiriam quanto e como investiriam e ao corpo técnico, representado pelo técnico e seus auxiliares, cabia a indicação de jogadores para o parceiro.

A Parmalat® já tinha experiência em negócios do tipo, tendo patrocinado clubes como Real Madrid e Boca Juniors e comprado o Parma, time da cidade onde fica a sede da empresa. No Brasil, a concepção era introduzir um modelo de gestão no clube, com objetivo de maximizar o retorno de seus investimentos, emprestando a experiência corporativa de gestão ao clube, que emprestaria sua marca e seu uniforme como veículo de *marketing*. Esportivamente, funcionou maravilhosamente bem para o Palmeiras que montou um time muito forte e que dominou o cenário nacional do futebol por dois anos. Como experiência empírica de clube-empresa, a iniciativa se mostrou um fracasso. A empresa faliu por diversos escândalos de corrupção na Itália e acabou abandonando a gestão do futebol palmeirense.

Nos idos de 2005, um fundo de investimentos chegou ao Sport Clube Corinthians Paulista para implantar modelo semelhante ao da Parmalat®. O MSI (*Media Sports Investment*) ficou conhecido ao trazer diversos jogadores brasileiros que eram destaque de suas agremiações na Europa para o clube brasileiro, em caminho inverso do mercado do futebol. Como resultado, venceu um campeonato brasileiro antes que fosse retirado da gestão do clube após diversas acusações de que o fundo estaria utilizando o Corinthians como meio para a lavagem de dinheiro.

2.4 Dimensões Sociais do Esporte e Práticas Esportivas do Futebol Brasileiro

Considerando as concepções de Tubino (2011) em relação às dimensões sociais do esporte, as práticas esportivas podem ser divididas em três níveis – esporte-educação, esporte-participação, esporte-performance – cada qual com suas especificidades.

O esporte-educação é praticado nas escolas, utilizado com fins voltados à educação, como sugere o nome, e exerce papel fundamental na formação e desenvolvimento psicomotor na infância e na adolescência. Deve ser balizado em três pilares pedagógicos, sem os quais pode se perder em seu sentido, a saber: o

desenvolvimento psicomotor, a integração social, e a atividade física educativa (LIMA, 1987; TUBINO, 2011). Constantemente, porém, esta prática é colocada em segundo plano por diversos fatores, desde descaso até falhas estruturais do modelo educacional de cada comunidade.

No Brasil, muito embora haja uma forte cultura esportiva, não se apresenta nas escolas o esporte-educação. Em que pese a legislação que rege as diretrizes básicas educacionais versar a obrigatoriedade do ensino do esporte nas aulas de educação física, observa-se cada vez mais que estas aulas são meros momentos recreativos.

É importante também apontar a dificuldade pedagógica do ensino da Educação Física nas escolas brasileiras, sintoma que remete também a falhas na formação dos professores, de modo geral, como explicitado por Kunz (2000) e Santos e Nista-Piccolo (2011).

O esporte-participação atende por toda a prática esportiva realizada em lugares públicos, como praças, campos comunitários entre outros e voltada ao bem-estar dos participantes. Trata-se de uma manifestação cultural ligada à confraternização e ao lazer propriamente dito. Não se confunde com o esporte-educação, muito embora contribua neste sentido quando da prática em grupos, pela possibilidade proporcionada por ele de integração social. Esta apresentação do esporte está ligada, portanto, ao prazer lúdico e ao bem-estar físico e social do indivíduo (TUBINO, 2011). Ao assumir este papel, o esporte torna-se, também, alvo de políticas públicas ligadas à promoção da cidadania e da saúde. O papel do poder público neste contexto deveria ser o de promover a prática de variadas modalidades, de acordo com a demanda da população bem como dedicar-se à manutenção de praças esportivas para sua realização. No Brasil, há uma deficiência na relação entre a demanda por espaços públicos esportivos e a promoção desses espaços.

Especificamente no estado de São Paulo, ações como a Escola da Família (Decreto nº 48.781, de 07 de julho de 2004) permitem que as escolas se tornem espaço de convivência e prática de esportes durante os finais de semana. Trata-se de importante iniciativa e que vêm sendo bem-sucedida nos últimos anos; muito embora esteja aquém da demanda esportiva em geral, por diversos problemas estruturais, como mencionamos.

O esporte-performance ou de rendimento é toda atividade física que se apresenta como trabalho para o praticante, sendo caracterizado não apenas como

atividade esportiva ou lúdica, mas como atividade esportiva com vistas à produtividade da prática; sendo o resultado seu fim e não mais que o jogo.

Assim sendo, o esporte-performance pode ser caracterizado dessa forma baseado no momento em que a competição ou a busca pela vitória em uma modalidade é o objetivo principal da prática. Cada vez mais longe do espírito olímpico, idealizado pelo Barão de Cobertin (1915), em que o importante é a competição em si, não o resultado.

No Brasil, o esporte-performance está ligado aos clubes esportivos, associações que promovem a prática esportiva desde a iniciação até o profissionalismo. Há diversas apresentações de profissionalismo, é claro. O atleta filiado a determinado clube e que participa de competições representando-o, mas exerce outra atividade profissional, não está na mesma categoria de um jogador de futebol profissional. Ambos se assemelham, entretanto, no sentido de fazerem parte de uma instituição esportiva carregando seu nome e, como consequência de sua performance, recebendo subsídios para tanto. No caso, o jogador profissional recebe um salário, ao passo que o atleta filiado normalmente recebe ajuda de custo ou auxílios para deslocamento e alimentação em competições onde representa o clube.

A existência destas relações de trabalho entre atleta e clube são pistas da presença do esporte-performance. As relações de trabalho entre um clube e um atleta não necessariamente remetem a um emprego formal, ou seja, a remuneração nem sempre determina a presença do trabalho. Essas relações aparecem de diversas formas, entre as quais a cobrança por resultado, em que o atleta é levado a maximizar sua performance, por meio de uma rotina de treinos. Entendemos, ainda de acordo com as concepções de Tubino (2011), que mesmo nos casos em que não haja organização profissional, como nas situações que discutiremos a seguir; o esporte voltado ao rendimento apresenta-se como trabalho. No caso do futebol, não é diferente.

Por ser o esporte mais popular no Brasil, não é raro encontrar exemplos das diversas apresentações do esporte na prática futebolística. Embora cada vez mais raras, há partidas em praticamente todos os bairros do Brasil, onde a rua serve de campo. Há, também, agremiações amadoras que organizam jogos entre si. Essas agremiações atuam no limite entre a recreação e o profissionalismo, por haver uma relação de cobrança de comprometimento técnico de seus jogadores – em muitos

casos eles recebem até pagamento. Consideramos que estas práticas esportivas são voltadas ao desempenho, embora não constituam uma instituição esportiva formalmente. Os populares “times de várzea¹³” possuem características tanto do esporte-participação quanto do esporte-performance.

Se por um lado não possuem uma folha de pagamento, não raro remuneram alguns jogadores para atuar com sua camisa, notadamente os mais efetivos tecnicamente. Se normalmente sobrevivem com a contribuição e o engajamento dos próprios jogadores e comissões técnicas, não raro são times de empresas, atuando como propaganda para essas instituições em troca de dinheiro para se manterem ativos. Possuem uma relação de identificação com a maioria de seus jogadores e torcedores, por serem times que representam bairros e empresas do local, porém são voltados ao desempenho, como outra agremiação qualquer.

A principal diferença está, pois, na estrutura dos times amadores, menos sofisticada e mais informal do que a dos clubes profissionais, além do desejo genuíno de representar o esporte-participação, muito embora busque vencer como qualquer clube profissional. Representam os times de várzea, papel muito semelhante ao dos clubes associativos dos anos de 1900, sem as marcas elitistas daqueles.

Compreender as dimensões sociais do esporte apontadas por Tubino (2011) é importante no sentido de exemplificar as diferentes relações entre o esporte e seus praticantes. Podemos afirmar que as três manifestações esportivas apresentadas são diferenciadas entre si pelo seu grau de organização, seu objetivo e seu grau de profissionalismo. Cada uma dessas manifestações apresenta o esporte em uma essência, e não necessariamente exclui outros aspectos das demais variantes.

Tubino (2011), analisando especialmente o panorama educacional europeu, salienta que, após a passagem do século, podemos encontrar duas variantes do esporte-educação consolidadas, a saber: o esporte educacional e o esporte escolar. O primeiro visa à propagação de valores esportivos e da educação física em geral, como mencionamos, ligada às capacidades motoras e ao desenvolvimento cognitivo, além das habilidades interpessoais e de convivência, tão caras à vida cotidiana. O segundo trata do esporte praticado por jovens em idade escolar, mas que

¹³ A várzea, terreno alagado nas encostas de rios ou brejos, segundo os dicionários, foi o berço do futebol amador, mais especificamente em São Paulo, desde a chegada do esporte no Brasil. Utiliza-se o termo para definir times e campeonatos amadores.

possuem um talento já identificado e que, portanto, voltam-se para o desempenho desde pequenos visando uma carreira esportiva.

No panorama brasileiro, cabe apontar que as intersecções entre esporte-educação, esporte-participação e esporte-performance têm sido cada vez mais perceptíveis, porém ainda muito longe do ideal. Um dos principais desafios parece-nos revelar-se na própria educação. Como mencionamos anteriormente, a Educação Física enquanto disciplina inserida em uma grade curricular escolar ainda engatinha. Confunde-se, do ensino Fundamental ao Médio, com esporte-participação e momento de recreação entre as “ciências duras” (BITENCOURT, 2010) do dia a dia escolar.

Em que pese o cenário da educação esportiva brasileira ter sido modificado relevantemente no tocante aos estudos das ciências da motricidade humana, a educação física e até mesmo a relação do sujeito com seu corpo, com a aparente compreensão em larga escala da importância da prática esportiva para uma vida saudável (que pode ser comprovado pela imensa quantidade de academias de ginástica em todo o país¹⁴); nas escolas em geral esta preocupação não se repete ou encontra grande resistência por parte dos alunos. Estes fatores somados levam o esporte no Brasil a ser predominantemente praticado como lazer, em clubes, praças e parques ou academias. Desta forma, surge um hiato na formação esportiva dos jovens brasileiros, que torna a carreira esportiva algo fortuito, casual, bem como a descoberta dos jovens jogadores.

¹⁴ Segundo o portal UOL, estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), entre 2007 e 2012, registrou que houve aumento de 133% na quantidade de academias abertas no Brasil (NÚMERO..., 2014).

3 RELAÇÃO HOMEM E FUTEBOL NO CENÁRIO ATUAL

3.1 Identidade e Pertencimento: o culto do “eu” e a Sociedade do Trabalho

De acordo com Bauman (2005), a Identidade do indivíduo passa necessariamente por um senso de pertencimento que leva este à indagação ou ao questionamento da mesma quando lhe falta, ou ainda, no caso do próprio autor, quando lhe é retirado. Este questionamento racional, objetivo, lhe ocorreu quando da perda de sua nacionalidade ou, melhor dizendo, da perda de sua condição de cidadão polonês.

O próprio Bauman aponta que esta perda foi o fator determinante para que remontasse sua identidade. Antes de ser expulso de seu país, se indagado, apenas remontaria à localidade de sua existência: “sou daqui”.

É comum afirmar que as “comunidades” (às quais as Identidades se referem como sendo as entidades que as definem) são de dois tipos. Existem comunidades de vida e de destino, cujos membros (segundo a fórmula de Siegfried Kracauer) ‘vivem juntos numa ligação absoluta’ e outras que são ‘fundidas unicamente por uma ideia ou princípios’. Dos dois tipos, o primeiro me foi negado [...] Se não tivesse me sido negado, dificilmente lhe ocorreria indagar sobre minha identidade [...] A questão da identidade só surge com a exposição a “comunidades” da segunda categoria. (BAUMAN, 2005, p. 17).

Em um contexto contemporâneo, liquefeito, há um senso cada vez menor ou menos relevante para a vida cotidiana de concepções como origem e pertencimento. Isto se deve muito aos processos pelos quais as relações humanas se estabeleceram nos tempos atuais, notadamente após a queda do Muro de Berlim, quando o capitalismo se consolidou, absorvendo a cultura e estabelecendo um padrão de comportamento. Como resultado, a globalização se apresenta como o único cenário possível. Este movimento foi maximizado décadas depois pela popularização da internet. A velocidade das relações e a constante alteração dos interesses levam as instituições, antes rígidas e horizontais, a se tornarem “líquidas” e “verticais” (BAUMAN, 2005), no ensejo de adaptar-se ao homem.

Com a consolidação do capitalismo como processo produtivo, um projeto pós-moderno de sociedade norteia a vida cotidiana. A Indústria Cultural, atenta ao momento de estabilidade, apropria-se deste *life style* e o torna produto, por meio do Culto da Performance que, como Ehrenberg (2010) define, baseia-se em três discursos: o esportivo, o do consumo e o empresarial, como forma de legitimação da competição.

A celebração da figura do empreendedor, a partir dos anos 80 é, segundo Bendassoli (2009, p. 232), responsável pelo culto à performance. De acordo com os autores supramencionados, teremos então o discurso esportivo, segundo o qual o melhor sempre será vencedor, seguindo o ideal da justa competição. O discurso do consumo envolve a autorrealização do indivíduo, em que suas necessidades serão sempre satisfeitas e sua imagem é central nas relações interpessoais, o “ter” e o “parecer” são os motes principais, em detrimento do “ser”, a exemplo do que também apontou Debord (1997). No discurso empresarial, temos a idealização do homem de negócios, do empreendedor como figura central, modelo a ser seguido. O caminho a trilhar para o sucesso, seja ele qual for, é o sujeito empreendedor.

“Esse ir-e-vir permanente entre esporte, aventura e empresa, esse espírito de conquista que nos invade, é a marca de uma mudança decisiva na mitologia da autorrealização” (EHRENBERG, 2010, p. 11).

A alteração da forma como se relacionam as pessoas, por meio da internet, em conjunto com o projeto pós-moderno que aparenta ser irreversível, consolidando a globalização, ironicamente, isola o indivíduo. Isto se deve ao fato de que a aparente segurança das instituições da “parte ‘desenvolvida’ do mundo” (BAUMAN, 2005) não traz necessariamente segurança ao indivíduo, cada vez mais estimulado por uma enxurrada de informações diárias e pela exigência no trabalho. A ontologia do trabalho norteou boa parte das análises das chamadas ciências sociais nos dois últimos séculos. O Culto da Performance surge como um projeto de ruptura, ou de resposta à crise da ontologia do trabalho (BENDASSOLI, 2009).

A “Sociedade do Trabalho”, como foi concebida anteriormente, não mais existe, embora não se negue o papel central do trabalho na sociedade moderna. Ocorre que a sua centralidade, sobretudo no tocante à busca pela identidade do indivíduo moderno, foi alterada profundamente. O trabalho é ainda figura central nas relações contemporâneas, embora cada vez menos defina a identidade do sujeito.

“Na sociedade do trabalho, portanto, o trabalho era a principal via de acesso à identidade: de cidadão, de profissional, de pessoa respeitada e honesta, de bom filho de Deus e, principalmente de indivíduo – a autoimagem” (BENDASSOLI, 2009, p. 215).

A figura do “eu”, a autoimagem, ganha muito mais relevância. A sensação de pertencimento e de identidade no contexto contemporâneo, em especial nas comunidades ou territórios em que a globalização se faz presente e consolidada,

com fronteiras nacionais menos relevantes, a presença de redes sociais e o intercâmbio de dados em volumes nunca antes vistos, parece perder cada vez mais importância.

Assim, o mercado necessita apresentar uma resposta, uma posição em relação ao trabalhador, de modo a capturar sua força de trabalho, bem como sua identidade, conforme Silva (2015, p. 17):

Durante os anos 1980, a modernização das empresas brasileiras tinha seu foco no investimento em novos equipamentos automatizados. A partir dos anos 1990, foram ampliadas as estratégias de modernização, com a introdução de novos modelos organizacionais que associem mudança na gestão da força de trabalho à reorganização dos processos produtivos.

A lógica de mercado e as exigências de produção desenfreada contribuem diretamente para uma alteração da maneira como o indivíduo se relaciona com o outro e a maneira como a empresa se relaciona com o empregado. Debord (1997, p. 18) demonstra estas diferenças:

A fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento do ter para o parecer, qual todo “ter” efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. Só lhe é permitido aparecer naquilo que ela não é.

O futebol contemporâneo, sendo parte integrante da sociedade de espetáculo, idealizada por Debord (1997) está cada vez mais situado em um cenário de pós-modernidade do que a própria Sociedade Contemporânea. A constante mediação e mercantilização, fenômenos globais contemporâneos parecem ser a tônica do mercado cultural atual. O caráter transnacional da sua estrutura política e a mercantilização que permeia a prática são pistas deste caminho.

Compreender os processos produtivos, seu contributo para a subjetividade e o papel do mercado neste contexto, nos permite analisar o esporte, neste caso o futebol, como manifestação cultural inserida na Sociedade de Consumo e, dentro desta, na Indústria do Espectáculo. Se até meados dos anos 1960, o futebol era diversão para os torcedores e relações de trabalho começavam a surgir para os praticantes, atualmente, é um grande mercado cultural.

3.2 Organizações Estratégicas no Cenário Contemporâneo: possibilidades de estudo e ilações esportivas

Como parte de uma engrenagem maior, o trabalhador é constantemente estimulado a entregar resultados por parte da organização que o emprega. A empresa, por sua vez, aposta na sensação de unidade proporcionada por ela ao seu quadro de empregados para atingir os objetivos traçados, sem os quais não poderá manter-se. Como Enriquez (2014, p. 47) analisa:

Para a estrutura estratégica o outro existe realmente. É preciso, pois, conhecê-lo (daí os estágios de formação para o conhecimento e o controle do outro), dar-lhe a impressão de ser respeitado, de ser valorizado. O outro é uma peça-mestra do gerenciamento estratégico participativo (elemento central da estrutura estratégica), já que a empresa necessita para sua sobrevivência ou o seu crescimento de capacitação e de integração dos seus membros.

Assim como no mundo corporativo, no qual os fetiches da gestão transformam o trabalhador em guerreiro, ganhador, o “matador *cool*” (ENRIQUEZ, 2014), o atleta é preparado para vencer. Não há, na tradição esportiva de alta performance, o ideal de competição, de simples recreação, ou confraternização. Esta utopia criada pelo Barão de Coubertin cai no momento do apito inicial. Por diversas razões, segundo Bourdieu (1990), a passagem da prática esportiva recreativa e a competição esportiva definem a ruptura entre o Jogo e o Esporte. Como explicaremos, as relações do esporte como trabalho e manifestação cultural dentro da Indústria do Espetáculo emulam em diversos aspectos as relações de trabalho da vida Moderna, ou contemporânea.

Ehrenberg (2010) considera que a sociedade moderna promoveu uma cultura esportiva em todos os níveis de relação, desde a privada até a profissional. Isto se deve à cultura da performance, que valoriza o empreendedorismo como característica pessoal, elevando executivos bem-sucedidos, por exemplo, ao panteão dos campeões. É o chamado discurso gerencial. Novos conceitos têm surgido (ou recebido mais destaque) e sendo aplicados aos negócios atualmente, em especial aqueles que mais parecem ter sua origem na Ecologia, como, por exemplo, “sustentabilidade”.

Tais conceitos parecem reforçar uma nova imagem do capitalismo, focado menos no crescimento e mais na racionalização da produção. Cada vez mais o mundo corporativo absorve esses termos, atendendo a uma necessidade de

mercado, aliando o consumo a práticas mais racionais e distanciando-se, assim, do capitalismo selvagem que marcou, em especial, o início da década de 1980. Esta reinvenção do capitalismo, ou sua versão mais afável, não necessariamente significa um abandono das práticas predatórias, mas uma tentativa de humanização dos processos produtivos atuais, em resposta à concorrência, como forma de diferenciação ou posicionamento desta ou daquela companhia.

A vida moderna tornou-se uma grande competição, com vistas à maximização do tempo produtivo. Não são poucas as relações do futebol com o mundo corporativo, como observa Giulianotti (2002, p. 150), analisando os futebolistas:

[...] Existem amizades e sentimentos de empatia entre os jogadores de diferentes clubes, mas para os 'verdadeiros profissionais', quando começa o jogo esses sentimentos 'voam pela janela' [...] Os jogadores tendem a ter a mesma experiência educacional limitada, valores sociais conservadores e códigos de comunicação 'restritos' ao sentido de companheiros profissionais.

Há um senso intrínseco de corporativismo no futebol. Atletas de todo o mundo praticam o mesmo esporte, com as mesmas regras e têm as mesmas ambições. Mais do que isso, utilizam a mesma linguagem. Em todos os campos, dos gigantes estádios europeus aos campos de várzea de São Paulo, ações como o menosprezo, a *catimba*¹⁵ e a simulação fazem parte do jogo, porém, são veementemente repudiadas pelos pares.

Guardadas as devidas proporções, podemos afirmar que no ambiente corporativo esta prática se repete. Embora grandes empresas costumem alardear seus princípios éticos, sua política de *compliance* e sua missão, a concorrência diária e a exigência de produção leva seus funcionários a articularem todos os tipos de artimanhas para chegar aos objetivos propostos pelo empregador. Não obstante, metas se transformam em “Desafios”, “Arrancadas”, “Sprint” e toda sorte de termos advindos do esporte que são utilizados pelas companhias não apenas para mascarar a face perversa das metas, mas também para induzir o funcionário a participar de uma competição entre seus pares por maior produção, o que obviamente beneficia a empresa.

¹⁵ *Catimba* é o termo que define a prática de simulações e provocações de jogadores visando desestabilizar o adversário e retardar o andamento do jogo. Apesar de repudiada publicamente, está para o futebol assim como a bola, pois faz parte da cultura futebolística, em especial na América Latina.

Permitindo-nos apropriar das definições de Bourdieu (1990), ainda em relação à prática esportiva e à competição esportiva, percebemos que há diferenças entre as duas formas de encarar o esporte. No âmbito recreativo, a prática de determinada modalidade esportiva nada mais é do que uma diversão, sendo esta o objetivo que norteia a prática. No caso do esporte de alto rendimento, a competição norteia a prática. A apropriação de conceitos esportivos pelas organizações nada mais é do que disfarçar a face perversa da cobrança de resultados de esporte. Funcionários se sentem compelidos a travar verdadeiras batalhas entre si para alcançar resultados, de forma a ganhar mais destaque na empresa, mantendo, assim, seu *status*.

Esta face do culto da performance captura o indivíduo moderno, pois é, ainda segundo Ehrenberg (2010), parte do discurso do consumo, em que o individualismo ganha destaque na figura do empreendedor. A Modernidade transformou para sempre a forma como o indivíduo se relaciona com o ambiente e entre seus pares. A figura central das relações humanas é o “eu” e não mais o social.

A superação das limitações do corpo e mentais para a construção da “vitória” é uma marca esportiva inserida constantemente na vida cotidiana. O esporte de aventura é um exemplo da busca por sensações, mais do que a busca por saúde ou por uma atividade lúdica, fundamentos do esporte em si. A escalada, o rapel, o *bungee-jumping*, têm em comum um aspecto. Como não possuem uma competição, o objetivo se resume na superação pessoal. Trata-se de uma disputa com limites determinados pelas convenções do corpo humano ou uma disputa de si contra o tempo. Trata-se de vivenciar o inusitado, outra perspectiva, outras sensações, de voltar-se para si e de superar-se, o que é, talvez, uma marca dos tempos atuais, do culto a si.

Este movimento no qual se exalta a experimentação do inusitado, como forma de exaltação da figura do “eu”, tem início nos anos 80 a partir da consolidação do capitalismo como modo de produção dominante. A figura do homem de negócios (sujeito empreendedor) passa a ser um modelo a ser seguido dentro deste contexto, que acabou por apropriar o esporte, como produto (EHRENBURG, 2010). O modelo de sujeito empreendedor, comprometido com valores da empresa e disposto a buscar a excelência em tudo, molda o sujeito contemporâneo.

Não à toa, milhares de palestras são ministradas por atletas e técnicos para empresas. Servem para ilustrar as superações, inspirações e transpirações do esporte que podem, para além de motivar, serem aplicadas no “campo corporativo”. Estes jogos de poder e encenações do mundo corporativo se manifestam nas

diversas apresentações esportivas, do terno impecável dos técnicos, ao discurso tanto quanto “pasteurizado” dos atletas nas longas entrevistas coletivas. Trataremos, neste momento, de apresentar as relações do futebol com a mídia, de modo que possamos compreender como o esporte irá perceber a estratégia corporativa como cenário possível para a maximização de seus objetivos.

4 REFLEXÕES SOBRE TEMÁTICAS DO FUTEBOL

4.1 As Peneiras e as Categorias de Base

O sistema de prospecção de talentos utilizado pela maioria dos clubes brasileiros consiste em eventos que reúnem diversos jogos entre os aspirantes a jogadores entre si, em que os melhor avaliados continuam e os outros são eliminados da disputa. As populares “peneiras” são utilizadas como um vestibular do futebol. Neste sistema, adotado desde os primórdios da formação profissional do futebol no país, são avaliadas as capacidades técnicas de cada jogador durante partidas com tempo menor de duração, nas quais os praticantes têm pouco tempo para mostrar suas habilidades aos olheiros, profissionais que avaliam o desempenho. Diversos critérios são utilizados nestas seleções, porém, em sua maioria puramente subjetivos, herança da má organização do esporte como cultura esportiva, como mencionado anteriormente.

Ao mesmo tempo que permite aos jovens atletas demonstrarem suas aptidões futebolísticas aos olhos de especialistas, as peneiras não levam em consideração o caráter coletivo do esporte. Desta forma, diversos garotos e garotas se enfrentam em times montados às pressas, sem a preocupação de entrosamento ou posição, tendo que demonstrar o máximo de aptidão no menor tempo possível. A competição entre companheiros de equipe pela mesma vaga também prejudica as avaliações dos olheiros.

Embora tenham diversos defeitos, as peneiras são, de certa forma, um bom instrumento de seleção, haja vista a abundância de jogadores que se apresentam nas seleções e o sucesso de diversos nas categorias profissionais, o que nos permite afirmar que o processo funciona.

Cabe citar, neste ponto, o trabalho de Bittencourt (2010) com as categorias de base do Clube Atlético Paranaense (CAP). Ao observar os campos de ação dos jogadores e os olheiros (profissionais dedicados a “prospecção” de talentos no futebol), o autor infere que a escolha dos meninos pelo clube passa, necessariamente, por um critério basicamente pessoal e subjetivo, enraizado em uma estética de jogo que agrada mais ao olhar do olheiro (com o perdão da redundância) e dos técnicos.

Trata-se de uma abordagem muito interessante, em especial por referir-se ao CAP, clube que possui uma rede extremamente bem-sucedida na revelação de

talentos no futebol nacional e que se orgulha de ter criado um sistema quantitativo para avaliação de seus esportes das categorias não profissionais. Ao chegar no clube, os aspirantes a profissionais da bola se veem capturados por uma estrutura gigantesca que engloba técnicos, médicos, nutricionistas, preparadores físicos, psicólogos e a própria estrutura física disponível no Centro de Treinamento (CT).

[...] comprimem os corpos dos jogadores para revelarem suas verdades, delimitarem seus sentidos, matematizá-los, transformando-os em apêndices de seus saberes; esforço para transformar meninos em atletas, humanos em máquinas; ao que insistentemente resistem. (BITTENCOURT, 2010, p. 190).

Toda esta estrutura técnico-científica utilizada para lapidar o talento – após encontrado – não substituiu, no entanto, a observação empírica do especialista amador, o olheiro para encontrar o aspirante a jogador no meio de tantos. Esta escolha inicial é, conforme mencionado por Bittencourt, uma escolha estética, baseada no olhar e na percepção, e não pelo cientificismo. É com base nesses critérios que se inicia o processo de treinamento, ou de formação do atleta.

De posse de uma escolha extremamente subjetiva, o clube vale-se de um arcabouço de conhecimentos para moldar os futuros atletas. Baseando-se em saberes e práticas advindas de uma “lógica das ciências duras” (BITTENCOURT, 2010, p. 195) este modelo de treinamento pretende diminuir a chance de o garoto não se transformar em atleta profissional, o que resultaria em perdas para o clube.

Ao alicerçar as decisões com base em critérios quantitativos, elencando diversas informações e, de certa forma, trazendo hierarquia aos saberes envolvidos, o clube evidencia a preocupação em cientificar seu processo de prospecção e inserção dos garotos em seus quadros. A efetividade e a aplicação prática do sistema é discutível, mas não cabe qualificá-la neste espaço. A constatação óbvia é que a metodologia de trabalho implantada no CT do Caju demonstra a busca incessante pela produtividade e pela racionalização desta arte que é o futebol. Gama (1995, p. 76) já apontara as possibilidades do trabalho científico no futebol, em entrevista a Carlinhos Neves, preparador físico brasileiro:

[...] A gente não pode ficar preso apenas na parte de preparação física, a ciência deve estar presente na parte técnica, na parte tática na formação do jogador integralmente e acho que o caminho é por aí, por que o trabalho empírico hoje não tem mais espaço. É importante que se pesquise, que se

tenha o maior número de informações em todos os sentidos e, dentro deste trabalho científico, haja um acompanhamento da evolução dos atletas também em todos os níveis, para que você possa então formar um atleta integralmente. Não adianta um atleta estar bem formado na parte técnica, tendo carência na parte física ou estando muito bem na parte física e técnica, mas sendo uma pessoa totalmente desintegrada da sociedade [...] (GAMA, 1995, p. 76).

A análise de Carlinhos Neves demonstra a necessidade de o futebol se posicionar como formador de um sujeito social, além do atleta. Uma das críticas possíveis a esta forma de seleção é justamente não permitir uma “ponte” entre o esporte-educação e o esporte-performance, o que traria maiores possibilidades de formação do sujeito jogador de futebol.

Entendemos, portanto, que a utilização de um sistema que se aproximasse do descrito por Tubino (2011) como esporte-escolar seria desejável. Neste modelo, jovens receberiam a educação esportiva na escola, o que sugere uma inserção do esporte-performance no esporte-educação. A concepção, no entanto, seria não apenas prospectar talentos e impor uma disciplina profissional na idade escolar, mas justamente lapidar estes talentos, ao passo que valores como o *fair-play*¹⁶ e a coletividade seriam passados juntamente com o prazer lúdico do jogo.

Ainda de acordo com o modelo por nós proposto, haveria um sistema de prospecção de talentos proativo, desde o primeiro contato do futuro jogador com o esporte, permitindo identificar aptidões físicas desejáveis ao esporte, como altura, força e capacidades motoras. Assim, o acompanhamento de profissionais dedicados à formação do atleta seria feito com mais assertividade e de maneira menos ocasional, como nas peneiras.

Há, no Brasil, exemplos bem-sucedidos de condução dos treinamentos na categoria de base que mesclam análises frias e matemáticas com análises estéticas, mais próximas da essência do futebol brasileiro, dos quais destacamos a experiência do Grêmio de Futebol Porto Alegre-RS, que se apoia em um modelo que privilegia o talento e os fundamentos lúdicos do esporte, conforme atesta Júnior Chávare, então coordenador das categorias de base do clube do Rio Grande Sul, em entrevista a colaboradores da Universidade do Futebol:

¹⁶ *Fair-play* é o conceito utilizado no esporte para promover a ética, o respeito e o companheirismo durante as competições, como forma de manter vivo o ideal do Barão de Coubertin desde os primeiros jogos Olímpicos da Era Moderna.

Os trabalhos são elaborados através dos períodos sensíveis de desenvolvimento humano, seguindo as orientações pedagógicas, utilizando uma didática de ensino que busca, através de informações e treinamentos, a evolução dos atletas gradativamente. Porque eu não posso exigir de um garoto de 12 anos uma treinabilidade de um jovem da categoria sub-20. Em categorias menores, muitas vezes, o treino é muito mais lúdico do que qualquer outra coisa. Então, não há uma receita de bolo. Temos de entender as variantes de cada indivíduo. (CHÁVARE, 2013).

Compreendemos que a formação dos atletas merece atenção desde a educação escolar até o acompanhamento nutricional e que é importante que diferentes visões como a de Chávare possam contribuir para a formação esportiva do atleta. Compreendemos, também, que, como forma de prevenir o adoecimento destes jovens indivíduos sujeitos ao profissionalismo precoce, deve haver acompanhamento psicológico e pedagógico constante. Amparados pela contribuição de Carvalho (2009, p. 155), levantaremos questões sobre este tópico.

[...] nas Ciências da Modernidade, a organização leva à especialização e à diferenciação de campos de saber “diversos” em espaços cada vez mais delimitados, visando o bem-estar do indivíduo através do corpo de profissionais especialistas em cada espaço físico objetivando atender grupos sociais diferenciados. A Psicologia do Esporte como especialidade do saber psicológico pode ilustrar essa realidade, no sentido de que se estabelece, mediante um novo espaço físico – o da prática esportiva – e a partir da confluência de profissionais diversos como educadores físicos, fisioterapeutas, fisiologistas, médicos e nutricionistas. Tem-se, então, diferentes profissionais, mas afins, ante as demandas externas ao indivíduo (resultados de rendimento, superação de limites etc.) e ou de suas necessidade e limitações internas (subjetividade).

Qual seria o papel do esporte? Deveria este formar indivíduos ou apenas formar campeões? Como devem atuar os diversos saberes na formação do atleta nos centros de treinamento. É a eterna discussão em torno das categorias de base dos clubes de futebol. Há no mundo todo uma verdadeira rede de escolinhas de futebol, academias voltadas para a prática esportiva onde são lapidados os jovens talentos. Na Europa é onde se obtém maior êxito na formação destes garotos. Existe a formação no sentido educacional e profissional. Embora estejam interessados em encontrar um craque entre aqueles jovens, os clubes estão cientes de sua obrigação para com a educação destes meninos (GIULIANOTTI, 2002). Nota-se, também, que há uma ideologia na qual são formatadas as práticas do ensino do futebol e a lapidação dos talentos nestes clubes.

Há muitos clubes que imprimem uma ideologia na sua categoria de base, em que aspectos extracampo são abordados como parte de uma formação educacional holística, buscando a formação universal do indivíduo, considerando fatores culturais diversos, como a identidade regional. Destacamos, entre estes dois clubes espanhóis, um de grande êxito esportivo, o Barcelona, no qual os garotos são ensinados a falar catalão para jogar nos chamados times de baixo. A estratégia do Barça de reforçar suas raízes na língua não esconde, no entanto, suas práticas predatórias no mercado, seduzindo garotos das mais diversas nacionalidades para as *canteras* como se chama seu Centro de Treinamento de Base.

Do outro lado, com menor sucesso esportivo, o Athletic Bilbao, que se orgulha de possuir em seus esquetes um número ínfimo de jogadores não-bascos. Não há hoje não-bascos na categoria de base, por força do estatuto do clube e o time profissional possui um número reduzido de vagas para os não oriundos das terras bascas. O orgulho de sua identidade é maior do que a necessidade de resultados.

Entendemos que os clubes de futebol globalizados buscam, com maior frequência, jovens mais novos para incorporar aos seus quadros. É preciso, portanto, se preocupar com as condições de trabalho a que serão expostos esses garotos, bem como fatores extracampo que possam atrapalhar seu desenvolvimento de modo a direcionar esforços na previsão destes problemas e na formação de jogadores que consigam lidar melhor com os problemas que não podem ser evitados.

Alguns clubes, como o São Paulo Futebol Clube, prezam pela excelência dos centros de futebol de base, reservando grande estrutura para treino, alojamento e escola nas dependências do clube. O Centro de Treinamento em Cotia (SP) é referência no país e o mais próximo da experiência europeia. Entretanto, a categoria de base se tornou um problema para o clube, por não revelar atletas com a velocidade necessária e por aspectos legais, como a Lei Pelé (1995) que obriga todo o clube mantenedor de categorias de base a cobrar assiduidade escolar dos seus jogadores, para combater o êxodo decorrente da escolha pela carreira futebolística, dificultando a conciliação de horários com treinamentos e competições.

Outro dos grandes problemas destes centros de treinamento diz respeito às influências externas com as quais os garotos têm que conviver diariamente. Toda a sorte de maus elementos pode tentar se aproveitar destes meninos que, não raro, estão longe dos pais, perseguindo o sonho de uma vida no futebol.

Há diversos relatos de maus-tratos, pedofilia e abusos em geral dos garotos (FOLHA DE S. PAULO, 2007; ESTADO DE S. PAULO, 2012; LANCE!, 2012). Via de regra, as categorias de base preocupam-se em ser balcões de negócio em detrimento de seu papel formador. Daí os garotos terem contato desde pequenos com empresários, dirigentes e técnicos, muitas vezes mal-preparados e muitas vezes mal-intencionados. Novamente, o preço a ser pago pelos verdadeiros protagonistas do espetáculo será alto¹⁷. acima,

Ao longo da formação da carreira, um jogador irá elevar seu potencial atlético ao máximo, num esporte cuja exigência física é cada dia maior. Poderá viver glórias e derrotas em campos das mais diversas qualidades. E será exposto a uma gama de lesões incomum para um ser humano normal. Isso sem a garantia de chegar a ser profissional. O sonho acaba, muitas vezes, antes de realmente começar (DAMATTA et al., 1982). Muitos abandonam a carreira no início por causa da rotina extenuante de treinos. Não é para menos. Enquanto poderia estar gozando de sua juventude, o aspirante a jogador de futebol investirá boa parte de seu tempo em atividade que, a princípio, nem para recreação serviria. A esse respeito, Damo (2005, p. 419) comenta:

Quando vista na perspectiva do atleta, a formação/produção é um processo altamente competitivo. São aproximadamente 5.000 horas de investimentos, distribuídos ao longo de aproximadamente 10 anos, realizados diretamente no corpo, em rotinas altamente disciplinadas, extenuantes e seguidamente monótonas.

Mesmo que não “vingue” como jogador profissional, a experiência de quase tê-lo sido ficará. O futebol jamais deixará de estar presente em suas vidas. Seja na pelada de domingo seja assistindo a um jogo na televisão, o futebol imprime uma marca impossível de ser apagada. Para aqueles que alcançam o objetivo, fica a missão de justificar o investimento e se tornar uma estrela. Para os que não se tornaram jogadores, a missão de explicar a falta de oportunidades e o fracasso da carreira.

Uma parcela muito pequena dos milhões de garotos chegará ao profissional. Uma parcela ainda menor chegará ao *status* de estrela. O fato é que estes meninos

¹⁷ “Cair na mão de empresários que só pensavam em ganhar dinheiro fácil e rápido, sem medir as consequências, foi, como pai, a experiência mais traumática da vida do Paulo André. Por isso faço um alerta aos pais que sonham com uma carreira no esporte para seus filhos: a escolha de um agente confiável é a principal coisa a se fazer” Arnaldo Benini (2012, p. 49) pai de Paulo André, jogador brasileiro que passou por São Paulo, Guarani, Atlético-PR, Bordeaux (FRA), Corinthians e Cruzeiro, famoso por seu posicionamento político crítico e fundador do Bom Senso F. C.

são preparados dentro da dinâmica do esporte-desempenho, no qual o que importa é ganhar. Prepara-se para chegar lá e não para parar, para perder. A vida do jogador é sua carreira, e esta é curta. “O jogador de futebol morre duas vezes. A primeira, quando para de jogar” (FALCÃO, 2014) assim definiu Paulo Roberto Falcão, ídolo da seleção brasileira e que, em sua passagem no futebol europeu, no A. C. Roma, da Itália possuía o apelido autoexplicativo de “Rei de Roma”. Hoje técnico, o excelente volante se aposentou em 1986, no São Paulo Futebol Clube, com condição física deficiente após 23 anos de carreira.

Não faltam exemplos de heróis do gramado que perderam suas vidas na pobreza e esquecimento. Talvez o maior destes seja Mané Garrincha. Também neste ponto, podemos observar um traço característico em diversos atletas profissionais, nas mais diversas categorias e modalidades. É provável que reconhecer o risco de parar, da primeira morte, os apavore. Ironicamente, a vida de treinos os leva ao limite do corpo, tanto mental quanto fisicamente, mas não os prepara para viver sem o esporte. Por não estarem preparados para o fim da carreira, muitos adiam este momento, passando por momentos que não precisariam, expondo sua decadência técnica e física.

Entendemos que é papel da formação do atleta prepará-lo para uma gestão consciente de sua carreira. Partindo dos pressupostos apresentados, sob a ótica do mercado corporativo, é necessário que as organizações recebam, em seus quadros, profissionais preparados e flexíveis, que possam se adaptar às diversas realidades do mercado e da empresa em que trabalham (SILVA, 2015; ENRIQUEZ, 2014). Assim sendo, tendo o futebol característica única no que tange à possibilidade de moldar o trabalhador antes deste ser efetivamente da empresa – neste caso, formar o jogador para defender um clube desde as categorias de base – compreendemos que o papel da orientação profissional deve também ser realizado pela psicologia do esporte, baseado nas possibilidades de atuação propostas por Carvalho (2009).

Percebemos que, a partir dos anos 80, a participação da categoria de base na formação dos esquetes profissionais dos grandes clubes tem caído. Há uma forte influência de empresários no tocante à revelação de jogadores, em especial após a promulgação da Lei Pelé (PACTO, 1995), que extingue o passe, mecanismo que atrelava o jogador ao clube, protegendo na maioria dos casos, o empregador¹⁸.

¹⁸ Passe era o termo utilizado para designar o vínculo do atleta com seu clube. Como na prática não havia a aplicação da Consolidação das Leis de Trabalho (CLT) ao ofício de jogador de futebol, o atleta era obrigado a firmar contratos com os clubes cedendo seu “passe” às instituições, por um preço fixo, estipulado pelo clube.

As categorias de base são o espaço em que se criarão os atletas que manterão vivo o espetáculo pelos próximos anos. No Brasil, formam um celeiro de jogadores tipo-exportação, conforme atestam diversas histórias parecidas com a de Alípio, jogador brasileiro que teve meteórica ascensão saindo de uma escolinha de futebol no Distrito Federal, uma rápida passagem no Rio Ave, de Portugal até chegar ao Real Madrid com menos de 16 anos de idade. No clube espanhol foi dispensado após uma lesão crônica não ter sido tratada de forma efetiva.

O pouco que conversava sobre o assunto era com meu empresário. Ele falava que eu precisava passar por cima. Por falta de maturidade eu deixava de lado o que realmente sentia. Eu só fui tratar disso quando fui ao Benfica. No período no Real não fui tratado, até por isso saí de lá. (VALENTE; BIANCHINI, 2016).

A atuação do empresário do garoto, hoje com 23 anos, demonstra a influência de empresários nas escolhas dos atletas. Demonstraremos como esta relação se tornou mais problemática no Brasil a partir da alteração da legislação esportiva que rege as relações profissionais entre clube e jogador, antes regidas de maneira análoga à escravidão. Como antecedente histórico às alterações ocorridas no âmbito legal, cabe demonstrar o ocorrido na Europa, que se tornou paradigma nas relações de trabalho do futebol no Velho Mundo.

4.2 O Choque de Gestão

Dos casos experimentados pelos clubes paulistas, ficou a lição de que o caminho para a efetiva modernização e o consequente aumento de ganhos para os clubes brasileiros estaria na profissionalização fora de campo. Mas que a gestão do futebol não deve ser entregue a qualquer aventureiro disposto a injetar dinheiro nos cofres dos clubes. O modelo de gestão dos clubes brasileiros é alvo de discussão tanto dentro do esporte como politicamente, há pelo menos trinta anos, desde a cisão dos principais clubes brasileiros com a CBF, por causa da organização do Campeonato Brasileiro de 1987¹⁹. Fundados, em sua maioria, como associações

¹⁹ Durante o campeonato brasileiro de 1986, os clubes de maior torcida do Brasil articularam uma entidade que fizesse frente à CBF (Confederação Brasileira de Futebol), que, submissa aos interesses da Ditadura Militar inchou o campeonato ano a ano até o número absurdo de 44 clubes no certame. Em 1987, a CBF se declara incapaz de organizar o campeonato brasileiro, o que levou o torneio a ser organizado pelo Clube dos 13; entidade que reunia os maiores clubes do Brasil; sendo chamado de Copa União.

esportivas, encontram barreiras legais para se transformarem em empresas, seguindo modelo dos clubes britânicos, que são sociedades anônimas de capital aberto, com ações sendo negociadas nas bolsas de valores, sujeitos, portanto, ao humor do mercado, mas também contemplando a possibilidade de uma gestão profissional dos rumos do clube, diante da exigência dos acionistas por lucro (PRONI, 1998; GIULIANOTTI, 2002).

Diante das razões expostas, poucas experiências efetivas foram feitas no Brasil com o intuito de tornar os clubes organizações profissionais, o que não os impediu de transformar sua gestão em um modelo híbrido, em que os conselheiros, presidente e vices são ainda, em sua maioria, amadores, torcedores e ligados ao quadro social do clube, mas possuem uma gama de profissionais contratados pela entidade para auxiliarem em sua gestão. No campo legal, legislação específica tem sido pensada, a fim de permitir aos clubes a modernização e profissionalização da gestão. Conforme Proni (1998), o ponto de partida desta discussão foi o caso Bosman, que, na Europa, reavivou as discussões sobre condições de trabalho no futebol moderno. A Lei Zico (1993) e, posteriormente a Lei Pelé (1996) foram esforços do poder público brasileiro perante os desafios impostos pelo futebol. Entendemos, assim, que a partir da profissionalização e legalização da atividade, o problema principal do futebol brasileiro não é a falta de dinheiro e sim, a gestão das organizações que dele sobrevivem.

Embora se apresentem ao mercado como estruturas modernas e organizações eficientes, os clubes de futebol brasileiros, na realidade, sofrem para honrar seus compromissos e manter equipes competitivas esportivamente. Reflexo de anos de gestão amadora e também da impunidade em relação a dirigentes mal-intencionados que sangraram os cofres dos clubes durante muito tempo, enriquecendo a suas custas (RODRIGUES FILHO, 1947/2003; GIULIANOTTI, 2002). Atualmente, de acordo com debate proposto pela Universidade do Futebol e empresas de consultoria esportiva, entre elas a Pluri Consultoria e a escola de Negócios Trevisan, referências no estudo da gestão esportiva brasileira, há muito pouco espaço no mercado para a tradicional figura do “cartola”. O dirigente-torcedor, caricato e que mistura seus interesses pessoais com os da instituição está com os dias contados. Isto por que o mercado não mais os aceitará.

O caminho natural será aquele do gestor, do executivo do futebol, que norteará, gerenciará suas ações de acordo com os interesses da organização e

prestará contas a ele, uma vez que é seu empregado. Desta forma, o clube conseguirá, em um primeiro momento, se estruturar estrategicamente, definindo metas e posicionando-se no mercado; e, em um segundo momento, colher os frutos desta gestão, ao cobrar os resultados de seu quadro de empregados.

Temos apresentado, até este momento, fatores que contribuíram e ainda contribuem para a profissionalização do futebol brasileiro. Como percebemos, diversos aspectos externos entrelaçaram-se para desenhar o panorama atual do esporte. Tendo exposto a atual situação dos clubes, que se posicionam para o mercado, faz-se necessário compreender como se relacionam clube e jogador. Para tanto, utilizaremos as definições de Tubino (2011) em relação ao esporte, de modo a classificá-lo enquanto prática. Desta forma, introduziremos o esporte-educação, o esporte-participação e o esporte-performance. Discutiremos, então, como o futebol se apresenta aos jogadores e como eles se relacionam com sua atividade.

Cada uma das definições propostas corresponde a um grau maior ou menor de complexidade das relações interpessoais e lúdicas entre seus praticantes. Partindo deste ponto, o futebol é introduzido com viés lúdico, campo para socialização dos indivíduos.

Em todo esporte há um papel lúdico. Entretanto, a partir do momento que o indivíduo passa a traçar um plano de carreira dentro do futebol, o jogo passa por transformações que o levam a ser trabalho. Além disso, como veremos, muitos praticantes tendem a desqualificar a atividade como trabalho honesto²⁰ – a exemplo de um médico ou um professor – como se fossem culpados por ganhar dinheiro fazendo o que gostam.

4.3 O Caso Bosman: “emancipação” do jogador europeu

Jean-Marc Bosman era um jogador mediano de um clube belga, o *RFC Liège*. Não fosse sua influência no mercado europeu de futebol, provavelmente estaria esquecido pela História do esporte, em razão de seus poucos predicados futebolísticos. Bosman, porém, ficou conhecido por ter conseguido importante vitória, na justiça europeia, contra seu clube. Ao final de seu contrato, em junho de 1990,

²⁰ O termo é aqui empregado no sentido de tradicional, em oposição a profissões como a do futebolista, ainda carregadas de certo estigma de “malandragem” pela sociedade contemporânea.

lhe foi ofertado novo compromisso com valor 75% inferior. O jogador recusou a oferta e procurou outro clube, na França onde ofereceu seus serviços. Faltavam, então, seis meses para seu contrato terminar e um empréstimo ao clube francês foi acordado, porém o clube belga, detentor do passe²¹ de Bosman, exigiu pagamento pela transação. A recusa do pagamento fez o jogador iniciar uma batalha judicial contra as federações belga e europeia de futebol e seu antigo clube. O caso se baseava no Tratado de Roma, que desde 1957 garantia a livre movimentação de trabalhadores oriundos das nações participantes da União Europeia dentro de seus territórios, sem que pudessem ser impedidos.

A vitória de Bosman, além de representar a primeira grande vitória dos jogadores contra os clubes desde 1960 com o fim das leis de transferência na Inglaterra, impõe que as regras que limitavam estrangeiros nos clubes europeus passassem a valer apenas para jogadores não oriundos da União Europeia, além da extinção do passe. Fica também determinado que todos os contratos se tornem livres de multas a seis meses de seu fim. Em 1996, as regras impostas pelo Caso Bosman passam a valer para todas as federações europeias e em pouco tempo para todo o mundo.

Fundamentalmente, o caso Bosman permitiu eliminar as fronteiras transnacionais no futebol europeu. A transição do futebol local para o globalizado era iminente e foi consolidada pelas alterações decorrentes do caso Bosman. Giulianotti (2002) afirma que os três maiores impactos da vitória do jogador belga foram, justamente, a mobilidade transnacional dos jogadores em escala europeia (atualmente, em todo o mundo do futebol verifica-se este fenômeno); o aumento do poderio esportivo dos grandes clubes em relação aos menores por causa da sua disponibilidade financeira e do aumento da renda dos melhores jogadores em virtude do “livre-mercado” criado com o passe livre. O caso teve também impactos significativos na estrutura do futebol brasileiro.

4.4 Zico e Pelé: As leis

A partir dos anos 1990, sob influência da discussão suscitada pelo caso Bosman, promoveu-se grande esforço por parte do Ministério do Trabalho para que

²¹ Passe é o termo que define os contratos dos jogadores de futebol europeu até meados de 1995. O clube compra o “passe” por valor e período determinados para contar com os serviços do jogador. A dinâmica da transação consiste em permitir ao clube detentor do passe a proteção econômica sobre eventual transferência do jogador para outro clube. Na prática, no entanto, muitos jogadores ficavam presos a seus empregadores em virtude do preço fixado em seus passes.

tais relações fossem modernizadas (PRONI, 1998). A primeira iniciativa foi proposta pelo então ministro dos esportes Zico, por meio de projeto de Lei que tinha como principais pontos a transformação dos clubes em empresas, o fim da lei do passe e as eleições diretas à diretoria da CBF (Confederação Brasileira de Futebol). A “Lei Zico” foi aprovada com diversas alterações e, de fato, poucas mudanças foram sentidas na estrutura do futebol.

A proposta era profissionalizar definitivamente o esporte, obrigando clubes a se tornarem empresas e tratando de temas antes avessos ao futebol, como o direito do consumidor e do trabalhador. O passe, porém, era uma grande fonte de receita para o clube, que pouco ou nada gastava na formação do atleta e arrecadava muito dinheiro ao vender este “direito” para outro clube. Ao menos a versão oficial dos clubes é a de que a regulamentação do clube empresa levaria os pequenos à falência e os grandes a dificuldades intransponíveis a longo prazo. Ainda no ano de 1996, diversos veículos de mídia passaram a encampar as mudanças estruturais do futebol brasileiro, notadamente o jornal *Folha de S. Paulo*, conforme Proni (1998, p. 197).

Em linhas gerais, esse discurso modernizante era semelhante àquele que vinha sendo repetido desde o início da década. A diferença é que a *Folha* resolveu colocar em números o quadro das desigualdades, tornando mais objetiva a discussão sobre o que fazer diante de um “modelo exaurido”. Devemos ter em mente que, nas entrelinhas, o que estava em discussão não era apenas o futuro dos grandes clubes e o atraso do país em relação à Europa; era o que fazer com aquelas centenas de equipes ditas profissionais que não teriam chance alguma de se inserir na “modernidade” e com aqueles milhares de jogadores que não teriam chance de exercer a profissão no novo contexto de profissionalismo que se abria.

A alteração gradual viria com a promulgação da Lei Pelé, em 1997, substituindo a Lei Zico. Assim, há um novo direcionamento nas categorias de base, no qual empresas ou grupos de empresários montam ou compram pequenos clubes visando ao lucro na formação de atletas, como mostra o caso de Alípio.

Como consequência direta, o passe foi substituído pelo termo “direitos econômicos”, de modo que esses pequenos clubes se utilizam da estrutura de clubes maiores para expor seus jovens atletas ao mercado. Ocorre, neste caso, o curioso fenômeno do “fatiamento” dos jogadores²². Os direitos econômicos dos

²² O exemplo mais claro e recente é o do jogador Neymar, quando defendia o Santos Futebol Clube. Devido ao enorme assédio de poderosos clubes europeus ao atleta e na impossibilidade de ofertar maiores salários à sua maior e mais promissora estrela desde 2002, o clube se viu obrigado a vender parte dos direitos econômicos do jovem jogador e criar uma verdadeira engenharia financeira para gerar receita ao atleta, incluindo em seus vencimentos receitas de patrocínio e exposição de imagem.

jogadores nada mais são que uma multa fixada para o rompimento de um contrato de trabalho.

Ao clube resta, então, pagar salários e usufruir do talento dos pés de obra, cujos serviços podem ser negociados com outros clubes de acordo com o interesse econômico de seus agentes. Como consequência, constatamos um abandono maciço da formação de atletas em clubes antes tradicionais nesta atividade, porque esses novos moldes não lhes confere o lucro de antes, o que transferiu a formação dos atletas aos grupos de empresários.

Apresentadas as particularidades da legislação brasileira que rege o esporte atualmente, consideramos igualmente necessário demonstrar como funciona a organização que detém o monopólio do esporte no Brasil, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e os problemas inerentes à sua atuação no cenário nacional e internacional.

4.5 Causas do Adoecimento do Jogador de Futebol Profissional

Entendemos que a exigência contínua do aperfeiçoamento das funções do jogador no campo de jogo, assim como a busca pela excelência dos métodos de treinamento, coloca a figura humana do profissional em níveis constantes de pressão pelo resultado, o que pode gerar um esgotamento tanto mental como físico do indivíduo. Tais características, como salientamos anteriormente, são caras ao mundo cotidiano.

No caso do futebol, há algumas características próprias, que merecem destaque. O tempo despendido pelo aspirante a jogador consome boa parte de sua idade produtiva. Arriscam-se nos campos até os trinta anos. Identificamos, então, duas possibilidades, de acordo com as características específicas de cada jogador: ou ele consegue concluir seus estudos e pode exercer uma profissão compatível com sua formação, como sugere Capelo (2016); ou o ex-jogador vai para um mercado de trabalho totalmente novo, sem preparação alguma, visto que os treinamentos, viagens e jogos não lhe permitiram uma segunda opção. Desta forma, como descreve Araújo Filho (2009), o futebol não permite que ele próprio seja a segunda opção, da mesma forma que não permite ao jogador tê-la, em muitos casos.

O poder de alcançar multidões somado – com as devidas ressalvas – à mobilidade social que a atividade de jogador pode conferir proporciona ao garoto

pobre, de classe média, e até ao mais abastado serem alçados ao patamar social mais elevado. Como celebridades, serão convidados a participar dos mais diversos coquetéis, das melhores festas e dos programas de televisão, não necessariamente esportivos. A imagem de um atleta tem, possivelmente, até mais alcance que a imagem de outras conhecidas figuras midiáticas. Não obstante, são chamados para participar de campanhas humanitárias e também criam associações e fundações com seus nomes, com as mais diversas características, desde religiosas até educacionais. Alguns atuam como embaixadores da ONU, caso do inglês David Beckham e do brasileiro Ronaldo, por exemplo. Interessante notar que a conduta extracampo não parece ser preponderante para a escolha destes jogadores, mas sim sua capacidade midiática, seu alcance.

A exposição decorrente deste fenômeno acaba por cobrar um grande preço dos atletas. Nem sempre são preparados para serem ricos, famosos e cobrados por isso. Nesse contexto, a mídia tanto eleva esses garotos ao papel de protagonistas, como também pode fazê-los cair. Não são poucos os exemplos de jogadores que, após atingirem o auge, sofrem com problemas extracampo. Maradona (Argentina), Ronaldo, Garrincha e Adriano (Brasil), Casagoyne (Inglaterra), Cantoná (França), entre outros, são exemplos conhecidos. Todos tiveram problemas não necessariamente advindos da fama, mas, com a mais absoluta certeza, amplificada por ela. Por estar acostumado com a figura do jogador de futebol presente em sua sala, pelo menos duas vezes por semana, frequentemente o torcedor transfere seus anseios e projeções ao ídolo, como se este não fosse de carne e osso, como se não fosse humano.

Eis então o martírio dos atletas de alto rendimento. Como máquinas, eles repetem exaustivamente cada gesto, tentando encontrar a maldita perfeição. Se as pessoas soubessem o que sofrem e o que passam por não serem perfeitos, o que se cobram e deixam de tentar por saber que podiam fracassar, talvez teriam ensinado às novas gerações que a perfeição não está ali para ser alcançada. (BENINI, 2012, p. 260).

De concreto, os fãs parecem ressentir-se menos caso um político os venha a roubar do que se um jogador de futebol estiver em um bar na noite anterior ao jogo. Se em decorrência de sua atividade são cobrados em demasia, há um aspecto interessante quanto à aposentadoria. Seria a “primeira morte” (GIULIANOTTI, 2002).

Ao terminar a carreira, a estrela da bola passa a ser lembrada apenas pelo passado. Terminam as regalias reservadas à figura pública que foi, acaba a

camaradagem com os colegas de clube e, é importante lembrar, não há lugar para todos continuarem como treinadores, comentaristas, colunistas, enfim, nem todos podem continuar ligados ao mundo do futebol (GIULIANOTTI, 2002). Importante notar que, quando da morte de fato, o “valor simbólico” destes homens aumenta bastante. Seus feitos acabam por ser engrandecidos após a morte, independente do modo como eles passaram seus últimos anos. É um culto ao passado, no entanto, potencializado pela Indústria Cultural sob a forma de livros, cadernos especiais em jornais e filmes. A figura do ídolo velho e pobre não costuma vender tanto.

Há outras “mortes” no futebol, em especial para aqueles que não alcançam o estrelato almejado. Como será esta “morte” é que deve ser discutido. Em uma sociedade onde tudo é cada vez mais rápido e descartável, esses heróis contemporâneos são produtos e, como tal, tornam-se muitas vezes, dispensáveis.

Tais condições impostas pela atividade podem levar ao adoecimento do indivíduo ao final da carreira conforme Agresta, Brandão e Barros Neto (2008, p. 508):

[...] pode-se concluir que deixar arena esportiva tende a ser um motivo difícil na vida de um atleta, pois sempre requer adaptação de papéis sociais e profissionais. Em geral, apresenta dificuldades psicológicas e vivencia momentos de tristeza, depois de anos de exclusiva dedicação à carreira competitiva [...] emerge a necessidade, tanto do campo científico, como da diretoria esportiva de desenvolver programas de aposentadoria que tenham como objetivo principal capacitar atletas em transição de carreira a lidarem melhor com esse momento.

Concordamos com os autores e inferimos, ainda, que é necessário, à luz das contribuições apresentadas, bem como das construções baseadas nelas, o debate sobre a capacitação profissional dos atletas na categoria de base, como forma de protegê-los da estrutura extenuante que o futebol lhes impõe, sem garantias de sucesso.

Somos o que fazemos? A resposta desta imbricação em relação à já referida identificação do sujeito no trabalho para o futebolista é clara. O jogador profissional possui rotina bastante definida em sua carreira. Para desempenhar com maestria sua função dentro de campo, o profissional deve se dedicar a uma rotina de treinos diários, alimentação controlada e submeter-se a orientação de outros profissionais, como preparadores físicos, o próprio treinador, além de nutricionistas e, em alguns clubes, psicólogos. O jogador de futebol é um indivíduo permeado pela possibilidade de sublimação por meio do esporte. Conforme Enriquez (2014), as organizações

estratégicas capturam o trabalhador mediante idealizações e promessas de subjetivação pautadas na atividade laboral como forma de alcançar os objetivos traçados. Assim, a profissão do jogador coloca o indivíduo sob pressões enormes.

Obviamente, como mencionamos, esta não é a rotina na maioria absoluta dos clubes brasileiros, que não possuem a mesma estrutura à disposição de seus atletas (ESPN, 2015). É preciso que os atletas possam ter oportunidades iguais, fato que requer uma discussão nacional com o intuito de apresentar modelos de gestão das categorias de base no Brasil.

Todos os atletas profissionais, ainda que em diferentes níveis de excelência, treinam exaustivamente. Esta constatação nos leva a outra questão igualmente importante: Qual a atividade do jogador de futebol – o treino ou o jogo?

A imbricação, aparentemente inocente, carrega extrema importância para o estudo do futebol como trabalho. Isto por que, ao contrário do que se observa em outras categorias, o atleta depende quase que exclusivamente de seu corpo para desempenhar sua função profissional. Significa que o treino, aliado a uma rotina regrada e um estilo de vida saudável, são indispensáveis para o sucesso.

Entendemos, portanto, que o conjunto de atividades realizadas pelo jogador de futebol profissional permite-lhe alcançar padrões sociais de destaque, quando em alto nível. Aliado ao culto imagético, o atleta acumula valores tanto financeiros como sociais, tornando-se o “sujeito criador de história”; impulsionado pelo culto ao narcisismo e ao mito do herói; ligados à Sociedade do Trabalho.

Tais perspectivas parecem-nos ser o principal objetivo dos aspirantes a jogadores de futebol contemporâneos. Desta forma, compreendemos que não há um, mas uma confluência de fatores, um “pacote de benefícios” vendido pela indústria do futebol-espetáculo sobre o que é ser jogador profissional. Destes conceitos, surge a idealização da profissão, que permeia o imaginário de tantos garotos e garotas brasileiros.

4.6 Alienação Política dos Jogadores de Futebol

A criação do Bom Senso F. C. foi um fato novo no futebol brasileiro, acostumado a figuras dóceis e subservientes nos tempos atuais. Via de regra, a reivindicação não pode ser considerada uma marca característica do jogador de futebol. Entendemos que o fator primordial para tal reside no efeito de doutrinação

dos corpos, potencializado pelos treinamentos e pela estrutura hierarquizante do esporte. Conforme Gama (1995), a partir dos anos 1990, tem ocorrido uma evolução social do jogador brasileiro, até uma melhora do seu nível educacional, o que não resultou em oposição às estruturas vigentes ou propagação de um pensamento crítico baseado em sua própria condição de trabalho. A formação de sindicatos de jogadores é, no Brasil, tema para um trabalho à parte, o qual não deve ser reduzido neste espaço. Entendemos que esse assunto demanda uma investigação por si só, haja vista o futebol brasileiro ter sido, ao longo da história local, de embates ideológicos e da luta de classes.

Conforme demonstramos, as conquistas dos jogadores em relação à sua própria condição de trabalho foram resultado de uma reivindicação de um atleta europeu contra sua federação. Não podemos, no entanto, deixar de destacar neste ponto, o pioneirismo de Afonsinho, jogador do Botafogo que corajosamente lutou contra a lei do Passe, ainda nos anos 70, tendo conseguido sua liberação na Justiça. Sua luta inspirou a criação do Sindicato dos Futebolistas do Rio de Janeiro, o primeiro do Brasil, em 1971 (CORREIA, 2010). Outras manifestações políticas ocorreram quando das Ditaduras no Brasil e no Cone Sul.

4.7 Futebol, Política e Ditaduras

Não são poucas as intersecções entre política e futebol. No Brasil, a “Democracia Corinthiana”, em meados dos anos 80, tornou-se um grande exemplo (AZOUBEL NETO, 2010). O célebre caso do engajamento do corinthiano Sócrates na campanha “Diretas Já”, movimento popular que reivindicava o retorno das eleições diretas no Brasil, foi o ápice e o triste início do fim deste movimento pioneiro no futebol. Com a não aprovação da Emenda Dante de Oliveira, que previa a volta das eleições diretas no Brasil, o craque Sócrates acabou por deixar o Brasil e desfilou seu futebol na Itália, pela A.C. Fiorentina²³. No Cone Sul, durante os anos de ditaduras militares, houve diversos casos em que a política apropriava-se do futebol como engrenagem da máquina estatal. Em “Memórias de chumbo: o futebol nos tempos de Condor”; Lúcio de Castro (2012) detalha a aproximação do esporte com a

²³ Não há como afirmar categoricamente que o destino do jogador seria outro, caso a emenda fosse aprovada, porém reproduzimos aqui a versão oficial, confirmada por diversos jogadores e dirigentes da época ao longo da História, a exemplo de Walter Casagrande Jr. (CASAGRANDE JR.; RIBEIRO, 2013).

política e as ditaduras sul-americanas. Destacamos o curioso episódio em que se dá a primeira manifestação aberta contra o regime de Augusto Pinochet, no Chile, quando um jogador que coincidentemente tinha o mesmo sobrenome do General é substituído aos gritos de “Fuera, Pinochet! ” (CASTRO, 2012).

No Uruguai, o futebol acabou por fazer parte de manifestações que culminaram no fim da Ditadura. Durante a fase mais aguda da repressão, vence o campeonato uruguaio um time com raízes fortemente ligadas aos ideais de esquerda, o Defensor Sport Club.

Embora houvesse, dentro do futebol uruguaio, notadamente na Federação Uruguaia, tentáculos do Regime prontos para se utilizar do esporte a seu favor, foi exatamente uma manobra nesse contexto que culminou na queda dos generais.

Em novembro de 1980 foi realizado um plebiscito para a decisão do “Sim” ou “Não” ao Regime. Certos de sua vitória, os generais criaram um Mundialito para mostrar seu poderio ao mundo. Contudo, o “Não” vence o plebiscito e a população comemora no Mundialito com a Celeste Olímpica²⁴ campeã em casa, aos gritos de que acabava ali a repressão da Ditadura Militar (CASTRO, 2012).

Tais episódios demonstram, além da importância do futebol como manifestação cultural e reivindicação social, o engajamento de atletas como atores políticos, utilizando-se de sua fama e voz amplificada pela mídia para demonstrar um posicionamento. Compreendemos que o exemplo do Bom Senso, em conjunto com as mídias sociais e movimentos de torcedores que começaram a surgir, a exemplo do Movimento Boicota Brasil – criado com o intuito de reivindicar transparência e governança na CBF mediante boicotes aos patrocinadores da entidade –, pode auxiliar o desenvolvimento do esporte pelo esporte, por meio da atuação seus atores principais, o que entendemos legítimo e desejável.

4.8 Panorama da Paixão Nacional: O Futebol e o jogador brasileiro

O justo exercício de compreender toda a estrutura do futebol desde o lúdico até o alto rendimento exige uma penosa análise. Como mencionamos, a regulamentação da estrutura esportiva no Brasil ocorreu em 1938 com a

²⁴ A seleção uruguaia é tradicionalmente chamada de “Celeste Olímpica” em alusão à cor de seu uniforme, azul-celeste e aos dois títulos olímpicos conquistados pelo selecionado, em período pré-Copas do mundo; que conferiam status de campeã mundial à época.

promulgação da Lei Geral do Desporto que cria uma Federação Nacional responsável por organizar e regular campeonatos e práticas esportivas no âmbito nacional. Naturalmente, cada unidade federativa possui seu órgão estadual, responsável por organizar campeonatos dentro de sua jurisdição e pelo registro de atletas junto à Federação nacional, então chamada de Confederação Brasileira de Desportos, que englobava todos os esportes praticados no Brasil e mantinha caráter amador (SARMENTO, 2006).

A gênese burocrática do esporte brasileiro denuncia o atraso, ou a falta de profissionalização do desporto nacional e pode, em partes, explicar a situação do atleta, hoje, haja visto a lei que regulamenta esta atividade tão importante e lucrativa não contemplar, até o presente momento, todos os aspectos inerentes à atividade. O estatuto da maior entidade do futebol nacional era um mistério até meados de fevereiro de 2016, quando o jornalista Juca Kfoury conseguiu, por meio de forte campanha editorial em seu blog no portal UOL® e coluna no jornal *Folha de S. Paulo*, que a CBF o publicasse na íntegra no seu site.

A crise do futebol brasileiro, evidenciada na semifinal da Copa do Mundo Fifa® – realizada em solo tupiniquim no massacre da seleção alemã sobre o esquete canarinho por sete a um – é sistêmica e faz parte de um ciclo vicioso que interessa a poucos e prejudica muitos²⁵. Na esteira dos episódios ocorridos durante o processo de preparação do Brasil para sediar a competição máxima do futebol, surgem movimentos contrários à realização da Copa, quando também se organiza o mais relevante movimento de reivindicação da classe dos atletas desde os anos 1980.

Em dezembro de 2013 foi criado o movimento Bom Senso F. C., por iniciativa de atletas profissionais brasileiros e estrangeiros jogando no Brasil. Organizado para denunciar o descaso da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) com a situação do atleta, o movimento coordenou manifestações, em campo, em diversos clubes da Série A – primeira divisão do futebol brasileiro. O resultado corroborou com a denúncia de descaso. A imprensa se viu obrigada a escancarar a dura realidade do esporte mais popular do país. Como esperado, alguns veículos de imprensa, em especial os detentores dos direitos de imagem dos campeonatos organizados pela

²⁵ Em maio de 2015, ação conjunta do Departamento de Justiça dos Estados Unidos com a força policial suíça, prendeu oito dirigentes da FIFA®, acusados de corrupção e crimes financeiros (FOLHA DE S. PAULO, 2015). O atual presidente da FIFA®, o presidente da CBF®, bem como seus antecessores estão no foco das denúncias. Não nos ateremos aos recentes escândalos, por delimitarmos este estudo ao panorama futebolístico observado até o ano de 2014, preservando, assim, o distanciamento dos fatos e a sua apuração para posterior análise.

CBD, abafaram ou destacaram pouco em suas programações a existência das manifestações e as reivindicações dos atletas do Movimento, ao passo que algumas outras emissoras se posicionaram a favor dos atletas e das melhorias propostas por eles. Sobre o atraso do futebol brasileiro, é preciso que tragamos alguns dados de forma a ilustrar como a situação precária dos clubes os torna subservientes às federações.

Para cada clube “de ponta” jogando as duas primeiras divisões nacionais, há pelo menos 17 sem um calendário anual e que são obrigados a fechar as portas durante parte do ano, visto que não há competições oficiais a serem realizadas. São clubes que sobrevivem de auxílios das federações e, em decorrência da dificuldade que passam para se manter, servem, muitas vezes, de massa de manobra para as mesmas perpetuarem seu poder por meio de seus dirigentes.

Os clubes menores aceitam auxílio das federações regionais em troca de votos nas eleições dessas mesmas federações. O sistema de votação, regulamentado ainda em 1938, permite esta troca de favores e ações entre amigos. Como não há representatividade no espectro eleitoral, distorções ocorrem de forma recorrente. Uma federação do estado do Acre tem voto equivalente a um clube como, digamos, o Flamengo. A última eleição, ocorrida em 2014, teve como votantes os 20 clubes da Série A e os presidentes das 27 Federações Estaduais e elegeu Marco Polo del Nero, representante da Federação Paulista, como presidente.

De acordo com o Bom Senso F. C. (2013), com base nos registros da CBF, há 684 clubes profissionais no Brasil. Ainda segundo o movimento, 85% desses clubes não possui calendário anual. Em uma conta simples, apenas considerando uma comissão técnica básica, longe da infraestrutura considerada ideal, teríamos por clube: um técnico, um auxiliar-técnico, um fisioterapeuta, um médico e um preparador físico. Cinco profissionais por clube que perdem seu emprego ao final de campeonatos estaduais de menor apelo e que dão acesso ao calendário nacional. Desconsiderando os clubes que disputam as quatro divisões nacionais, competições organizadas pela CBF, teremos, então, 2.920 profissionais do esporte desempregados ao final das disputas dos campeonatos estaduais.

Se contarmos com os atletas, um grupo com 30 atletas, teremos. então. 20.440 profissionais ligados ao esporte sem atividade ao final dos três primeiros meses da temporada. A simples matemática demonstra a crueldade da gestão do esporte mais lucrativo que se pratica no Brasil, em especial com os atores principais

deste espetáculo. O garoto que aos sete anos inicia sua caminhada pelos campos e sonha se tornar profissional, certamente não tem o objetivo de se tornar mais um a viver com a dura realidade de incertezas e descasos comum aos jogadores dos clubes menores. Sonham, sim, com o glamour do garoto Neymar que, aos vinte e dois anos, conquistou (além da fama e dinheiro) o *status* de estrela internacional jogando em alto nível na Europa. Estudo da *Revista Época*, realizado por Rodrigo Capelo (2016), revela a incômoda realidade do futebol:

Ao todo, há registrados 28.203 atletas profissionais no Brasil. Deles, 23.238 ganhavam até R\$ 1.000,00 mensais em 2015. O servente, segundo o Ministério do Trabalho, teve salário médio inicial de R\$ 1.000,17. Não só ele. Ganham mais do que 82,4% dos jogadores de futebol brasileiros também o ascensorista, o catador de material reciclável, o chapeleiro de senhoras, o garçom e o tratador de porcos.

A mesma pesquisa demonstra dados compatíveis com os do Bom Senso F.C. (2013), no tocante às consequências do calendário de competições na vida profissional dos atletas:

A maioria dos clubes contrata em dezembro, funciona de janeiro a abril, durante campeonatos estaduais, e fecha as portas durante todo o restante da temporada. Se não tem jogo, não entra dinheiro, e aí não tem jeito. Todo mundo vai para a rua se aventurar em outras profissões para botar comida na mesa. A maioria daqueles 16.632 jogadores de futebol que perderam o emprego no decorrer de 2015 tentou encontrar trabalho compatível com seu nível de instrução. Talvez alguns tenham virado serventes de obras, catadores de materiais recicláveis e garçons, profissões que pagam tanto quanto o futebol, mas não têm o mesmo apelo emocional na cabeça do atleta.

Na Sociedade Contemporânea, como já ressaltamos, o trabalho tornou-se um dos aspectos fundamentais da vida social, amparado pelo sistema de produção capitalista que tem visado cada vez mais à maximização de resultados de forma desenfreada. Como a profissão “jogador de futebol” se insere neste contexto é uma questão deveras relevante para o presente estudo.

Há diversas abordagens sobre o tema, conforme apresentamos anteriormente. Algumas destas produções inferem que a carreira esportiva faz parte de uma engrenagem para a ascensão social na qual o indivíduo menos abastado pode galgar degraus mais altos valendo-se dela (BOURDIEU, 1990; MARQUES; SAMULSKI, 2009). Este aspecto deve ser tratado como exceção e não regra, mas, sem dúvidas, faz parte dos motivos que levam garotos e garotas a buscar a carreira de jogador.

Damo (2005), ao aplicar testes em crianças na região metropolitana de Porto Alegre, com o objetivo de mapear as aspirações profissionais dos jovens habitantes da cidade, chegou a interessantes conclusões. Nas escolas particulares, as profissões mais almejadas foram as ligadas a tradicionais entidades de classes como engenheiro, advogado, médico, arquiteto, juiz. A terceira profissão mais almejada pelos garotos mais abastados, no entanto, foi a de jogador de futebol, não por acaso a primeira mais mencionada pelos alunos de escolas públicas.

Para o autor, as escolhas demonstram a influência do futebol no imaginário do jovem brasileiro, fator que os faz almejar a profissão. Entendemos que a midiática do esporte é determinante para a aspiração dos jovens na carreira de futebolista. Ao analisar os dados apresentados por Damo (2005), parece-nos que a ascensão social é fator menos determinante na escolha da carreira de jogador, ao menos nas escolas particulares. Esta parece estar ligada à mitificação dos jogadores contemporâneos, em virtude da superexposição de sua imagem, o que contribui também para a escolha nas escolas cujos alunos pertencem às classes mais humildes.

Independentemente da motivação ou aspirações profissionais dos jovens brasileiros, fica a certeza de que o futebol permeia e permeará as vidas de todos, sem distinção de classe social, gênero ou raça, em razão de sua presença maciça nas transmissões televisivas e no gosto do brasileiro. Independentemente do destino que terão, se conseguirão jogar em alto nível ou se apenas “atletas de final de semana”, o futebol estará presente em suas vidas e pode influenciar tanto na escolha profissional quanto na formação educacional do indivíduo. Para tanto, é necessário que o futebol brasileiro sofra profundas reformas em seu funcionamento, de modo a manter-se como manifestação cultural relevante, ao mesmo tempo que se entenda como produto da Indústria Cultural. Desta forma, sem negar seu papel na Sociedade de Consumo, tampouco seu dever lúdico, o futebol brasileiro poderá voltar aos tempos de conquistas em campo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futebol brasileiro se apresenta como uma das mais relevantes manifestações culturais brasileiras. Compreender o seu funcionamento, por meio dos processos de profissionalização se faz importante em um momento de grave crise institucional do esporte, em especial após a realização da Copa do Mundo em território nacional, que escancarou os problemas técnicos da seleção brasileira e colocou em xeque o modelo de administração da Confederação Brasileira de Futebol. Percebemos, ao longo do trabalho, que a gênese do profissionalismo do futebol brasileiro se deu em grande parte pela pressão de setores da imprensa especializada, o que em partes explica a relação de interdependência entre os dois segmentos. É inegável a importância do futebol para a mídia brasileira, seja como atração na grade de programação, seja como veículo de comunicação para os anunciantes. É inegável também a dependência dos clubes brasileiros do dinheiro da televisão e dos anunciantes, sem os quais o futebol profissional brasileiro seria inviável economicamente. Tal dependência é causada pela gestão pouco efetiva dos recursos dos clubes e federações, bem como em razão dos desvios que ocorrem historicamente, tendo os clubes como vítimas maiores. Entendemos que o problema do futebol brasileiro não é falta de dinheiro e sim da gestão racional do dinheiro que possui. A partir dos anos 1980, a receita dos clubes só fez crescer. A partir dos anos 2000, com a popularização da televisão a cabo, os direitos de transmissão aumentaram vertiginosamente (COELHO, 2003). Os clubes brasileiros passaram a gastar o seu dinheiro sem a preocupação na manutenção das entidades futebolísticas. A impunidade dos dirigentes é também um dos fatos causadores do atraso do futebol brasileiro. É importante que sejam implementados mecanismos de controle eficaz contra os desmandos dos cartolas dos clubes brasileiros.

Ao analisar a evolução profissional do futebol brasileiro foi possível compreender que o funcionamento da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e suas relações com as federações estaduais é um dos, senão o maior, problema do esporte. O mecanismo de votação da entidade permite a troca de favores entre dirigentes, com o objetivo de perpetuação dos seus governantes. Há, ainda, um profundo caminho a ser percorrido até que possamos afirmar categoricamente que o futebol brasileiro é profissional. A transformação das organizações ligadas ao futebol

em organizações empresariais nos parece ser o caminho mais viável e desejável para favorecer a transparência e governança de tais instituições.

É preciso, no entanto que os variados segmentos ligados ao esporte, tais como anunciantes, conglomerados da comunicação, torcedores e, sobretudo, os profissionais ligados à prática, reivindiquem esta mudança sem a qual o futebol brasileiro jamais atingirá seu ápice.

Percebemos, com base nas reivindicações propostas pelo movimento Bom Senso F.C., que o calendário do futebol brasileiro é um dos fatores mais contundentes em relação às causas do adoecimento dos atletas em atividade, por exigir demais dos mesmos, em especial nos grandes clubes, conforme demonstra Capelo (2016). Há, também, a interpretação, da qual partilhamos, de que o calendário promove a superexposição dos atletas de elite em detrimento dos pequenos clubes que muitas vezes não têm competições para jogar. Entendemos que, mais uma vez, se faz necessária uma reorganização da estrutura de poder das federações em relação aos clubes.

É imperativo que o modo como se relacionam clubes e federações no Brasil seja alterado. As entidades representativas dos clubes não podem lhes ser concorrentes em patrocínios, caso dos grandes clubes; tampouco lhes sugar recursos financeiros, caso dos pequenos clubes que agonizam (BOM SENSO F.C., 2013; CAPELO, 2016).

O futebol, por envolver diversas análises subjetivas, está sujeito ao olhar pessoal do pesquisador, que pode incorrer na armadilha de utilizar o material para reproduzir conceitos já formados pelo mesmo, não se atendo aos dados e perdendo, assim, sua capacidade crítica, indispensável para o bom desenvolvimento do estudo. Para evitar tais armadilhas, optamos por delimitar a análise ao futebol e suas relações com a Sociedade de Consumo. Desta forma, preferimos não analisar um clube ou jogador em especial, de modo a evitar eventuais deslizos no sentido de reproduzir quaisquer preconceitos.

Analisar a sociedade pelo esporte nos apresentou diversas questões que permitiram contribuir para uma evolução da gestão das organizações esportivas brasileiras. No tocante ao trabalhador – o jogador de futebol – entendemos que o presente trabalho pode contribuir para melhorar as condições de trabalho daqueles que fazem o espetáculo e que, frequentemente, são os mais prejudicados pela má gestão.

Esperamos que este trabalho contribua, também, para novas maneiras de inserir o esporte na educação, a fim de integrar o esporte, com seu dever lúdico, às práticas esportivas profissionais, otimizando a descoberta e lapidação dos novos talentos e promovendo a prática esportiva de maneira mais racional.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. Tradução de Alfredo Bossi. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- AGRESTA, M. C.; BRANDÃO, M. R. F.; BARROS NETO, T. L. Causas e consequências físicas e emocionais do término da carreira esportiva. **Revista Brasileira de Medicina do Esporte**, São Paulo, v. 14, n. 6, p. 504-508, dez. 2008.
- ALVITO, M. **A Rainha de chuteiras**: um ano de futebol na Inglaterra. Rio de Janeiro: Apicuri, 2014.
- AZOUBEL NETO, D. A. **O futebol como linguagem**: da mitologia à psicanálise. Ribeirão Preto: FUNPEC, 2010.
- BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- _____. **Tempos líquidos**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- BAYCE, R. Cultura, identidades, subjetividades y stereotipos: preguntas generales y apuntes específicos em el caso del fútbol uruguayo. In. ALABARCES, P. (Org.). **Futbologías**: Fútbol, identidade y violência em América Latina. Buenos Aires: CLACSO, 2003. p. 163-180.
- BECKER, L. **Do fundo do baú**: pioneirismos no futebol brasileiro. 2. ed. Itapevi, São Paulo: Campeões do Futebol, 2012.
- BENDASSOLI, P. F. **Os fetiches da gestão**. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2009. (Coleção Management, 6).
- BENINI, P. A. C. **O jogo da minha vida**: histórias e reflexões de um atleta. São Paulo: Leya, 2012.
- BITTENCOURT, F. G. A Ciência, o olhar e o se-movimentar: uma fenomenologia do Futebol – ou de como o CAP encontra talentos. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 22, n. 34, p. 186-207, jun. 2010.
- BOM SENSO F. C. 2013. Disponível em: <<http://www.bomsensofc.org.br/>>. Acesso em: 06 out. 2013.
- BOURDIEU, P. Programa para Sociologia do Esporte. In. _____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990. p. 136-153.
- CALDAS, W. **Pontapé inicial**: memórias do futebol brasileiro 1894-1933. São Paulo: IBRASA, 1990.
- CAPELO, F. **Blog Época Esporte Clube**. Rio de Janeiro. Semanal. Disponível em: <<http://www.rodrigocapelo.com/>>. Acesso em: 15 mar 2016.

CARVALHO, C. A. Psicologia e esporte: um olhar fenomenológico para um encontro marcado pela modernidade. **Revista da Abordagem Gestáltica**, Goiânia, v. 15, n. 2, p. 149-156, dez. 2009.

CASAGRANDE JUNIOR, W.; RIBEIRO, G. **Casagrande e seus demônios**. São Paulo: Globo, 2013.

CASTRO, L. **Memórias do chumbo**: o futebol nos tempos do Condor. Disponível em: <<http://www.espn.com.br/blogs/lucio-de-castro>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

CASTRO, R. **Estrela Solitária**: um brasileiro chamado Garrincha. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CHÁVARE, Júnior. Júnior Chávare, coordenador da base do Grêmio. [20 set. 2013]. Entrevistador: G. Yoshida. **Universidade do Futebol**, Jundiaí, SP, set. 2013.

COELHO, P. V. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

CORREIA, C. A. J. As vozes do gramado: relato de ex-atletas sobre a formação do Sindicato de Futebolistas Profissionais do Rio de Janeiro (1971-1982). **Esporte e Sociedade**, Niterói, v. 5, n. 15, p. 1-20, jul./out. 2010.

DAMATTA, R. et al. **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAMATTA, R. **Vingadores Sociais**. 2011. Disponível em: <<http://rogerbam.wordpress.com/2011/02/23/vingadores-sociais-por-roberto-damatta/>>. Acesso em: 1º nov. 2014.

DAMO, A. S. **Do dom à profissão**: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação dos jogadores no Brasil e na França. 2005. 435 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

DATAFOLHA. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/>>. Acesso em: 13 mar. 2016.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2010.

ELIAS, N. Estudos sobre a gênese da profissão naval: cavalheiros e tarpaulins. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 89-116, abr. 2001.

ENRIQUEZ, E. **Jogos de poder na empresa**: sobre os processos de poder e estrutura organizacional. Tradução de Eunice Dutra Galery et al. São Paulo: Zagodoni, 2014.

FAUSTO, B. De alma lavada e coração pulsante. **Revista de História**, São Paulo, n. 163, p. 139-148, jul./dez. 2010.

FREYRE, G. **Casa-grande e senzala**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

GALEANO, E. **Futebol ao sol e à sombra**. Tradução de Eric Nepomuceno; Maria do Carmo Brito. São Paulo: L&PM, 1995.

GAMA, W. **Aspectos socioculturais do futebolista**: o caso do Estado de São Paulo. 1995. 150 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIULIANOTTI, R. **Entrevista**. Parte I. Disponível em: <<http://www.ludopedio.com.br/rc/index.php/entrevistas/artigo/1606>>. Acesso em: 18 nov. 2013a.

_____. **Entrevista**. Parte II. Disponível em: <<http://www.ludopedio.com.br/rc/index.php/entrevistas/artigo/1626>>. Acesso em: 18 nov. 2013b.

_____. Fanáticos, seguidores, fãs e flâneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. **Recorde: Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 25-46, jun. 2012.

_____. **Sociologia do futebol**. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

HELAL, R. Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 11-37, mar. 2011.

_____. Mídia, ídolos e heróis do futebol. **Resumos em Educação Física, Esportes e Lazer**, v. 1, n. 3, 2005. Disponível em: <<http://cev.org.br/biblioteca/midia-idolos-herois-futebol/>>. Acesso em: 1º nov. 2014.

HELAL, R.; GORDON JUNIOR, C. Sociologia, história e romance na construção da identidade nacional através do futebol. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 23, p. 147-165, 1999.

HOBBSBAWM, E. J. **A era dos Extremos**: o breve século XX: 1914-1991. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 169-214.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 1991.

KUNZ, E. Esporte: uma abordagem com a fenomenologia. **Movimento**, Porto Alegre, v. 6, n. 12, p. 1-13, 2000.

LAGE, M. V. C.; MEDEIROS, R. P. Aspectos sociológicos da profissionalização do futebol em Belo Horizonte nas décadas de 1920 e 1930. **Esporte e Sociedade**, Niterói, v. 9, n. 23, p. 1-14, mar. 2014.

LASCH, C. **A cultura do narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LIMA, T. **Alcance educativo da competição**. Lisboa: Direção Geral dos Desportos, Ministério da Educação e Cultura, 1987. (Col. Desporto e Sociedade).

MARQUES, M. P.; SAMULSKI, D. M. Análise da carreira esportiva de jovens atletas de futebol na transição da fase amadora para a fase profissional: escolaridade, iniciação, contexto sócio familiar e planejamento da carreira. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 23, n. 2, p. 103-119, abr./jun. 2009.

McINTOSH, P.C. **Sports in Society**. Londres: West London Press, 1987.

MENINO que comoveu a internet irá conhecer ídolo Messi, diz Federação Afegã. **ESPN**, 31 jan. 2016. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/574390_menino-que-comoveu-a-internet-ira-conhecer-idolo-messi-diz-federacao-afega>. Acesso em: 2 fev. 2016.

MONTES, L. P. Tite estranha Pacaembu vazio e diz que demorou 15 minutos para ficar à vontade. **UOL – Esporte**, 28. fev. 2013. Disponível em: <<http://m.esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/libertadores/repercussao/2013/02/28/tite-estranha-pacaembu-vazio-e-diz-que-demorou-15-minutos-para-ficar-a-vontade.htm>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

NATEL, H. O pacto Pelé. **Football Classics**, 16 mar. 2011. Disponível em: <<http://footclassics.blogspot.com/2011/03/o-pacto-pele.html>>. Acesso em: 1º fev. 2013.

NÚMERO de academias aumenta 133% em 5 anos; veja dicas para montar negócio. **UOL - Economia**, 14 jan. 2014. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2014/01/14/numero-de-academias-aumenta-133-em-cinco-anos.htm#fotoNav=1>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

PLURI CONSULTORIA. **As 30 maiores equipes de futebol do mundo, por faturamento**. 2013. Disponível em: <<http://www.pluriconsultoria.com.br/index.php>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

POR QUE, nos Estados Unidos, o futebol é chamado de soccer? **Mundo Estranho**. Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/por-que-nos-estados-unidos-o-futebol-e-chamado-de-soccer>>. Acesso em: 13 fev. 2016

PRONI, M. W. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. 1998. 275 f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

RAMIRES, T. Indústria cultural e espetáculo: os contrastes teóricos entre a Escola de Frankfurt e os estudos sociais contemporâneos. **Anagrama: Revista Científica Multidisciplinar da Graduação**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 1-17, 2010.

RIGUEIRA, A. V. **Futebol: ideologia do poder**. Petrópolis: Vozes, 1987.

RODRIGUES FILHO, M. **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. (Reimpressão da edição de 1947).

RODRIGUES, F. X. F. **A formação do jogador de futebol no Sport Club Internacional (1997-2001): um estudo de caso**. 2001. Monografia (Projeto de Pesquisa em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

RUBIO, K. **O imaginário esportivo contemporâneo: o atleta e o mito do herói**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SANTOS, M. A. G. N.; NISTA-PICCOLO, V. L. O esporte e o ensino médio: a visão dos professores de educação física da rede pública. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 65-78, jan. / mar. 2011.

SARMENTO, C. E. **A regra do jogo: uma história institucional da CBF**. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 2006.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, E. J. **A seleção brasileira de futebol nos jogos da Copa do Mundo entre 1930 e 1958: o esporte como um dos símbolos da identidade nacional**. 2004. 303 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2004.

SILVA, G. E. **Relações de trabalho dos jogadores profissionais de poker: um estudo à luz da psicossociologia**. 2015. 244 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2015.

SIMMEL, G. As cidades e a vida do espírito. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 577-597, 1998.

STEIN, L. Há 20 anos, a última final de Zico como jogador. **Trivela**, 16 jan. 2014. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/ha-20-anos-ultima-final-de-zico-como-jogador/>>. Acesso em: 6 out. 2015.

TUBINO, M. J. G. **Dimensões sociais do esporte**. São Paulo: Cortez, 2011.

VALENTE, R.; BIANCHINI, V. De jantar com CR7 ao abandono no Real Madrid e desemprego: ex-joia recomeça no Brasil. **ESPN**, 18 mar. 2016. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/584141_de-jantar-com-cr7-ao-abandono-no-real-madrid-e-desemprego-ex-joia-recomeca-no-brasil>. Acesso em: 19 mar. 2016.

WISNIK, J. M. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ZUPAK, G. Dono do Orlando City diz que marketing e liderança justificam Kaká na seleção. **ESPN**, 10 mar. 2016. Disponível em:
<http://espn.uol.com.br/post/584008_dono-do-orlando-city-diz-que-marketing-e-lideranca-justificam-kaka-na-selecao>. Acesso em: 10 mar. 2016.

PERIÓDICOS

FOLHA DE S. PAULO. São Paulo: Empresa Folha da Manhã, 1992-2016. (Diário).

O ESTADO DE S. PAULO. São Paulo: Grupo Estado, 2012-2016. (Diário).

REVISTA FORBES. Nova Iorque: Forbes Inc., 2010-2012. (Quinzenal).