



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ANDRÉIA REIS FONTES

O FUTEBOL NA FORMA MERCADORIA: ESPACIALIDADE E
DESIGUALDADE EM CAMPO

SÃO CRISTÓVÃO/SE

2024

ANDRÉIA REIS FONTES

**O FUTEBOL NA FORMA MERCADORIA: ESPACIALIDADE E
DESIGUALDADE EM CAMPO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do Título de Doutorado em Geografia.

Orientadora: Dra. Josefa de Lisboa Santos

SÃO CRISTÓVÃO/SE

2024

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

Fontes, Andréia Reis

F683f O futebol na forma mercadoria: espacialidade e desigualdade
em campo / Andréia Reis Fontes; orientadora Josefa de Lisboa
Santos. – São Cristóvão, SE, 2024.

219 f.: il.

Tese (doutorado em Geografia) – Universidade Federal de
Sergipe, 2024.

MEMBROS DA BANCA:

Presidente - 3299294 - JOSEFA DE LISBOA SANTOS

JOSE ELOIZIO DA COSTA

Interno ao Programa

JOSÉ HUNALDO LIMA – PPGCN-UFS

Externo ao Programa

HAMILCAR SILVEIRA DANTAS JUNIOR - PPGED-UFS

Externo ao Programa

CELSO DONIZETE LOCATEL - UFRN

Externo à Instituição

Dedico este trabalho aos amantes do fenômeno futebol, – especialmente às “intrusas” que adentram este espaço – e aos jogadores das séries C e D, realidade que foge da ideologia de sucesso construída e replicada na sociedade.

AGRADECIMENTOS

O doutorado é um percurso diferente de tudo. É solitário, independente, surpreendente, desesperador. É continuidade e desistência, é aflição e resiliência. Embora a trajetória, por vezes pareça ser desértica, gratidão a Deus, autor da vida, por ser meu oásis. A Ti Senhor, minha eterna gratidão!

Agradeço a quem torceu por mim – familiares, amigos, colegas de trabalho, alunos. Aos que me motivam a cada dia a ir em busca dos meus sonhos: Mainha (*in memoriam*), Dinda, Painho, Vó, Cáqui...

À Josefa, minha orientadora, OBRIGADA por ter dito sim a uma temática tão desafiadora e nova. Por me permitir estudar o que eu mais amo na vida. E, principalmente, pelo ser humano ímpar que você é – acolhedora, bondosa e valente.

À Wanubya, minha amiga e fiel escudeira. Sem você eu não sei como teria sido. Aliás, sei! Obrigada por me escutar e por compartilhar de viagens e lamentações. Fomos parceria em meio à glória e aos martírios. Você foi luz quando eu tanto necessitei.

Seria injusto não dizer OBRIGADA, individualmente, às pessoas que, em determinado momento dessa etapa, me disseram que daria certo: Dani, por segurar a onda em tudo e mandar eu terminar a tese; Taynnah, por dizer: – “Ainda com isso?” Sempre me lembrando que eu tinha que correr contra o tempo; Sandra, pelas cobranças rotineiras pela conclusão; tia Geilza e Luiz, que além de lembrarem que ia dar certo, já me abençoaram com palavras de incentivo; Geizinha, por reforçar a todo instante que é preciso ter coragem; tia Maria Alice, por só transmitir positividade; Mari, Delmira e Paulinha, por torcerem verdadeiramente pela conclusão dessa fase; aos meus amigos Léla, Flor e Marcelinho, por serem descontração em meio aos momentos de desespero.

Um agradecimento especial à banca de qualificação, pelas dicas e orientações. Professor Sérgio Dorenski, Eloizio Costa e Hinaldo Lima. Gratidão pela contribuição e disponibilidade de ajuda sempre que precisei.

À Capes, pela concessão da bolsa, essencial no desenvolvimento da pesquisa.

Aos clubes – Confiança e Sergipe –, por me deixarem conhecer um pouco de suas rotinas. Aos jogadores, diretores, lojistas e assessores de comunicação, que me concederam entrevistas com valiosas respostas.

A quem “ENTROU EM CAMPO” comigo, obrigada! Esse “TÍTULO” é nosso!

“Contrariamente à ideia bastante difundida, o futebol não se situa à margem dos grandes problemas da sociedade, não constitui um espaço reservado. Pelo contrário, em torno dele estão presentes interesses econômicos consideráveis, em que se confrontam ideologias e em que se manifesta a política nacional e internacional. O futebol é um espelho dos problemas do nosso tempo” (Witter, 1995, p. 5).

“Nenhuma outra forma de cultura popular engendra uma paixão ampla e participativa entre seus adeptos como a que se tem pelo futebol” (Giulianotti, 2010, p. 7).

“[...] num domingo normal, qualquer um pode morrer de emoção enquanto se celebra a missa da bola” (Galeano, 1995, p. 135).

RESUMO

O esporte de maior alcance mundial e paixão dos brasileiros incorpora os preceitos capitalistas a partir do momento em que parte da brincadeira e do amadorismo para movimentar a indústria do consumo e do espetáculo, geradora de lucros. Neste sentido, a pesquisa teve como objetivo geral compreender o fenômeno futebol enquanto mercadoria (re)produzida e ampliada pelo capital sob a ótica de uma espacialização que reflete as diferenças regionais, dando ênfase à realidade sergipana. Além disso, buscou contextualizar e historicizar a prática futebolística como mercadoria no tempo e no espaço nas diferentes escalas; debater a natureza política das instituições, conglomerados e agentes que movimentam o universo do futebol; caracterizar a realidade estrutural e econômica dos principais clubes de futebol, inclusive do estado de Sergipe; e por fim, investigar as questões que envolvem a mobilidade, as relações interpessoais e profissionais do jogador de futebol sergipano. A hipótese da qual se partiu para o presente estudo era a de que o futebol, como prática social de forte representação histórica e cultural atravessa o ambiente do entretenimento e aprofunda os preceitos capitalistas na medida em que se transforma em mercadoria e em negócio altamente vantajoso, refletido uma espacialização regional vinculada à condição econômica que tem efeito direto sobre o poder financeiro dos clubes e as condições socioeconômicas dos jogadores. Deu-se ênfase na dinâmica do universo futebolístico, considerando as inter-relações entre todos os seus aspectos. Para isso, considerou-se a coleta de dados em órgãos institucionais, a aplicação de entrevistas (atletas, dirigentes e lojistas), interlocuções e visitas aos principais times sergipanos. Os resultados apontaram a influência direta do aspecto econômico regional no modo como o futebol se reproduz no território. No âmbito sergipano foi possível identificar sua condição periférica em relação ao Brasil e, inclusive, ao Nordeste. Os clubes locais apresentam problemas estruturais e financeiros, repercutindo diretamente na sua condição de representatividade atual. O jogador, peça-chave do processo, enfrenta um calendário esvaziado, resultando em profissionais empregados temporariamente, ainda que muitos se constituam enquanto o pilar econômico da família. Contudo, os meses sem ocupação laboral tendem a representar incertezas, informalidade e busca pela sobrevivência financeira até o ano seguinte, recarregando a esperança de um novo contrato. Esta realidade é antagônica à perspectiva de sucesso, revestido da figura do herói ou do ídolo, muitas vezes criado e alimentado pela mídia para enfatizar carreiras bem-sucedidas.

Palavras-chave: Espacialização. Futebol sergipano. Jogador de futebol.

ABSTRACT

The sport with the greatest global reach and passion of Brazilians incorporates capitalist precepts from the moment it starts from fun and amateurism to drive the consumer and spectacle industry, which generates profits. In this sense, the research had the general objective of understanding the football phenomenon as a commodity (re)produced and expanded by capital from the perspective of a spatialization that reflects regional differences, emphasizing the reality of Sergipe. Furthermore, it sought to contextualize and historicize football practice as a commodity in time and space at different scales; debate the political nature of institutions, conglomerates and agents that move the world of football; characterize the structural and economic reality of the main football clubs, including those in the state of Sergipe; and finally, investigate issues involving the mobility, interpersonal and professional relationships of football players from Sergipe. The hypothesis behind this study was that football, as a social practice with strong historical and cultural representation, crosses the entertainment environment and deepens capitalist prices to the extent that it becomes merchandise and a highly advantageous business, reflecting a regional spatialization linked to the economic condition that has a direct effect on the clubs' financial power and socioeconomic conditions of the players. Emphasis was placed on the dynamics of the football universe, considering the interrelationships between all its aspects. To this end, data collection from institutional bodies, interviews (with athletes, managers and store owners), discussions and visits to the main teams from Sergipe were considered. The results indicated the direct influence of the regional economic aspect on the way football is reproduced in the territory. In the context of Sergipe, it was possible to identify its peripheral condition in relation to Brazil and even the Northeast. Local clubs have structural and financial problems, which directly affect their current representative condition. The player, a key player in the process, faces an empty calendar, resulting in professionals being temporarily employed, even though many of them are the economic pillar of the family. However, the months without work tend to represent uncertainty, informality and the search for financial survival until the following year, recharging the hope of a new contract. This reality is antagonistic to the prospect of success, covered by the figure of the hero or idol, often created and fueled by the media to emphasize successful careers.

Keywords: Spatialization. Sergipe football. Football player.

PRÉ-JOGO...

Antes do jogo começar cabe salientar que toda a minha jornada de vida se dá em torno do futebol. Minha infância foi cercada de familiares que respiravam esse esporte, do rádio à primeira televisão compartilhada em comunidade. Cresci amando a modalidade e, desde sempre, sendo a única menina do “baba”, no meio dos meninos. Junto à minha habilidade (modéstia à parte), alimentei o sonho de ser jogadora profissional até a maioridade (quando percebi que não tinha onde fazer testes e que meu sonho ficava cada vez mais distante), embora tenha jogado competições local, regional e nacional pelo Instituto Federal de Sergipe (IFS). O sonho então precisou ser transferido para o jornalismo esportivo, no curso de Comunicação só tenho olhos para a possibilidade de ser uma comunicadora social do esporte¹. Nesse âmbito, tenho por objetivo ser comentarista de futebol pioneira no estado de Sergipe. Sob olhares tortuosos e desconfiados, me aventuro em participações em rádios web’s e comerciais (sempre de forma voluntária, embora meus colegas homens obtenham remuneração para fazer a mesma função que eu). Esse é o meu itinerário de 2013 até hoje. O meu percurso de vida me deixou menos sonhadora e mais realista/pessimista. Eis que encontro no doutorado a chance de conciliar os meus dois grandes amores: o futebol e a Geografia. E assim trago essa análise do futebol a partir de uma perspectiva geográfica, uma viagem que não representa somente páginas escritas ou a busca por uma titulação, traduz a vida de pessoas que, como eu, torcem, sorriem, se emocionam, se exaltam, ao tempo que se indignam com as relações que produzem o futebol.

¹ Tendo como principais referências femininas no meio esportivo as comentaristas Ana Thaís Matos, Juliana Cabral e Renata Mendonça.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Times sergipanos ranqueados na CBF – 2020-2023	25
Figura 2 - Centro de treinamento do Confiança	28
Figura 3 - Centro de treinamento do Sergipe	28
Figura 4 - Campo society Taticão em Lagarto-SE	50
Figura 5 - Espaço Arena em Lagarto-SE	50
Figura 6 - Neo Química Arena, localizada no bairro de Itaquera-SP	51
Figura 7 - Selo de identificação em produto licenciado oficial do Flamengo.....	54
Figura 8 - Antigo escudo do clube.....	58
Figura 9 - Novo escudo do clube pós-SAF	58
Figura 10 - Loja Poderoso Timão no shopping Metrô Itaquera, em São Paulo	62
Figura 11 - Loja oficial do Flamengo no Aeroporto Internacional de Guarulhos.....	62
Figura 12 - Loja oficial do Flamengo na Avenida Paulista, em São Paulo	63
Figura 13 - Loja oficial do Santos, em Santos-SP.....	63
Figura 14 - Produtos à venda na loja Santos Store	64
Figura 15 - Vista lateral do Estádio Proletário Sabino Ribeiro	133
Figura 16 - Campo principal de treinamento preparado para o pré-treino.....	133
Figura 17 - Vista parcial do CT	134
Figura 18 - Área de estacionamento no CT.....	134
Figura 19 - Espaço voltado ao fortalecimento muscular.....	135
Figura 20 - Pavimento e vista superior do centro-administrativo	135
Figura 21 - Espaço de funcionamento da parte administrativa	136
Figura 22 - Vestiário do clube	136
Figura 23 - Sala de fisioterapia.....	137
Figura 24 - Sala de academia	137
Figura 25 - Sala de imprensa.....	138
Figura 26 - Patrocinadores da equipe estampados na sala de imprensa	138
Figura 27 - Site oficial do Confiança.....	139
Figura 28 - Marcas parceiras e investidoras do clube.....	141
Figura 29 - Planos do programa sócio-torcedor	141
Figura 30 - Venda de camisas oficiais do Confiança.....	142
Figura 31 - Loja oficial do “Dragão”, no bairro Getúlio Vargas.....	142
Figura 32 - Produtos à venda na loja oficial.....	143
Figura 33 - Vista lateral do Estádio João Hora.....	146
Figura 34 - Campo principal de treinamento.....	146
Figura 35 - Espaço de funcionamento da academia	147
Figura 36 - Setor de estacionamento.....	147
Figura 37 - Sala da presidência.....	148
Figura 38 - Espaço voltado ao setor administrativo	148
Figura 39 - Cozinha do clube	149
Figura 40 - Salão para reuniões ampliadas.....	149
Figura 41 - Espaço de lazer e condicionamento físico	150

Figura 42 - Ambiente de socialização dos profissionais.....	150
Figura 43 - Site oficial do Sergipe	152
Figura 44 - Planos do programa sócio-torcedor	152
Figura 45 - Loja “Sergipe Mania” no bairro Siqueira Campos	154
Figura 46 - Produtos do clube licenciados à venda	154
Figura 47 - Atletas durante aquecimento pré-treino	171
Figura 48 - Equipe esportiva da Rádio Aperipê	192
Figura 49 - Equipe da Rádio Jornal	193
Figura 50 - Representação da profissão para a vida	200

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Continentes-sede da Copa do Mundo – 1930-2022	79
Gráfico 2 - Continentes campeões da Copa do Mundo – 1930-2022	81
Gráfico 3 - Receita das cinco grandes ligas europeias – 2019/2020 (€B).....	100
Gráfico 4 - Receitas de outras ligas europeias – 2019/2020 (€M).....	102
Gráfico 5 - Títulos do Campeonato Brasileiro por região – 1959/2002	116
Gráfico 6 - Títulos do Campeonato Brasileiro por estado – 1959-2002	117
Gráfico 7 - Títulos do Campeonato Brasileiro por região – 1959-2024	119
Gráfico 8 - Títulos do Campeonato Brasileiro por estado – 1959-2024	120
Gráfico 9 - Nível de escolaridade dos atletas	158
Gráfico 10 - Leva familiares ao realizar um fluxo migratório	163
Gráfico 11 - Contribuição da carreira na melhoria da qualidade de vida familiar	165
Gráfico 12 - Futebol causou infelicidade à vida familiar	168
Gráfico 13 - Problemas psicológicos decorrentes da profissão	175
Gráfico 14 - Renúncia a emprego por causa do futebol.....	177
Gráfico 15 - Profissão paralela ao futebol.....	178
Gráfico 16 - Remuneração mensal.....	181
Gráfico 17 - Remuneração mensal compensadora.....	182
Gráfico 18 - Partidas extras como forma de complementação da renda.....	184
Gráfico 19 - Estabilidade financeira	185
Gráfico 20 - Patrimônio alcançado durante a carreira profissional	186
Gráfico 21 - Presença de assessoria de comunicação	194
Gráfico 22 - Alcance dos objetivos profissionais	195
Gráfico 23 - Desejo de continuar trabalhando na área do futebol	198
Gráfico 24 - Felicidade em relação à profissão	199

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Levantamento de dissertações e teses atreladas ao objeto de estudo	23
Quadro 2 - Jogadores e/ou ex-jogadores brasileiros com atuação por outras seleções	73
Quadro 3 - Sedes, campeões e vice-campeões das Copas do Mundo – 1930-2022.....	82
Quadro 4 - Grupo de clubes na divisão das receitas da TV	86
Quadro 5 - Transmissões das principais competições do futebol brasileiro em 2021-2022...	96
Quadro 6 - Transmissões das principais competições europeias na temporada 2021/2022 ...	97
Quadro 7 - Transmissões das principais competições do futebol brasileiro em 2023-2024...	98
Quadro 8 - Transmissões das principais competições europeias na temporada 2023/2024 ...	98
Quadro 9 - Vencedores do Campeonato Inglês – 2006/2007-2023/2024.....	104
Quadro 10 - Vencedores do Campeonato Alemão – 2006/2007-2023/2024.....	105
Quadro 11 - Vencedores do Campeonato Espanhol – 2006/2007-2023/2024.....	105
Quadro 12 - Vencedores do Campeonato Italiano – 2006/2007-2023/2024	106
Quadro 13 - Vencedores do Campeonato Francês – 2006/2007-2023/2024	107
Quadro 14 - Clubes participantes do Brasileirão por região – 2022	110
Quadro 15 - Clubes campeões do Campeonato Brasileiro – 1959-2002.....	115
Quadro 16 - Clubes campeões e vice-campeões do Campeonato Brasileiro – 2003-2024 ..	119
Quadro 17 - Campeões e vice-campeões da Copa do Brasil – 1989-2024.....	122
Quadro 18 - Clubes nordestinos vencedores de competições nacionais.....	128
Quadro 19 - Participação dos clubes sergipanos na Série A – 1971/2024	129
Quadro 20 - Campeões da Copa do Nordeste – 1994/2024.....	130
Quadro 21 - Perfil etário, étnico-racial e escolaridade dos atletas	157
Quadro 22 - Jogadores/ex-jogadores no/com ensino superior	160
Quadro 23 - Fluxos migratórios dos jogadores	161
Quadro 24 - Itinerário profissional dos atletas	162
Quadro 25 - Atletas sergipanos de destaque no mundo da bola.....	187

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACDS	Associação dos Cronistas Desportivos de Sergipe
ACES	Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe
ADC	Associação Desportiva Confiança
AFC	Confederação Asiática de Futebol
AOI	Associação Olímpica de Itabaiana
ASCOM	Assessoria de Comunicação
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CAF	Confederação Africana de Futebol
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBD	Confederação Brasileira de Desportos
CBF	Confederação Brasileira de Futebol
CBN	Central Brasileira de Notícias
CONCACAF	Confederação de Futebol da América do Norte, Central e Caribe
CONMEBOL	Confederação Sul-Americana de Futebol
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
CSS	Club Sportivo Sergipe
CT	Centro de Treinamento
ENCCEJA	Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos
FA	<i>Football Association</i>
FBS	Federação Brasileira de Sports
FIFA	Federação Internacional de Futebol Associado
FOME	Franquia Oficial de Mercadoria Esportiva
FPF	Federação Paulista de Futebol
FSF	Federação Sergipana de Futebol
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFS	Instituto Federal de Sergipe
KBFV	<i>Königlicher Belgischer Fußballverband</i>
MP	Medida Provisória
MSI	<i>Media Sports Investment</i>
MPGO	Ministério Público de Goiás

OFC	Confederação de Futebol da Oceania
ONU	Organização das Nações Unidas
PPGEO	Programa de Pós-Graduação em Geografia
RNC	Ranking Nacional de Clubes
SAF	Sociedade Anônima do Futebol
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
STF	Supremo Tribunal Federal
STJD	Superior Tribunal de Justiça Desportiva
SUDENE	Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TVA	Televisão Abril
UE	União Europeia
UEFA	União das Associações Europeias de Futebol
UFS	Universidade Federal de Sergipe

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Média de público de torcedores ingleses	34
Tabela 2 - Dívidas dos clubes brasileiros da série A - 2023	57
Tabela 3 - As transferências mais caras da história	69
Tabela 4 - As maiores transferências europeias na temporada 2019/2020	70
Tabela 5 - As maiores transferências europeias na temporada 2020/2021	70
Tabela 6 - As maiores transferências europeias na temporada 2021/2022	70
Tabela 7 - Atletas mais valiosos do mundo em 2022	71
Tabela 8 - Exportação de atletas brasileiros	73
Tabela 9 - Associações da FIFA	78
Tabela 10 - Clubes com mais partidas por ano no futebol brasileiro – 2021-2023.....	88
Tabela 11 - Propostas do Bom Senso F.C. para o futebol brasileiro	89
Tabela 12 - Os clubes mais valiosos do mundo em 2022	101
Tabela 13 - Público e uso dos estádios nas grandes ligas europeias – 2019/2020	102
Tabela 14 - Receita média de outras ligas europeias – 2019/2020 (€M).....	103
Tabela 15 - Clubes participantes do Campeonato Brasileiro por regiões – 1971/2002	113
Tabela 16 - Clubes participantes do Campeonato Brasileiro por regiões – 2003-2024.....	118
Tabela 17 - Ranking das maiores torcidas do Brasil – 2019	123
Tabela 18 - Ranking das maiores torcidas do Brasil – 2024	124
Tabela 19 - As maiores receitas do futebol brasileiro – 2019	125
Tabela 20 - As maiores receitas do futebol brasileiro – 2020	125
Tabela 21 - Ranking de sócios dos clubes da série A - Maio/2022	127
Tabela 22 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2020	131
Tabela 23 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2021	131
Tabela 24 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2022	131
Tabela 25 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2023	132
Tabela 26 - Opinião sobre a carreira de atleta	169
Tabela 27 - Rotina de trabalho.....	171
Tabela 28 - Salário dos jogadores do Flamengo-RJ no ano de 2023.....	180
Tabela 29 - Avaliação do futebol sergipano	189
Tabela 30 - Objetivo(s) profissional(is)	196

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	20
2 A PRÁTICA FUTEBOLÍSTICA NO ESPAÇO E NO TEMPO: DE ENTRETENIMENTO A FUTEBOL-MERCADORIA	31
2.1 O futebol na história	31
2.2 No contexto brasileiro: a tríade futebol, identidade nacional e jogo político	36
2.3 Um olhar geográfico sobre a mercantilização do futebol e o sentido do trabalho	44
2.3.1 O marketing e as novas facetas do futebol-mercadoria.....	52
2.3.2 Clube-Empresa/SAF: uma nova tendência na gestão do futebol.....	55
2.3.3 As Franquias Oficiais de Mercadorias Esportivas (FOMES): espaços-mercadorias da reprodução capitalista	60
2.3.4 O “jogador de futebol”, a seletividade e sua transformação em mercadoria.....	66
2.3.5 O episódio Bosman e o controle sobre o trabalho	74
3 O PAPEL DAS ENTIDADES E A DINÂMICA DESIGUAL DO DESENVOLVIMENTO NA REGULAÇÃO E CONTROLE DO FUTEBOL-MERCADORIA.....	77
3.1 A atuação dominadora das entidades.....	77
3.1.1 A espacialização e dominação da FIFA	77
3.1.2 O papel da CBF	82
3.1.3 O Clube dos 13.....	84
3.1.4 O Bom Senso F.C.....	87
3.2 Sistemas de comunicação no Brasil e sua relação com o futebol	91
3.2.1 A mídia no contexto esportivo: o futebol como carro-chefe nas redações do país.....	91
3.2.2 O poder da comunicação no universo futebolístico brasileiro e a produção da hegemonia no esporte	93
3.3 A dinâmica desigual do desenvolvimento na esteira da territorialização do futebol	99
3.3.1 Um pouco da experiência europeia	99
3.3.2 A espacialização do futebol na dinâmica regional brasileira.....	109
4 O FUTEBOL SERGIPANO NO CONTEXTO REGIONAL: TRABALHO, RENDA E PRINCIPAIS DESAFIOS.....	128
4.1 A experiência da Associação Desportiva Confiança (ADC).....	132
4.2 A experiência do Club Sportivo Sergipe (CSS).....	145

4.3 Os sujeitos da pesquisa: perfis, condições socioeconômicas, mobilidade do trabalho e expectativas	156
4.4 As condições de trabalho.....	170
4.5 Trabalho e saúde mental no futebol	174
4.6 A percepção dos jogadores em relação aos salários	179
4.7 Perspectivas do futebol sergipano pelo olhar dos jogadores	187
4.8 A mídia esportiva sergipana e a construção da imagem do futebol e seus sujeitos .	191
4.9 Das perspectivas profissionais dos jogadores	195
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	202
REFERÊNCIAS.....	204
APÊNDICE A - Entrevista (Atletas)	212
APÊNDICE B - Entrevista (Dirigentes/Clubes).....	216
APÊNDICE C - Entrevista (Profissionais das lojas oficiais)	218
APÊNDICE D - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	219
APÊNDICE E - Termo de autorização de acesso	220

1 INTRODUÇÃO

O universo futebolístico envolve, ao mesmo tempo, o entretenimento e os interesses capitalistas mais amplos. O conjunto das relações mais amplas que a atividade promove e a natureza dessas relações foge ao senso comum, se constituem relações invisíveis para os torcedores, às vezes também para os principais sujeitos, os jogadores. A famosa frase “o jogo só acaba quando termina” vale somente para dentro do campo, fora dele, o jogo está longe de acabar. Os meandros da atividade fazem com que esse esporte, em grande medida, vá além da racionalidade dos seus atores e sujeitos imediatos, na sua maioria, envolvidos no sonho das conquistas, ascensão profissional e social.

No espetáculo da bola, a estrutura comporta um palco de dimensões em torno de 105 m de comprimento por 68 m de largura, um piso de grama, 22 candidatos a protagonistas e uma plateia de milhares de pessoas emitindo uma sonografia ensurdecedora. No mundo mágico da bola, até um indivíduo que não se considera apaixonado por futebol pode se encantar ao assistir ao jogo Brasil x Argentina (2x2, Copa América de 2004), Náutico x Grêmio (0x1, Série B de 2005), Santos x Flamengo (4x5, Campeonato Brasileiro de 2011), e/ou Barcelona x Paris Saint-Germain (6x1, Liga dos Campeões de 2017). Todavia, outros motivos marcam as partidas de futebol, os encontros marcados por uma natureza geopolítica, presenciados em diversos embates ao longo da história, tais como Inglaterra x Argentina² (1x2, na Copa do Mundo de 1986) e Irã x Estados Unidos³ (1x0, na Copa do Mundo de 1998). Ou mesmo os encantamentos ou frustrações de um gol marcado nos acréscimos, do drible humilhante, do chute na gaveta, da marcação alta, da ansiedade do clássico, do “frango” do goleiro, da entrega do zagueiro, da expulsão irresponsável, do gol impedido, do empate com gosto de derrota ou de vitória.

Não há como ignorar essa prática socioespacial que é parte da identidade brasileira, presente na nossa cultura, constituindo uma construção social que envolve uma série de agentes, sujeitos e acontecimentos. Como dizem os apaixonados: “nunca será só futebol”. O fenômeno futebol, esporte mais popular do mundo, com bilhões de adeptos, distribuídos em todas as regiões do planeta, se constitui uma manifestação social tomada por sentimentos, interesses econômicos, políticos, expectativas, sucessos e frustrações.

² Rivalidade acirrada pelo conflito geopolítico em torno do controle das Ilhas Malvinas, iniciado no século XX.

³ Contempla tensões e relações diplomáticas estremecidas desde a segunda metade do século XX, estendendo-se até os dias atuais.

Se, para alguns, o esporte pode representar a glória, para outros, pode significar o fracasso. Para este estudo, desvendá-lo é como sentir a energia das arquibancadas, no desabafo do grito entalado de um torcedor, é comunicar que o futebol não é só o jogo, mas um emaranhado de relações que moldam vidas, produz espaço – literalmente –, subordina pessoas, as coisifica, anuncia disputas econômicas e políticas, causa alegria e dor. Neste sentido, a pesquisa teve como objetivo geral compreender o fenômeno futebol enquanto mercadoria (re)produzida e ampliada pelo capital sob a ótica de uma espacialização que reflete as diferenças regionais, dando ênfase à realidade sergipana. Além disso, buscou contextualizar e historicizar a prática futebolística como mercadoria no tempo e no espaço nas diferentes escalas; debater a natureza política das instituições, conglomerados e agentes que movimentam o universo do futebol; caracterizar a realidade estrutural e econômica dos principais clubes de futebol, inclusive do estado de Sergipe; e por fim, investigar as questões que envolvem a mobilidade, as relações interpessoais e profissionais do jogador de futebol sergipano.

A hipótese da qual se partiu para o presente estudo era a de que o futebol, como prática social de forte representação histórica e cultural atravessa o ambiente do entretenimento e aprofunda os preceitos capitalistas na medida em que se transforma em mercadoria, refletindo uma espacialização regional vinculada à condição econômica que tem efeito direto sobre o poder financeiro dos clubes e as condições socioeconômicas dos jogadores.

No âmbito da pesquisa científica, o futebol como objeto de estudo ainda se constitui uma temática discreta, sobre a qual recai certo preconceito acadêmico, como assinala Galeano (2002, p. 36): “Em que o futebol se parece com Deus? Na devoção que desperta em muitos crentes e na desconfiança que provoca em muitos intelectuais”. Apesar disso, sua relevância histórico-cultural e sua condição de instrumento de manifestação social do Brasil, impõe que ele seja investigado na sua complexidade, potencialidades e desdobramentos da atividade esportiva, que ao mesmo tempo gera riqueza concentrada, desigualdade de condições para o seu desenvolvimento e renda e entretenimento.

O intuito é contribuir no ambiente das ciências humanas, na produção do conhecimento sobre o futebol como um fenômeno social, corroborando no fomento de novas pesquisas neste campo. Lançar sementes de possibilidades de ampliação de estudos sobre o futebol, ainda pouco explorado pela ciência geográfica e, mais precisamente, junto ao

Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO), que tanto tem contribuído para a produção científica brasileira.

Parte-se da ideia de futebol mercadoria, já explorada por autores conhecidos como Paulo Miranda Favero, Franklin Foer, Edson Hirata, Francisco Paulo de Melo Neto, Marcelo Proni, entre outros. Na nossa análise, a mercadoria é analisada na perspectiva marxista como conceito fundamental da teoria econômica que é definida pelo seu duplo caráter de valor de uso e valor de troca, mas que o segundo se sobrepõe à natureza do entretenimento que está no fundamento do futebol. Entre os desdobramentos dessa transformação, o trabalho, como categoria, condição ontológica humana, ganha centralidade, sob a expansão das relações capitalistas de produção no futebol, ou seja, sua relação com o capital é travestida de interesses econômicos das corporações que controlam o futebol nas suas diferentes escalas. Em grande medida, o trabalho torna-se alienado, quando os sujeitos produtores do espetáculo futebol perdem o controle sobre seu tempo de trabalho e da sua própria força de trabalho, que passa a ser propriedade dos times, dos patrocinadores-corporações.

Por sua vez, a leitura da espacialização do futebol, a forma como ele vai se materializando no espaço social produzido pelo trabalho de inúmeros sujeitos, mas cujas determinações alinham-se a relações mais amplas, sobretudo porque o futebol é mundial, assim como o capital que o promove, perpassa toda a construção da tese. Essa espacialização parte da compreensão de que o espaço geográfico é produção social e histórica como em Henri Lefebvre, Ana Fani Alessandri Carlos, David Harvey, entre outros, que o analisam por meio do trabalho. O trabalho social é o produtor do espaço geográfico, portanto categoria central para se compreender os processos espaciais. A compreensão das categorias espaço e espacialização aparece implícita na trajetória da tese. A espacialização como processo que materializa o esporte em diferentes escalas espaciais e no tempo permeado de relações, interesses e desejos. O conjunto dos textos lidos foram essenciais para subsidiar o olhar da pesquisadora para o mundo do futebol e construíram a tese que ora apresentamos. Na concepção de Ruiz (2002), compõe um acervo de produções escritas que objetiva divulgar, analisar e basilar toda literatura original de uma fonte ou de um tema específico. Toda situação de pesquisa, independente do seu campo científico, antecede à obrigatoriedade de uma pesquisa bibliográfica sólida e que justifique os próprios objetivos de estudo, visando contribuir para a construção do mesmo, além de fundamentar campos teóricos necessários ao entendimento dos componentes de pesquisa (Gil, 2002; Barros e Lehfeld, 1990).

A completa revisão de literatura deu ênfase a duas vertentes que fundamentaram a pesquisa: futebol e reprodução do capital. Os dados organizaram-se a partir do levantamento de estudos no banco de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) – Catálogos de Teses e Dissertações; na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD); no banco de dados da Universidade Federal de Sergipe (UFS); e diretamente no PPGEU/UFS. Nos mecanismos de busca, os descritores utilizados compreenderam “Futebol e Capitalismo”, possibilitando encontrar 1.276.190 resultados; “Futebol e Mercadoria”, com 1.276.183 resultados; e “Futebol Sergipano”, com 3.415 resultados. No âmbito de estudos de maior similitude e que fundamentam a construção da pesquisa em questão, tiveram destaque as teses e dissertações apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Levantamento de dissertações e teses atreladas ao objeto de estudo

CAPES/BDTD			
Tipo	Autor	Ano/IES	Objetivo da Pesquisa
Dissertação	Fernandes	2000/UFRGS	Identificar as estratégias utilizadas na transição e formação do clube como empresa e a descrição das estratégias de negócio utilizadas por esse na organização como tal.
Dissertação	Francischini	2005/UFSCar	Abordar o Campeonato Brasileiro de futebol, cujo marco inaugural é 1971, e suas implicações sócio-históricas.
Dissertação	Gonçalves	2005/UFPE	Identificar o papel da lógica de mercado e da adoção de um modelo empresarial na condução de um processo de desinstitucionalização do campo do futebol no Brasil.
Dissertação	Ribeiro	2005/UFSCar	Analisar o fetiche produzido pela mercadoria esporte, a partir de uma situação concreta: o surgimento de um Clube de Futebol de Fábrica (Associação Desportiva Confiança), na cidade de Aracaju/SE, no ano de 1949.
Dissertação	Favero	2009/USP	Analisar o futebol a partir de três pontos de vista diferentes, mas que se complementam: a globalização, a geopolítica e a mercantilização.
Dissertação	Brandão	2012/UPM	Identificar os aspectos que norteiam o alto endividamento da grande maioria dos clubes de futebol no Brasil.
Dissertação	Santos	2012/FGV	Analisar como o Campeonato Brasileiro de Clubes de Futebol – desde sua gênese – está correlacionado com o projeto político do governo militar que chegou ao poder através do golpe civil-militar de 1964.
Dissertação	Santos	2015/USP	Desenvolver, unindo prática e uma teoria acerca da produção do espaço urbano, uma reflexão das FOMES, enquanto um alibi para expansão do mundo da mercadoria.
Dissertação	Belmar	2016/USP	Analisar um processo de “modernização” do futebol brasileiro, caracterizado por transformações no esporte que o levaram de um fenômeno restrito ao lazer e à competição esportiva.
Dissertação	Riviti	2016/UNESP	Levantar questões sobre o futebol profissional brasileiro e a sociedade contemporânea.
Tese	Matias	2018/UnB	Analisar o processo de produção capitalista do Futebol de Espectáculo e o “lugar” do Brasil no mercado-mundo da bola.
Dissertação	Barbosa	2019/UFF	Apresentar o panorama e os aspectos históricos socioculturais do futebol e o <i>mass medias</i> no Brasil.
Dissertação	Dargham	2020/PUC-SP	Apresentar o modo pelo qual se dá a construção do mito do jogador de futebol pelas mídias.

Biblioteca da UFS			
Tipo	Autor	Ano/IES	Descrição da Pesquisa
Dissertação	Souza	2017/UFS	Discutir a respeito da intensidade do torcer confrontada com a modernização do futebol, através das principais torcidas do futebol sergipano.
Dissertação	Oliveira	2019/UFS	Analisar como a performatividade influencia os traços identitários que o clube cria e reconfigura ao longo do tempo.
Dissertação	Medrado	2020/UFS	Demonstrar os fatores que constroem o campo profissional do futebol através de duas óticas: primeiramente, atenta-se para a relação entre Estado e esporte; em segundo lugar, utiliza o estudo de carreira.
Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO-UFS)			
Tipo	Autor	Ano/IES	Descrição da Pesquisa
Não encontrado			

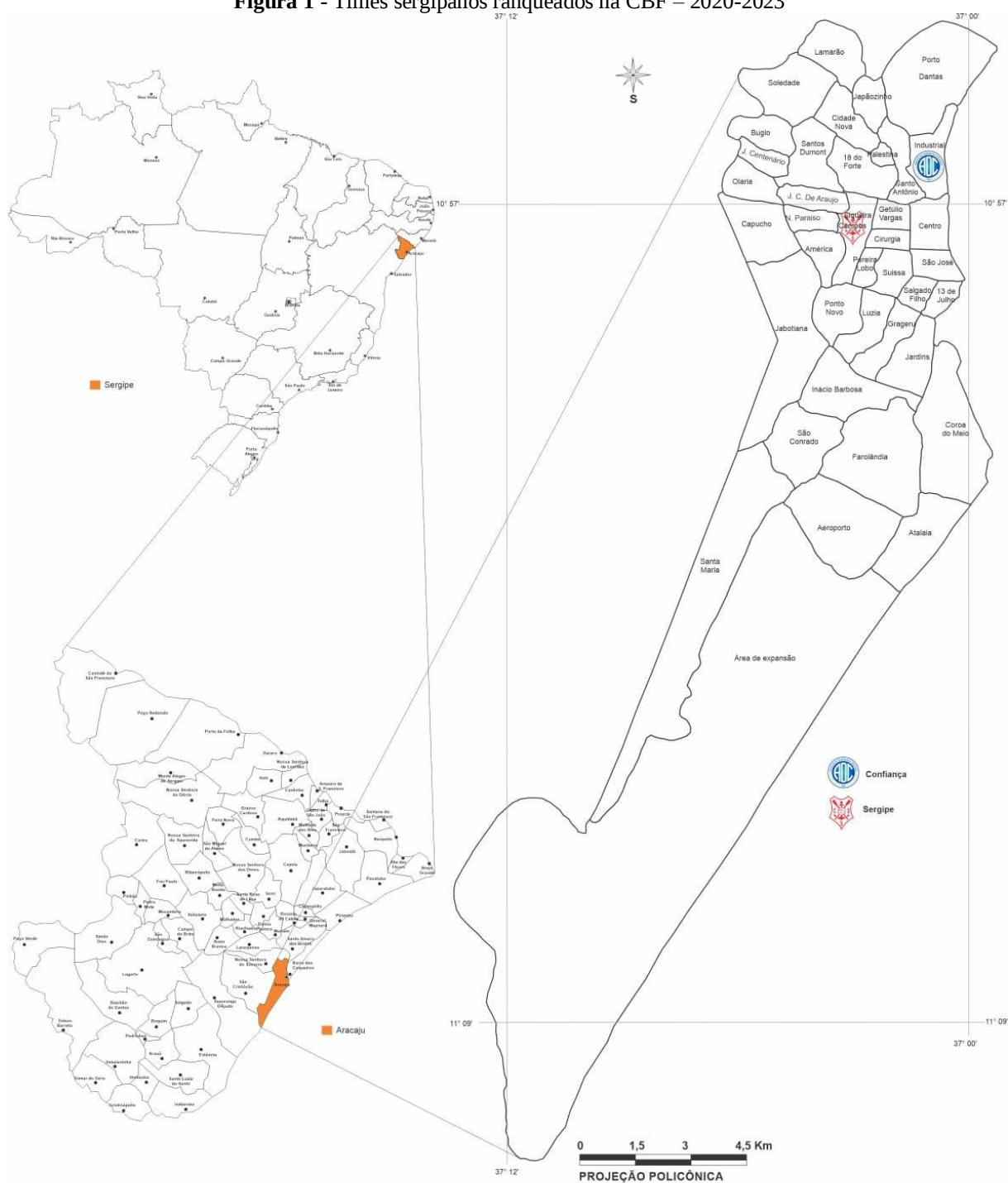
Fonte: Banco de dados de Dissertações e Teses da CAPES/BDTD/UFS/PPGEO-UFS.

As dissertações e teses mencionadas, embora direcionem análises de aspectos como mercado, transferências, identidade, neoliberalismo, torcida, globalização, mídia, modernização e competições, evidenciaram a carência de estudos em torno da realidade do futebol sergipano, reafirmando a potencialidade desta pesquisa, especialmente para o PPGEO, que entre tantos estudos, não possui nenhum que compreenda a análise do universo futebolístico, parte importante da realidade espacial sergipana.

Os estudos empíricos viabilizados na pesquisa abarcaram a análise dos tradicionais e maiores campeões estaduais – Associação Desportiva Confiança (ADC), com 22 títulos, e Club Sportivo Sergipe (CSS), com 37 conquistas (Figura 1). Outros critérios considerados compreenderam o fato de que ambas as equipes estiveram entre os principais times sergipanos no ranking da CBF nos anos do estudo⁴, além de disputarem as divisões de acesso do futebol nacional – série C e D, respectivamente, em 2023, ano de realização da pesquisa de campo. Além das equipes em questão, envolveu atletas sergipanos, lojistas e dirigentes dos clubes citados, que juntos moldam e constroem o futebol sergipano.

⁴ Conforme discutido no capítulo 4 “O futebol sergipano no contexto regional: trabalho, renda e principais desafios”.

Figura 1 - Times sergipanos ranqueados na CBF – 2020-2023



Elaboração: Lima, 2024.

A ideia inicial era abranger também a Associação Olímpica de Itabaiana (AOI), por ser a segunda equipe sergipana melhor ranqueada na CBF nesse período, mas a inatividade pós-estadual comprometeu veementemente a inclusão do “Tricolor da serra” que, desde o mês

de abril, não possuía mais calendário⁵. Campeão estadual em 2023, o “Tremendão” acumulou para 2024 a disputa do Sergipano, Copa do Brasil, Copa do Nordeste e série D, possibilidades de maior arrecadação.

Isso posto, podemos afirmar, a partir de Marx, que “Não há estrada real para a ciência, e só têm probabilidade de chegar a seus cimos luminosos aqueles que enfrentam a canseira para galgá-los por veredas abruptas” (2010, p. 31). Sendo assim, o itinerário do estudo remeteu a uma gama de convergências e divergências no processo de construção do saber científico, necessárias à compreensão das nuances e dos desdobramentos que compõem a pesquisa.

O entendimento real do fenômeno requer que este seja inserido dentro de uma perspectiva de totalidade. Neste sentido, segundo Lukács (2012, p. 27), “[...] toda verificação de fatos singulares, em toda reprodução ideal de uma conexão concreta, tem sempre em vista a totalidade do ser social e utiliza essa como metro para avaliar a realidade e o significado de cada fenômeno singular”. Dessa forma, a compreensão do objeto determinou focar na complexidade que dá gênese à realidade na qual o futebol mergulha.

O método norteador da pesquisa compreendeu um esforço de aproximação com as bases do materialismo histórico-dialético, pautado na ênfase da interpretação da realidade a partir da análise das contradições, do movimento e da dinâmica do universo futebolístico, considerando as inter-relações entre todos os seus aspectos. Desta forma, propicia entender a totalidade do fato estudado, e não apenas os fatores de forma particular, visto que, isoladamente, desconsideram as influências econômicas, políticas e culturais, restringindo a análise complexa do que se investiga. Buscou-se contemplar a natureza quali-quantitativa. A abordagem qualitativa permitiu uma compreensão mais abrangente dos fatos, de modo a considerar a coleta e análise de dados por entrevistas, observação da realidade, análise documental, entre outros mecanismos. Envolve o âmbito de concepção que privilegia os aspectos dos sujeitos, a compreensão do contexto social e da realidade. Logo, o investigador analisa a situação social para poder estudar as relações e contradições dos indivíduos e dos grupos, isto é, engloba as atitudes, as relações e os processos que os envolvem (Triviños, 2008).

Acrescenta-se ainda, enquanto procedimento, a coleta de dados em órgãos institucionais (entidades como clubes, FIFA, CBF, federações, entre outras), a partir da busca de informações alusivas à prática futebolística. Além disso, a aplicação de entrevistas aos

⁵ No caso, no ano da realização da pesquisa de campo – 2023.

atores – atletas, dirigentes e lojistas (apêndices A, B e C, como forma de compreender o objeto). As observações in loco, visitas e registros fotográficos ajudaram a melhor entender o universo do futebol sergipano. A partir das informações coletadas foi feita a tabulação dos dados para a elaboração de figuras, gráficos, quadros e tabelas. Assim, por meio da análise dos elementos foi possível perceber os desdobramentos da realidade estudada. Para tal, foram respeitados os aspectos éticos e confidenciais a partir da disponibilização do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice D).

A entrevista, instrumento usado frequentemente pelos pesquisadores, está pautada em perguntas a partir de um diálogo. De acordo com Nogueira (1977, p. 111), “É uma conversa orientada para um objetivo definido que não a mera satisfação que a própria conversa pode produzir”. Entre tantas vantagens, possibilita maior flexibilidade na aplicação, facilidade de adaptação e viabilização na comprovação e esclarecimento de respostas (Ribeiro, 2008).

O desenrolar da entrevista está condicionado à influência na relação pesquisado/pesquisador, seja a partir da tonalidade da voz, das expressões, dos olhares, da capacidade de interpretação dos fatores, dos estereótipos, entre outros elementos que influenciam na condução da mesma, o que requer cuidados na sua realização a fim de validar as informações (Nogueira, 1977). Hill e Hill (2012) salientam que nas questões abertas obtêm-se informações mais valiosas e ricas em detalhes, que muitas das vezes precisam ser interpretadas e necessitam de uma visão mais cuidadosa do pesquisador.

Dessa forma, foram realizadas entrevistas, de forma presencial, transcritas posteriormente, a fim de evidenciar a realidade futebolística vivenciada pelos indivíduos a partir das experiências compartilhadas. Durante a aplicação, os registros se deram por meio de anotações e gravações, sendo possível fazer uso de citações diretas dos participantes na discussão dos resultados, eliminando vícios de linguagem, mas preservando a originalidade do conteúdo. Para a manutenção do sigilo de cada fonte, as falas foram abreviadas por E1, E2... (Entrevistado 1, entrevistado 2...).

A amostra correspondeu à não-probabilística, de modo intencional, por conveniência, compreendendo atletas sergipanos, dirigentes e lojistas de clubes sergipanos que aceitaram participar da pesquisa. O critério de escolha e seleção das fontes compreendeu a soma de algumas condicionantes, considerando a indicação das Assessorias de Comunicação (Ascom) dos times, levando em conta a rotina e a preparação semanal, bem como a disponibilidade e a voluntariedade das fontes, concordando em contribuir com a pesquisa. Inicialmente, o quantitativo estipulado buscou atingir a metade dos elencos, correspondendo a 15 atletas para

cada clube. Contudo, o número previsto foi alcançado apenas para o Confiança, que teve mais tempo disponível para a concretização das entrevistas de modo integral. No Sergipe só foi possível a realização de dez, devido ao fim precoce do calendário e inúmeros pormenores apresentados no meio do itinerário. As entrevistas foram realizadas nos centros de treinamento dos clubes⁶ – Estádio Proletário Sabino Ribeiro, localizado no bairro Industrial (Figura 2), e Estádio João Hora de Oliveira, no bairro Siqueira Campos (Figura 3), ambos em Aracaju-SE.

Figura 2 - Centro de treinamento do Confiança



Foto: A autora, 2023.

Figura 3 - Centro de treinamento do Sergipe



Foto: A autora, 2023.

⁶ Os treinos dos clubes não admitem atrasos, por isso foi possível realizar, no máximo, duas entrevistas diárias, sempre no turno vespertino.

Para ter acesso às fontes recorreremos ao auxílio de membros da Federação Sergipana de Futebol (FSF), Associação dos Cronistas Desportivos de Sergipe (ACDS), diretores e cartolas de clubes sergipanos – Confiança e Sergipe –, profissionais da comunicação e demais envolvidos na cobertura esportiva no estado.

O capítulo “A prática futebolística no espaço e no tempo: de entretenimento a futebol-mercadoria” aborda a história da modalidade, situando-a num contexto espaço-temporal, sua gênese e desenvolvimento, bem como os aspectos de sua formação, nos âmbitos internacional e nacional. Incorpora a análise do futebol como mecanismo de formação de uma identidade nacional, isto é, a forma como o esporte constitui-se num produto cultural, que tende a redefinir a relevância do Estado nacional, num simbolismo que instrumentaliza várias esferas da vida pública. Para isso, considera essa influência a partir de regimes democráticos e/ou totalitários, a exemplo do período militar, momento de um movimento em prol da consolidação da nação, vinculado diretamente ao aspecto político. Assim, a depender do contexto e do projeto político em vigor, o futebol se apresenta enquanto mecanismo de poder do Estado. Além disso, traz a realização da copa do mundo de 2014, no Brasil, apresentando os dilemas em torno do megaevento, e o pós-copa, com interferência no desenrolar político do país.

A seção também procura evidenciar uma análise do futebol como mercadoria, produzida e reproduzida por relações sociais e de produção capitalistas. Por isso, perpassa questões como marketing, clube-empresa e franquias esportivas; o controle do jogador, muitos deles tornados mercadoria, coisificados e vivendo processos de alienação do seu trabalho. Os valores de mercado estabelecidos na comercialização dos atletas, alguns transformados em capitalistas individuais, que passam a explorar outros trabalhadores, outros que se constituem a maioria, embora sem ascensão social, perdem o controle sobre o seu corpo, tomado como força de trabalho do capital.

O capítulo “O papel das entidades e a dinâmica desigual do desenvolvimento na regulação e controle do futebol-mercadoria” traz as instituições e atores que estão à frente do esporte, seja ditando leis, organizando competições, interferindo na legislação trabalhista, entre outros aspectos, representado pela Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA), a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), o Clube dos 13 (C13) e o Bom Senso F.C. Além disso, analisa os sistemas de comunicação no Brasil e sua influência sobre o esporte, vendendo o produto futebol nas telas e nas páginas de jornais, fomentado pela publicidade, impactando diretamente na manutenção da hegemonia dos clubes de referência,

retratada na atenção dada às transmissões dos jogos e à cobertura esportiva, excluindo os demais. Um quadro que se reflete nos diferentes modos como o futebol se espacializa, refletindo uma condição hegemônica de alguns clubes, em detrimento de muitos outros, visível na arrecadação financeira, no valor de mercado, nas transferências e nos títulos conquistados pelas potências futebolísticas, tanto considerando as principais ligas mundiais, quanto a realidade brasileira.

A última seção, intitulada “O futebol sergipano no contexto regional: trabalho, renda e principais desafios”, apresenta um panorama com a estrutura dos principais clubes do estado, a mídia esportiva, a questão econômica e os aspectos que cercam a realidade. Para isso, olhar o futebol local no contexto brasileiro e nordestino é fundamental, especialmente para fazer o contraponto com os clubes de elite do país; além disso, busca pensar o esporte a partir do imaginário social que o considera via de sucesso e possibilidade de ascensão social, alimentando os sonhos de crianças e adolescentes, sobretudo os residentes nas áreas periféricas, em que as condições de sobrevivência são difíceis. Neste caso, a chance de ser um jogador de futebol profissional alimenta o cotidiano de muitas pessoas; por fim, engloba a caracterização dos atletas e as relações envolvidas na prática futebolística do estado com base nas experiências locais e suas vivências no mundo da bola, com foco nas condições e mobilidade do trabalho, rotinas, expectativas, dificuldades, qualidade de vida, impactos diversos do futebol na vida dos sujeitos.

2 A PRÁTICA FUTEBOLÍSTICA NO ESPAÇO E NO TEMPO: DE ENTRETENIMENTO A FUTEBOL-MERCADORIA

A exposição do desenvolvimento do futebol, ao longo da história, se constitui tarefa importante para situá-lo no tempo e no espaço.

2.1 O futebol na história

O futebol, esporte mais popular do planeta, compreende bilhões de adeptos, seja no papel de praticante, recurso humano envolvido ou torcedor. “É considerado pelos especialistas como a modalidade mais espontânea, imprevisível, simples, estável, barata e democrática para seus praticantes” (Ladeira, 2009, p. 26). Caracteriza-se pela simplicidade das regras, dos equipamentos e das expressões corporais empregadas. Além disso, pode ser jogado em diferentes espaços, tais como grandes arenas, ginásios, praias, parques e/ou ruas, bem como não exige padrões físicos como outras modalidades, já que altura, peso e idade não são condições obrigatórias para se obter êxito.

Embora não exista um consenso preciso sobre as civilizações pioneiras que praticaram variantes do futebol “primitivo”, antecedendo as práticas modernas da modalidade, fala-se de raízes nas regiões hoje correspondentes à América Central e ao Amazonas, onde povos nativos desenvolviam a prática do esporte já nos anos 1500 a.C. Os primórdios do futebol também se associam à Roma e Grécia antigas, ou até mesmo, a China (Galeano, 1995).

O futebol, na sua forma primitiva, era uma organização consideravelmente diferente da que se vê na modernidade. Não se tem registros de esquemas táticos; as equipes não necessariamente dispunham da mesma quantidade de atletas; tampouco de técnica; inexistiam árbitros e auxiliares, inclusive muitos praticantes faziam uso das mãos para dominar a “pelota” e chutar com os pés; e a rivalidade estava direcionada aos adversários de comunidades rivais (Signy, 1969).

A prática do esporte foi passando por transformações. Os jogos “primitivos” causavam certa aversão aos grupos hegemônicos, resultando na proibição da modalidade em alguns lugares e durante determinados períodos. Exemplo disso foi que, em 1389, o imperador chinês Zhu Yuanzhang proibiu a prática esportiva. O descumprimento da ordem acarretaria amputação dos membros inferiores. Esse impedimento durou três séculos. A restrição também alcançou a Inglaterra durante o século XIV, que tinha no arco e flecha o esporte de

referência. Na Escócia, o ato de jogar futebol, beber e dançar refletia uma conduta profana (Strutt, 1969).

Elias e Dunning (1970) chamam-nos atenção para a natureza de “não civilização” e para a violência dos jogos, quando comparados às novas configurações do futebol moderno, tanto que vários atletas adotavam o costume de levar punhais para as partidas, ferir adversários, seja de modo intencional, ou não. “Pontapés na canela, socos e lutas diversas eram comuns entre jogadores rivais para vingar agravos antigos; ossos quebrados, ferimentos graves e mortes eram consequências esperadas” (Ibid, p. 119-120).

As partidas mais aguardadas ocorriam, especialmente, em datas comemorativas e em dias religiosos, juntamente com outros entretenimentos rústicos, tais como briga de galos e cachorros. Ao mesmo tempo, embora dotado de um caráter selvagem, teve papel importante na interação social. Para algumas comunidades, o jogo marcava a ascensão da fase jovem à adulta e um sentimento solidário, confraternizando com as paróquias, vilas, cidades, localidades rurais.

As hipóteses em torno de períodos e locais que compreendem a origem do esporte, ainda envolvem outros grupos, como tribos indígenas, na América do Norte, no Chile e na Patagônia, no século XVII. Outros povos, a exemplo dos gauleses, no Norte da França, detinham o conhecimento dos “jogos de bola” por meio de rituais religiosos, em agradecimento aos deuses. O futebol também se desenvolvia em muitas outras regiões, entre aristocratas de Florença, na Itália; e nas ilhas britânicas (Giulianotti, 2010).

É significativamente relevante entender a passagem do futebol “primitivo” para o futebol “moderno”, momento que envolveu a institucionalização das normas, englobando, posteriormente, suas respectivas associações. Neste sentido, pensar a gênese do futebol sob esse novo viés, requer atrelá-lo ao seu desenvolvimento na Grã-Bretanha. É importante compreender o modo como a modalidade se configurou e reconfigurou no território britânico ao longo do tempo (Walvin, 1994).

Até então, considerando diferentes períodos e sociedades, o esporte possuía um caráter popular, jogado com regras próprias. No âmbito europeu, grupos sociais de alto poder aquisitivo despertaram interesse pelo esporte, a exemplo de estudantes das Universidades de Oxford e de Cambridge, na Inglaterra, a partir do século XVI. Os jovens oriundos de classes sociais mais abastadas tinham na atividade física e esportiva o ensinamento de valores como disciplina e liderança. Para as escolas do período, tais princípios podiam fomentar a capacidade de garantir a ordem do lar e o sucesso no campo político. Tudo isso fez com que o

esporte ganhasse mais expressividade social. Para Birley (1993, p. 257), “não era exatamente um jogo singular, mas um arranjo dos códigos tribais mais ou menos semelhantes preferidos pelas diferentes escolas”.

Na segunda metade do século XIX, competições nas faculdades inglesas separavam dois distintos grupos de jovens, em que cada um deles buscava colocar no jogo suas regras e modos de jogar. O Sheffield F.C. foi o primeiro time de futebol, criado em 1854 por grupos de empresários do ramo do comércio e da indústria (Ibid, 1994).

As próprias universidades britânicas originaram a *Football Association*⁷ (FA), em 1863. Segundo Giulianotti (2010, p. 19), “[...] graças ao zelo missionário de C.W. Alcock, veterano de *Harrow* e secretário da FA durante vinte e cinco anos, o “jogo do drible” foi introduzido em toda a Grã-Bretanha”. Após organizar campeonatos entre equipes de instituições públicas, em 1871 a FA estabeleceu uma competição oficial pioneira, a *FA CUP*, atual Copa da Inglaterra, ao passo em que a primeira partida no âmbito internacional englobou Inglaterra e Escócia, em 1872.

As normas codificadas do jogo, por sua vez, tiveram gênese em 1877 (Mason, 1980). Paulatinamente, a modalidade ganhou aspectos que corroboraram na sua modernização à medida que o jogo “primitivo” foi submetido à racionalização a partir das regras, possibilitando o surgimento de competições, inicialmente, locais e, posteriormente, entre regiões longínquas. Em meio ao novo papel exercido pela FA, gerenciando os campeonatos, muitos clubes adentraram à federação, tornando-se aliados.

A expansão do futebol neste século gerou conflitos entre as diferentes classes sociais. Um desses confrontos aconteceu no interior das classes médias, as quais discutiam questões voltadas à profissionalização. Nobres, burgueses e industriais detinham o controle dos times de maior renome, a exemplo do *Corinthians Football Clube*. Membros da alta nobreza costumavam pagar, às escondidas pelo serviço dos melhores atletas, em especial para profissionais escoceses que tinham ótima prática do jogo e, dessa forma, ensinavam suas experiências aos ingleses. Sob esta ótica, neste momento já se observavam práticas capitalistas na condução dos times (Ibid, 1980).

Tudo isso corroborou para os movimentos de busca pela profissionalização do esporte, nas últimas décadas do século XIX, tanto que, em 1885, a FA considerou o pagamento aos atletas, reconhecendo-os como profissionais. Dessa forma, as ligas amadoras sobreviveram pouco tempo. Anos antes, entre 1820 e 1860, o lazer popular se tornou deficiente, a exemplo

⁷ Associação de Futebol.

do quase desaparecimento do futebol primitivo nas comunidades, pois reconfigurou-se a dinâmica nas cidades, modificadas pela divisão do trabalho, já que as pessoas se deslocavam para a zona urbana para ocupar postos de trabalho. A burguesia, portanto, estava determinada a acabar com o lazer “não civilizado”. Com o surgimento de uma legislação do futebol e de outras modalidades, as pessoas tiveram acesso a um hábito esportivo mais recorrente (Hutchinson, 1982).

A expansão do processo de popularização do futebol em solo europeu envolveu o período de consolidação da atividade industrial e da estrutura social urbana. Neste momento, o esporte constituiu-se uma maneira da população apreender o novo cotidiano na cidade. Questões como vigor físico, coletividade, cumprimento de normas e disciplina correspondiam a princípios valorizados junto à rotina urbana capitalista. Dessa forma, o crescimento do esporte e sua consequente profissionalização teve relação com o desenvolvimento urbano-industrial.

Um dos aspectos mais prodigiosos da história do futebol, desde suas origens, tem sido a rapidez extraordinária da expansão de sua popularidade dentre as massas populares, especialmente no contexto das cidades industriais. O fenômeno, além de interessante é bastante revelador, tanto das características mais atrativas deste esporte, quanto do ambiente peculiar criado pelo crescimento acelerado das cidades em processo de industrialização. O fato já é notável desde o momento da organização mais efetiva do futebol como esporte profissional, vinculado a uma entidade coordenadora, a Liga, e programado segundo uma tabela de jogos que ao longo de uma temporada de disputas definiria um campeão final (Sevcenko, 1994, p. 35).

Na grande cidade, que abarcava uma massa trabalhadora advinda de outras regiões, com hábitos distintos, uma das maneiras de se criar laços comuns estava no ato de torcer, capaz de unir laços afetivos esquecidos na chegada à “cidade grande”. O retorno do interesse pelo futebol fez o número de torcedores dar um salto, conforme se pode visualizar na Tabela 1:

Tabela 1 - Média de público de torcedores ingleses

Ano	Média de torcedores
1888	4.600
1895	7.900
1905	13.200
Antes da Segunda Guerra Mundial	23.100

Fonte: Vamplew, 1988.

Organização: A autora, 2022.

Notou-se um crescimento considerável de torcedores presentes nas partidas a partir do final do século XIX, que marcou, também, o momento de expansão da modalidade pelo mundo. De acordo com Murphy et al. (1994, p. 6): “[...] parece que existe algo na estrutura do futebol que lhe confere uma grande atração no moderno, uma atração que parece ser relativamente independentemente do nível de desenvolvimento dos países e das características sociopolíticas dos respectivos governos”.

As décadas iniciais do século seguinte demonstraram a capacidade do futebol em atrair, tanto torcedores oriundos da classe média, dotados de hábitos como beber e fazer apostas – revelando um aburguesamento do esporte – quanto a presença de uma massa operária, encantada com o entretenimento (Wagg, 1984).

Neste momento, em meio à consolidação do processo de profissionalização dos atletas, no ano pioneiro do século XX, a FA determinou um teto salarial, a fim de limitar a remuneração dos atletas. Ainda assim, os times driblavam e conseguiam um jeito de pagar a mais, por vias ilegais, demonstrando “[...] uma estrutura social enrijecida no futebol: a aristocracia e a classe média alta, que cuidavam das regras; os homens de negócios da classe média, que controlavam os clubes; os profissionais da classe operária, que jogavam” (Giulianotti, 2010, p. 142).

Já na passagem da fase do futebol amador, os atletas não dispunham do controle da sua força de trabalho. O jogador se coloca como uma mercadoria especial para ser vendida no mercado do esporte. Até 1960, ainda dentro da Idade Moderna do esporte, os atletas já tinham vínculo com os times, teto salarial e chances remotas de aposentadoria. Além disso, os principais interessados em melhorias, os próprios jogadores, em quase sua totalidade, não aderiam ao sindicato profissional, deixando a instituição sem força para reivindicar e promover melhorias para a categoria. Enquanto isso, os cartolas dos times tratavam os atletas com desdém (Vamplew, 1988).

O teto salarial foi abolido em 1960-1961, ao mesmo tempo que o sistema de ‘passe e transferência’ foi julgado uma ‘restrição irracional do comércio’ para a temporada de 1963-1964. Uma lenta modernização significou que os clubes continuaram permanentemente controlando o destino de seus jogadores até a temporada de 1977-1978 (Thomas, 1996, p. 21).

A partir do princípio da “liberdade de contrato”⁸, os atletas sem vínculo passaram a poder discutir mudanças para as transferências de clubes. Esse novo momento na estrutura da

⁸ Contido no item 2.3.5 “O episódio Bosman e o controle sobre o trabalho”.

“mercadoria jogador”, quando os jogadores passam a vivenciar a perda de controle da sua força de trabalho, vem a ser de maior notoriedade para o futebol, especialmente a partir do episódio Bosman, que teve repercussão em todo mundo corroborando para modificar as relações trabalhistas do esporte (Giulianotti, 2010). Desde então, o futebol ganhou uma dimensão sem precedentes, ocupando o posto consolidado de negócio, inclusive em novos mercados e regiões tradicionalmente voltados a outros esportes, reforçando sua expansão sólida pelo mundo.

2.2 No contexto brasileiro: a tríade futebol, identidade nacional e jogo político

Não há como negar que o esporte mais popular do planeta é a grande paixão do brasileiro, a ponto de se apresentar como um grande símbolo nacional, levando o indivíduo a gritar aos quatro cantos do mundo que – este é “o país do futebol”. Todavia, Damatta (1994) lembra que, embora o Brasil faça questão de associar o esporte a uma identidade inata, o futebol não teve sua gênese nos limites territoriais do país. Para o autor (p. 12), “De fato, essa relação entre povo e futebol tem sido tão profunda e produtiva que muitos brasileiros [...] pensam que ele é [...] um produto brasileiro”.

Historicizar o futebol nacional é uma questão complexa, controversa, que suscita indagações por parte de quem o estuda, tendo em vista a gama de especulações em torno de seus primórdios. As versões englobam hipóteses, desde uma gênese atrelada à chegada de marinheiros ingleses no ano de 1864 (Giulianotti, 2010); ou de que a prática futebolística se deu a partir dos jesuítas, por volta de 1880; ou a de maior aceitação, em que a modalidade chegou ao Brasil no final do século XIX, e se propagou associada ao brasileiro Charles Miller, que teve um contato pioneiro com o esporte em Southampton, na Inglaterra, numa viagem a estudos, em 1874. Ao regressar, trouxe consigo duas bolas de couro e as regras elaboradas pela FA, sendo o responsável, também, pela fundação do *São Paulo Athletic Club*, primeiro time de futebol do país, em 1895, em São Paulo, até então um clube desportivo, pautado em modalidades como *rugby* (Ladeira, 2009).

O campeonato de futebol pioneiro no Brasil foi realizado no estado de São Paulo em 1899, contando com três equipes: *São Paulo Athletic Club*, *Associação Atlética Mackenzie College* e o *Hans Nobilings Team*. Dois anos depois é criada a primeira entidade ligada ao esporte: a ‘Liga Paulista de Foot-Ball’. Também em 1901 é inaugurado o primeiro estádio de futebol, o Velódromo de São Paulo (Vasconcelos, 2011, p. 19).

As nomenclaturas dos times revelam a forte influência europeia, presente nos estrangeirismos, a exemplo, também, de *The Bangu Athletic Club* e *Rio Cricket and Athletic Association* (Damatta, 2006). Alguns dos clubes de futebol mais antigos e que surgiram nos anos iniciais do século XX compreenderam o Rio Grande-RS e a Ponte Preta-SP, em 1900. Equipes tradicionais como Botafogo, Flamengo e Vasco, com fundação anterior a 1900, tiveram sua prática dedicada a outros esportes, como o remo, geralmente ligados às famílias de elevado poder financeiro. Semelhantemente ao caso brasileiro, no âmbito nordestino, os times pioneiros também estavam atrelados às camadas sociais influentes, no final do século XIX e começo do século XX.

O Club de Cricket Victoria (atual Esporte Clube Vitória) foi fundado em 13/05/1899, na Bahia. Um ano depois, iniciava seu departamento de futebol. [...] O pernambucano Clube Náutico Capibaribe surgiu em 07/04/1901, iniciando as atividades futebolísticas em seu quarto ano. 1905 também foi marcado pelo nascimento do Sport Club do Recife, em 13 de maio, que desde seu início já possuía um time de futebol (Vasconcelos, 2011, p. 19).

Seguindo a lógica dos times com fundação mais remota nas regiões, as Federações da Bahia (1913) e de Pernambuco (1915) foram as primeiras no Nordeste, justamente os estados nordestinos com maior tradição no cenário nacional, levando em conta o desempenho nas principais competições do país, com títulos no Campeonato Brasileiro e na Copa do Brasil.

Durante as primeiras décadas deste século, a prática futebolística se deu de forma amadora, inicialmente voltada a praticantes de classe social mais abastada, em especial à elite econômica em clubes sociais, isto é, por muito tempo, se distanciou da massa popular, a não ser apenas pelo jogo informal. Somente aos poucos, o “esporte da moda” passou a ser jogado pelos grupos de baixo poder aquisitivo. Neste sentido, a popularização do esporte estava relacionada ao processo de urbanização do século XX, sofrendo influência regional significativa de São Paulo e Rio de Janeiro, símbolos urbanos da primeira metade do século.

[O] Regionalismo [...] se fortaleceu após a Revolução de 1932, promovida pelos paulistas contra o governo de Getúlio Vargas, sediado e simbolizado pelo estado do Rio de Janeiro. Os jogos entre times das duas cidades eram grandes acontecimentos, e a vitória merecedora de intensas comemorações (Vasconcelos, 2011, p. 18).

A profissionalização do esporte ocorreu, apenas, em 1933. Todavia, até esse momento, a divulgação do esporte era lenta, devido à limitação dos meios de comunicação e à inexistência da TV. Cabe relacionar esse período de profissionalização à realização da primeira Copa do Mundo, no Uruguai, em 1930. A seleção brasileira, repleta de jogadores do

Rio de Janeiro, recebeu o apelido de “carioquinha”. Nessa época, a rádio Tupi, sediada no mesmo estado e pioneira nas transmissões, levava emoção aos apaixonados pela “pelota” (Ladeira, 2009).

A década de 40 marcou a construção do Estádio Paulo Machado de Carvalho, o Pacaembu, em São Paulo, num momento de popularização do futebol, época de gênese das primeiras agremiações de torcedores uniformizados reunidos em volta de instrumentos. A década posterior compreendeu a construção do Estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã, símbolo emblemático do esporte, capaz de alcançar um público de mais de 150 mil pessoas por partida. Os anos seguintes trouxeram à tona uma gama de conquistas mundiais, incentivadas pelo desenvolvimento de um grande meio de comunicação: a televisão.

O processo de manifestação deste esporte, que começou através do rádio na década de 30, intensifica-se com a entrada da televisão nos lares da sociedade brasileira. Esta se concretiza como veículo de massa, na década de 60, e multiplica, na década de 70, o público telespectador, em virtude de sua modernização e integração social (Santos, 2004, p. 80).

Assim, a TV teve papel fundamental nesse processo de consolidação do futebol como esporte de massa, fomentado pelo terceiro título mundial do Brasil. A seleção nacional tornou-se capaz de unir o país, apoiada numa lógica de pertencimento revestida de identidade. As conquistas das copas de 1958, 1962, 1970, 1994 e 2002 atuaram na disseminação da ideia de que o Brasil era dotado do melhor futebol do mundo. Por isso, durante muito tempo, os brasileiros fizeram questão de enaltecer títulos e feitos que reforçaram essa credencial. Conforme salienta Ladeira (2009, p. 25), começou a se difundir um ideário que colocou o Brasil no lugar de melhor futebol do mundo:

São brasileiros o rei do futebol, alguns jogadores já eleitos melhores do mundo e a melhor jogadora do mundo. Ainda na esfera mundial, ele tem o poder simbólico de representar o brasileiro. Nosso futebol arte é imitado e idolatrado. Por onde passa nossa ginga, há encantamento, nosso estilo serve como referência em todo o planeta, bons motivos para ser brasileiro. Assim o futebol no Brasil chega a ser um formador de identidade nacional.

O país carrega o orgulho de ter Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, super campeão pelo Santos e tricampeão do mundo pela seleção brasileira – 1958, 1962 e 1970 – como o maior jogador da história, recebendo o título de Rei do futebol. Além disso, a escolha dos melhores jogadores do ano, através da eleição da FIFA, resultou em diversos prêmios para atletas canarinhos: Romário, em 1994, atuando pelo Barcelona; Ronaldo em 1996, 1997 e

2002, jogando por PSV/Barcelona, Barcelona/Internazionale, além de Internazionale/Real Madrid, respectivamente; Rivaldo, em 1999, pelo Barcelona; Ronaldinho Gaúcho, em 2004 e 2005, pelo Barcelona; e Kaká, em 2007, pelo Milan. Os prêmios levaram o Brasil a ter muitas conquistas individuais, embora o último título tenha um tempo considerável. No âmbito feminino, a maior jogadora de todos os tempos é brasileira, Marta Vieira da Silva, vencedora dos anos 2006-2010 e 2018, atuando por Umeå IK-SUE, Los Angeles Sol-EUA, Santos e Orlando Pride-EUA, seis conquistas que tornaram o Brasil, juntamente com os Estados Unidos, os maiores vencedores do prêmio individual (O Gol, 2022).

Sendo o futebol “[...] uma das grandes instituições culturais, como a educação e os meios de comunicação de massa, que formam e consolidam identidades nacionais no mundo inteiro” (Giulianotti, 2010, p. 42), ao longo da história, o esporte associa-se às questões políticas e identitárias, com uma gama de embates e interesses imbricados nesta relação. Quando se faz uma análise em torno da prática futebolística, a depender do contexto e dos projetos políticos, a modalidade pode se apresentar um mecanismo para fortalecer os vínculos entre o Estado nacional e seu povo, constituindo-se num significativo produto cultural, e, neste sentido, funcional. No Brasil, o esporte foi bastante útil ao projeto de unidade nacional do Estado Novo. O futebol reduziria tensões sociais em períodos de confrontos entre Estado e sociedade.

O próprio momento de expansão do futebol no âmbito internacional compreendeu o início do século XX, período no qual vários países europeus e latino-americanos discutiam suas fronteiras e desenvolviam suas identidades culturais, fortalecendo os laços nacionalistas (Anderson, 1983).

Na Europa Ocidental, podemos nos referir às décadas de 1920 e de 1930, quando os jogos internacionais de futebol eram inevitavelmente influenciados pelos sentimentos nacionalistas crescentes e pela militarização. Na América Latina, Peron pavimentou o caminho para os generais em todo o Cone Sul, procurando explorar o potencial nacionalista do futebol (Giulianotti, 2010, p. 53).

Outros exemplos evidenciam essa relação, como no período antecedente e posterior às duas Guerras Mundiais, em que “[...] a Escandinávia, a Alemanha, a Itália e a França assistiram a uma explosão do envolvimento dos movimentos socialista e comunista na organização da participação das massas nos esportes, entre os quais o futebol era componente-chave” (Hargreaves, 1992, p. 134).

A relação do futebol com regimes políticos, especialmente os ditatoriais, pode ser evidenciada a partir de inúmeros exemplos no âmbito mundial. Quando a Itália venceu as

Copas de 1934 e 1938, o regime fascista, liderado por Mussolini, foi colocado em evidência para o resto do mundo (Ladeira, 2009).

Na África, por exemplo, no período da descolonização, logo após a Segunda Guerra Mundial, houve um crescimento do interesse pela modalidade, atividade caracterizada por ser capaz de mitigar/mascarar os problemas do povo, ter um caráter popular, reforçando o Estado nacional e dando ênfase ao sentimento nacionalista. Conforme menciona Vasconcelos (2011, p. 18), “[...] pode tanto criar novas bases identitárias como também herdar aquelas já existentes, fortalecendo-as. Contribuem ainda para se notar que esse esporte é dotado de (e pode difundir) diversos tipos de valores”.

No continente africano como um todo, à medida que o processo de independência se consolidava, o interesse dos Chefes de Estado em relação à questão esportiva aumentava cada vez mais. (...). Neste sentido, os líderes africanos encaravam o esporte como um dos instrumentos da formação de uma identidade, tratando o assunto como uma questão de Estado (Agostino, 2002, p. 205-206).

O uso da imagem de sucesso de seleções nacionais também esteve presente em outros países sob regimes ditatoriais. Na Argentina, com a profissionalização em 1931, a modalidade esportiva transformou-se num símbolo de força, podendo ser equiparada ao tango. “O jogo argentino tornou-se importante instrumento populista durante o primeiro período do governo peronista (1946-1955)” (Giulianotti, 2010, p. 50). Décadas depois, sob o comando do general Jorge Videla, em 1978, em meio ao caos, às torturas e aos derramamentos de sangue, o esporte correspondeu ao “ópio do povo”, capaz de manter a alienação de um contingente de apaixonados (Daolio, 2006).

No Uruguai, marcado pela leva de imigrantes europeus que chegaram ao território, o futebol foi considerado o símbolo cultural capaz de integrá-los à nação. O título da Copa do Mundo de 1950 tentou reforçar o título de nação mais democrática e organizada da América Latina, embora as décadas de 70 e 80, com os regimes militares e os entraves econômicos, colocaram em desuso o lema carregado pelo país sul-americano.

Além disso, possui a capacidade de transcender questões imperialistas. “Quando a França venceu a Copa do Mundo de 1998 em solo próprio, a vitória foi saudada por todos os matizes de opinião pública e étnica; o povo de origem norte-africana desfraldou a tradicional tricolor junto à bandeira nacional argelina” (Giulianotti, 2010, p. 53). A isto também se acrescentam os próprios embates diplomáticos embasados no desejo de sediar copas do mundo, de modo a expressar a forma como o futebol se transformou numa demonstração de força e poder dos Estados Nacionais. Japão versus Coreia do Sul, antecedendo 2002, e

Alemanha versus Inglaterra, no pré-evento de 2006, correspondem a exemplos de tensões em torno da questão.

Não diferente das realidades apresentadas, pensar a formação do Brasil por meio da análise dos aspectos político-sociais, propõe associá-la ao futebol. Enquanto objeto social de tamanha capacidade de abrangência, permite entender vários desdobramentos de consolidação da nação brasileira. Dotado de maior ressonância, carrega consigo a bandeira do estilo próprio, da arte, do drible e do improviso, capaz de defender a representação de uma identidade nacional.

Times de futebol de diferentes partes do país podem representar localidades rivais, mas dentro de uma estrutura unificadora de um sistema de liga nacional. Nos internacionais, o time incorpora a nação moderna, com frequência envolvendo-se literalmente com a bandeira nacional e iniciando os jogos com uma canção comum, o ‘hino nacional’ (Gruneau, Whitson e Cantelon, 1988, p. 273).

É comum enxergar indícios do uso do esporte na promoção de governos. No período anterior à profissionalização, ainda na década de 20, era possível notar a promoção do discurso político emaranhado no âmbito do esporte, a exemplo do governo de Washington Luís. Tendo como base o momento da gestão de Getúlio Vargas, nas décadas de 30 e 40, houve um significativo fomento à modalidade esportiva, inclusive colocando-a nas metas governamentais. O entretenimento unia a nação, colaborava na redução das tensões e passava uma ideia de povo e Estado em unidade, enquanto a ditadura do Estado Novo dissuadia violentamente os movimentos políticos.

Essa iniciativa também se deu nos períodos de Juscelino Kubitschek, nos anos 50, e Médici, nos anos 70. “O esporte do ‘balão de couro’ deveria ser alimentado e utilizado de acordo com os interesses de cada governo. Entretanto, é na ditadura militar que o controle das massas, via futebol, visualizou-se com maior clareza” (Pimenta, 1997, p. 61). “[...] os governantes tentavam utilizar o esporte para elevar o espírito nacionalista da população e as intervenções legislativas sobre a estrutura governativa tinham, predominantemente, caráter controlador” (Hirata, 2011, p. 12).

O governo militar usou o tricampeonato mundial de 1970 da “seleção do povo” para sua autopromoção, sustentando seus interesses num discurso de vida saudável e valorização estética. Ainda, na busca por um projeto de identidade nacional, transformou o futebol numa grande propaganda ideológica de união do país. Algumas das expressões e lemas desse período compreenderam “Todos juntos, vamos pra frente Brasil” e “Brasil, ame-o ou deixe-o” (Toledo, 1996).

A influência política no futebol brasileiro também se relacionou à própria criação do Campeonato Brasileiro, em 1971, substituindo a “Taça Brasil” e o “Torneio Roberto Gomes Pedrosa”, num momento de consolidação da nação, a ponto de, entre 1976-1979, o número de clubes participantes do campeonato nacional ter alcançado entre 54 e 80 equipes.

É sabido que os clubes que participavam do campeonato [...] eram selecionados a partir de critérios políticos, ou seja, pela influência de deputados que reivindicavam um convite para equipes de sua região eleitoral. E assim, o número de times participantes foi aumentando [...] para que as principais cidades do país fossem representadas naquele que se tornara o maior campeonato de clubes de todo o planeta (Proni, 1998, p. 214).

Essa expressiva influência das questões eleitoreiras possibilitou um ano com uma quantidade recheada de clubes em disputa pelo principal título nacional, mas, contraditoriamente, com a menor média de público registrada desde o início da competição, no ano de 1971, com apenas 9.140 torcedores.

De modo geral, a história política do país, na passagem para a República, se confundiu com os diferentes momentos vivenciados pela seleção “canarinho”. Em meio a toda propagação ideológica, fomentada pelos meios de comunicação e que reproduziu um discurso político da classe hegemônica, conforme salienta Thompson (1995, p. 16):

A análise da ideologia pode ser vista como uma parte integrante de um interesse mais geral ligado às características da ação e da interação, às formas de poder e de dominação, à natureza da estrutura social, à reprodução e à mudança social, às qualidades das formas simbólicas e a seus papéis na vida social.

Uma destas formas correspondeu ao futebol, usado enquanto instrumento em um dado contexto social, com a finalidade de demonstrar princípios e verdades de uma determinada concepção que se objetiva tornar superior. A Copa do mundo, a experiência de 2014 e os dilemas em torno de um megaevento são emblemáticos da força do futebol para atingir diferentes propósitos. Se a copa representa mobilidade de capital e atendimento de interesses de grupos econômicos, ela serve ainda mais para a difusão de propósitos políticos.

Se, desde cedo, futebol e questões políticas mantêm relações imbricadas, a segunda década do século XXI no Brasil correspondeu a um período efervescente, representado nas manifestações populares de 2013, ano de realização da Copa das Confederações, antecedendo o maior acontecimento futebolístico do planeta – a Copa do Mundo – com sede no Brasil. Os protestos ocorreram em inúmeras capitais brasileiras, ocasionados por motivos diversos, dentre os quais destacaram-se os altos investimentos governamentais voltados ao super evento

a partir da injeção de dinheiro público, em torno de uma estrutura gigantesca, ao passo em que setores sociais básicos como saúde, educação, saneamento básico e segurança, entre outros, continuaram à mercê de investimentos (Mezzaroba, 2017).

Paralelo ao descontentamento com os gastos públicos, somaram-se as reivindicações referentes aos preços das passagens de ônibus, inicialmente em São Paulo, num movimento que se estendeu e ganhou adesão de grande parcela populacional. A Copa trouxe consigo a gênese de um sentimento de inconformismo coletivo em meio à crítica contra o modo de fazer política, que embasa a história política brasileira recente.

As manifestações de rua, contrárias à falta de transparência nas planilhas do transporte coletivo e nos gastos com a Copa de 2014 e com os Jogos Olímpicos de 2016 passaram a se constituir no aspecto visível da debilidade crônica do poder infraestrutural do Estado brasileiro (Ribeiro, 2014, p. 30).

O movimento contrário expressa uma espécie de resistência, preconizada por Chauí (2004), que também relaciona o fato de o brasileiro ter um perfil conformista, de subordinação e alienação. Esse período representou uma nova postura, de descontentamento frente ao superfaturamento dos gastos públicos, obras atrasadas e retirada de populações de seus locais de origem. Todavia, cabe lembrar que, anteriormente, as pesquisas mostravam a satisfação e a aprovação dos brasileiros em sediar a maior festividade do futebol mundial. É nesse dilema entre aceitação e resistência que se deu a dinâmica do pré-evento.

Neste momento, considera-se o fenômeno “Copa do Mundo” sob o viés da fragmentação, em dois grupos: os incluídos e os excluídos. Sob essa ótica, Campos (2014, p. 13) explica:

Ser excluído do evento, neste caso, é considerar aqueles que foram renegados pelo Estado, quanto à sua participação mínima em relação à cidadania, aos seus direitos básicos de moradia, de mobilidade, de acesso a uma educação pública de qualidade e a serviços públicos de saúde eficientes – para citar as pautas mais comuns que foram colocadas naquele momento.

Por outro lado, a participação direta na Copa reflete a condição de assistir aos jogos, comprar produtos e visitar estádios, afirmando a situação de inclusão na lógica de poder usufruir da competição. Porém, sem perder de vista o foco principal da análise, o ponto em questão é refletir sobre o futebol enquanto objeto dotado do “[...] poder de contaminar positivamente outras esferas da vida” (Wisnik, 2008, p. 177).

[...] ao mesmo tempo em que o futebol nos permite alçar nossa auto-crítica como um país de sucesso, com uma identidade própria quanto à temática futebolística (não só pelos títulos e performances, mas principalmente pela grande exportação de jogadores brasileiros principalmente para o mercado dos clubes europeus e sua grande exposição); no plano político temos a convicção de que vivemos desamparados de representantes preparados para as funções as quais ocupam; no plano social, constatamos que (sobre)vivemos em nossas cidades diante do caos da mobilidade, da insegurança, da violência, da economia instável, das ondas de desemprego etc. (Mezzaroba, 2017, p. 209).

O esporte inclui aspectos de resistência nos mais variados âmbitos da vida social, isto é, possui a capacidade de mobilizar as massas. Por isso, em inúmeras ocasiões, a modalidade fomenta um apelo popular e todas as formas possíveis de fortalecer questões políticas, tornando-se, portanto, um tema de Estado. Neste caso, entre descontentamento e apoio, somaram-se interesses econômicos e movimentos políticos partidários, alterando veementemente o significado original da questão.

A principal característica da Copa de 2014, que marcou definitivamente a história do futebol, foi a intensa politização. Futebol e política entraram em campo com uma disposição tática nunca vista. [...] A particularidade desta copa foi a expressão da política em uma chave democrática (Campos, 2015, p. 37).

As reações da sociedade em torno dos episódios de corrupção, colocados em evidência pela mídia, embasadas pela “Operação Lava Jato”, em 2014, aprofundou a falta de crédito em torno das instituições públicas. Todavia, em meio a defensores e acusadores – prós e contras – a Copa aconteceu. Sucedendo o período pós-megaevento, a descrença instituída pela duvidosa operação, fomentou o surgimento crescente de discursos conservadores da extrema-direita. Os anos seguintes propiciaram a emergência de outras questões, novos dilemas e desafios – tais como o processo de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, os inúmeros cortes das verbas direcionadas aos setores básicos, reformas e perdas de direitos – que trouxeram à tona a seguinte reflexão: “[...] determinados segmentos políticos e sociais se aproveitaram do evento em si para tornar suas pautas conhecidas e amplamente visíveis [...]?” (Mezzaroba, 2017, p. 207).

2.3 Um olhar geográfico sobre a mercantilização do futebol e o sentido do trabalho

O futebol, modalidade esportiva que se caracteriza por integrar as pessoas e pela capacidade de mobilizar as massas, ao longo da história traz consigo o exercício da sociabilidade, presente nos torneios bairristas, nas “peladas” das periferias, no bate-bola da

praça, nos “babas”, que compõem os espaços urbano e rural, independentemente de classe social (Santos, 2015).

Por vezes, a paixão vai além das relações sociais em estado de pureza e de contemplação e se transforma num grande evento internacional, assumindo a face de um negócio, para além do gramado. É tomado pelo viés mercadológico, em que o jogador é coisificado, transformado em força de trabalho e a atividade passa a ser dominada pelos negócios futebolísticos, sobretudo no decorrer do século XX.

Um ‘negócio’, demonstrando o caráter reprodutivo da mercadoria futebol, de sua apropriação enquanto produto do capital. Como uma modalidade esportiva, [...] é condição para sua sobrevivência ampliada, pois [...] é apenas uma das maneiras de reproduzi-lo (Ibid, p. 2-3).

Neste momento, segundo Favero (2009, p. 18), o “[...] futebol perde parte de seu caráter exclusivo de esporte e torna-se também um produto [...] cultural, econômico e social, oferecido como artigo de consumo. E tende progressivamente a produto de luxo”. Por isso, vai se constituindo uma atividade que reproduz relações capitalistas.

Neste sentido, a análise em torno do processo de mercantilização do futebol requer a compreensão sobre a categoria trabalho, que abarca uma atividade compreendida sob o viés livre e consciente que permite a produção essencial à vida, através da transformação da natureza em segunda natureza, produtos advindos do acúmulo da peculiar cultura humana. O trabalho concreto é modificador da própria existência humana, à medida que o homem transforma a natureza, ele modifica a si próprio, característica que distingue o ser humano dos outros animais, o fazendo produzir bens fundamentais à reprodução social da humanidade.

Tendo como base a ideia marxiana, o trabalho é visto como “intercâmbio entre o homem e a natureza”, na busca pela satisfação das suas necessidades e dos desejos materiais. Essa atividade proporciona a produção de bens fundamentais, a partir da modificação da natureza, justificando o sentido ontológico do trabalho. Em meio a este processo, o ser humano media, regula e controla suas ações, o que evidencia seu poder sobre o trabalho em sua totalidade, o que só é possível por que o homem parte de uma idealização imaginada: o trabalho e o produto do trabalho. Sob essa ótica, Marx analisa o duplo caráter do trabalho: como valor e/ou como gerador de valor de uso a partir de duas naturezas: o trabalho concreto e o trabalho abstrato. O trabalho concreto caracteriza-se por ser determinado qualitativamente e capaz de gerar uma forma concreta, um produto utilizável, que produz valor de uso e se materializa em coisa útil, essencial à reprodução da existência humana.

A natureza é “um meio de vida imediato, quanto o objeto/matéria e o instrumento de sua atividade vital” (Marx, 2004, p. 84), o que explica que o homem precisa dela para sobreviver. Sua existência não depende do homem, embora ele a transforme por meio do trabalho.

É pelo trabalho que o homem dá outras formas à natureza. Estas, respondem às suas aspirações materiais, pois o “trabalhador nada pode criar sem a natureza, sem o mundo exterior sensível. Ela é a matéria na qual o seu trabalho se efetiva, na qual o trabalho é ativo, e a partir da qual e por meio da qual o trabalho produz” (Marx, 2004, p. 81). Para o autor, a condição da existência humana é o trabalho, cuja natureza é a liberdade de produzir de forma elaborada, consciente com um determinado propósito.

Nas sociedades pré-capitalistas havia interação de unidade entre homem e natureza. O homem, que é natureza, historiciza a natureza quando incorpora cultura nela, o seu trabalho. Estas condições de realização são chamadas por István Mészáros, como um sistema de mediações de primeira ordem, em que:

Os indivíduos humanos devem sempre atender às inevitáveis exigências materiais e culturais de sua sobrevivência por meio das indispensáveis funções primárias de mediação entre si e com a natureza de modo geral. Isto significa assegurar e salvaguardar as condições objetivas de sua reprodução produtiva sob circunstâncias que mudam inevitável e progressivamente, sob a influência de sua própria intervenção através da atividade produtora – a ontologia unicamente humana do trabalho – na ordem original da natureza, (Mészáros, 2002, p. 212).

Essa relação de imbricação mostra que o homem não existe apartado da natureza. De acordo com Moreira (2009, p.37), a “alienação capitalista é exatamente a sua quebra”. Quando a lógica é da produção para o capital, significa que o homem foi afastado da natureza, seu meio de produção, o que faz do trabalho um ato externo ao homem, que perde o seu sentido concreto.

À medida que avançam as forças produtivas do capitalismo, elas alteram as relações de produção, aceleram as modificações à primeira natureza e à relação homem-natureza. No capitalismo a relação homem-natureza sofre ruptura. Há uma quebra da unidade e o homem, despido de meios de produção, passa a vender a única mercadoria que o pertence, a sua força de trabalho. É levado a tornar-se trabalhador para os que detêm os meios de produção. Marx assinala que o dono do capital provém ao trabalhador um determinado valor pelo trabalho despendido, extraindo o máximo que puder de valor da sua mercadoria.

Finalmente, o capitalismo faz com que o trabalho alcance a sua condição abstrata, tendo como foco a criação de mercadorias, produtos a serem negociados no mercado para a geração de mais-valia, excedente que o trabalhador produz para o capitalista.

Ao desaparecer o caráter útil dos produtos do trabalho, desaparece o caráter útil dos trabalhos neles representados, e desaparecem também, portanto, as diferentes formas concretas desses trabalhos, que deixam de diferenciar-se um do outro para reduzir-se em sua totalidade a igual trabalho humano, a trabalho humano abstrato (Marx, 1985, p. 47).

Emerge daí o trabalho alienado do trabalhador que vende a sua força de trabalho, perde o controle sobre si, sobre o produto do seu trabalho, do qual deixa de ser dono, condição essencial na promoção da riqueza dos donos dos meios de produção.

O trabalho abstrato é precisamente isso: o processo social pelo qual o capital, em sua autovalorização, desconsidera as diferenças ontológicas entre as diferentes práxis sociais reduzindo-as, todas, àquilo que, para ele, é essencial: as suas diferentes capacidades de produzir mais-valia (Lessa, 2009, p. 7-8).

Este tipo de trabalho, medido quantitativamente, determina o valor das mercadorias. Marx (1985) infere que o trabalho tanto pode ser produtivo quanto improdutivo e depende da capacidade de produção de mais-valia, relaciona-se à forma pela qual se organiza e à maneira como se dá o processo de trabalho. Neste sentido, o trabalho produtivo corresponde:

[...] aquele [...] que se realiza num produto, mais concretamente numa mercadoria. Do ponto de vista do processo capitalista de produção, junta-se uma determinação mais precisa: é produtivo aquele trabalho que valoriza diretamente o capital, o que produz mais-valia (Marx, 2010, p. 109).

Todavia, a garantia da reprodução capitalista também está atrelada a outro tipo de trabalho: o improdutivo. Este, em si, não produz mercadoria, porém é funcional ao capitalismo. É neste âmbito que se apresenta o jogador de futebol, que não é produtor de mercadoria, já que não transforma a natureza em produto, mas é capaz de fomentar a produção de mercadorias de diversas formas. Entre tantas, o jogador de futebol valoriza o objeto, produto do trabalho, do qual se extrai a mais-valia, a exemplo dos produtos licenciados no futebol.

Os trabalhadores improdutivos contribuem funcionalmente para a dinâmica socio-reprodutiva do capital, já que a reprodução capitalista não se realiza apenas pela produção de mercadorias. Se o processo de trabalho se constitui apenas um meio de valorização do capital,

há nele uma capacidade de trabalho socialmente combinada, que coopera, participa da formação das mercadorias, colocando o debate sobre trabalho produtivo e improdutivo como uma discussão a mais, mas não a que constitui uma análise completa do capitalismo. A análise marxista considera que os salários dos chamados trabalhadores improdutivos representam capital adiantado, pois o comerciante recebe a taxa média de lucro sobre eles. Ou seja, importa nessa discussão que estabeleçamos como eles são explorados. O caso dos jogadores de futebol ilustra muito bem esse ponto. Examinar a natureza dessa exploração e ir além, analisando o complexo processo da exploração capitalista que ocorre no cenário do futebol pode nos dar elementos para entender o quadro atual do futebol no mundo.

O trabalho que não resulta em mercadoria material pode ser produtivo para o capital. Ou seja, para Marx, há possibilidade de produção capitalista na esfera imaterial. A produção é para o capital. Por isso não é mais suficiente que ele apenas produza. Para destacar um exemplo utilizado por Marx, fora da esfera da produção material: “Um mestre-escola é um trabalhador produtivo quando trabalha não só para desenvolver a mente das crianças, mas também para enriquecer o dono da escola. Que este inverta seu capital numa fábrica de ensinar, em vez de numa de fazer salsicha, em nada modifica a situação”⁹. Ou seja, a materialidade do produto não se constitui o argumento mais consistente para a definição do trabalho em produtivo ou não para o capital. Importa mais a sua funcionalidade.

Nesse sentido, o futebol, assim como o jogador, transformados em mercadorias vão se constituindo negócios lucrativos e perdendo os sentidos da elaboração do lazer, do prazer, da formação dos laços de amizade, do espaço do encontro. Sob esse viés, o futebol mostra sua estrutura complexa, mercantilizam-se os jogadores, os estádios, o acesso a eles, alienam-se não apenas o trabalho, mas o conjunto das relações mais amplas que a atividade promove, sobretudo porque o futebol é mundial, assim como o capital. As copas promovem a superexploração do trabalho, modificam o espaço, promovem transformações importantes nos países que as sediam. A acumulação de capital se realiza de diferentes formas, na privatização dos espaços (estádios, arenas, complexos esportivos e outros ambientes onde a prática futebolística acontece); na transformação do lazer em negócio (ingressos, patrocinadores e seus interesses, produtos de marketing, entre outros); e na transformação do jogador livre em mercadoria negociável (à medida que os contratos são encerrados e firmados novos vínculos por tempo e valor determinado legalmente e de modo oficial).

⁹ MARX, K. Livro 1 – O processo de produção do capital. In: O Capital – crítica da economia política. 12. ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1988a. v. II.

E necessário enfatizar ao mesmo tempo que, além de entretenimento, o futebol é resistência, é ambiência de interação política, constrói e é bandeira de luta nas periferias por parte das comunidades, dos times. São condicionantes dos interesses que produzem espaço.

É importante considerar o papel do espaço em meio a esse processo de valorização do capital em relação ao futebol. Conforme salienta Lefebvre (2006), espaço é produto social, portanto, não é mero objeto. Com base nisto, ao mesmo tempo em que é produzido socialmente, ele influencia na produção, visto que esta compreende um emaranhado de relações que envolvem indivíduos e objetos. Ou seja, como produção humana, o espaço também é condição, corroborando para que transformações se realizem no espaço concreto.

Para Carlos (2011), o espaço é realidade prática e se constitui na trajetória da humanidade enquanto “condição, meio e produto da reprodução social”. A noção de espaço como uma produção social, de acordo com a autora, vai além da produção de objetos e coisas materiais. Ela incorpora à ideia de (re)produção das relações sociais e sua materialização e de produção da subjetividade do homem, a par da construção do mundo objetivo. Ou seja, incorpora a forma como o homem passa a enxergar o mundo. Nesses termos, apreende-se que as transformações conscientes do espaço vão alterando os sentidos que o espaço ganha. Quando nele são incorporados novos objetos, seus sentidos vão sendo conscientemente definidos e interessados.

Se, anteriormente, ruas, praças e campos de várzea eram majoritariamente espaços de lazer, ocupados por praticantes, os ambientes que compõem a nova faceta concreta da modalidade são cada vez mais fechados, privados e estrategicamente localizados, a exemplo dos espaços particulares (Figuras 4 e 5) e das arenas multiuso supermodernas (Figura 6). Estas não são mais produzidas para a coletividade, ganham sentidos diferentes.

Figura 4 - Campo *society* Taticão em Lagarto-SE



Foto: A autora, 2021.

Figura 5 - Espaço Arena em Lagarto-SE



Foto: A autora, 2021.

Os campos de futebol *society*, espaços privados que funcionam com valores baseados no aluguel por hora, tem se mostrado um fenômeno recente de como o esporte se transforma em negócio. Esses espaços são visíveis em espaços urbanos e rurais, em áreas centrais e nas periferias urbanas, embora estejam mais presentes de maneira significativa nas cidades, supervalorizando o espaço urbano.

Figura 6 - Neo Química Arena, localizada no bairro de Itaquerá-SP



Foto: A autora, 2022.

O futebol-negócio segue uma estratégia locacional, determinando novas centralidades e valorizando espaços, a exemplo da instalação de redes de transportes e de serviços avançados que ocasionam uma valorização especulativa ao redor da área, conforme lembra Lefebvre (2008, p. 8):

No mundo das mercadorias, o consumidor não compra apenas um espaço mais ou menos povoado com signos de prestígio e hierarquia social. Ele também adquire uma distância, a que vincula sua habitação aos lugares: os centros (de comércio, de lazeres, de cultura, de trabalho, de decisão).

Esse fenômeno pode ser evidenciado no bairro Itaquerá, Zona Leste de São Paulo, onde foi construída a super arena do Corinthians, inaugurada no ano de 2014, período de concretização de vários estádios modernos pelo país, fomentados pela Copa do Mundo, realizada neste mesmo ano, com sede no Brasil. A arena revalorizou o local, fomentou investimentos e serviços que deram um novo sentido à localidade.

Tais modificações têm relação direta tanto com o “[...] controle do espaço e da imposição de sua condição de mercadoria” (Carlos, 2007a, p. 81), quanto com a nova roupagem que transforma os lugares e as relações que se estabelecem neles. Esse processo envolve a produção de objetos que fazem do torcedor um consumidor, uma maneira de fomentar a reprodução do capital. Neste sentido, Brown (1982) credita o futebol como um dos setores do mundo dos negócios, com investimentos milionários em infraestrutura e recursos humanos.

Granou (1975) aponta que o desenvolvimento do capitalismo está atrelado a uma expansão da base social, em que novas formas de produção e modos de estruturação da vida são impostas. Neste sentido, há uma busca constante pela ampliação produtiva de mercadorias que satisfaçam uma parcela crescente de indivíduos, distribuídos em classes que denotam diferentes condições de vida, além de, aos poucos, abarcar os mais variados setores dentro de sua lógica reprodutiva, instituindo condições para a valorização do capital.

Nessa perspectiva, Marx (2007), ao olhar essa lógica pautada no consumo, enfatiza que a produção, em si, não está vinculada somente a gerar o objeto para o sujeito, mas também o seu inverso, pois cria um sujeito para o objeto. O marketing se confirma como o mecanismo pelo qual esse sujeito vai se constituindo para o consumo, conforme será discutido no tópico a seguir.

Ainda sob esse aspecto, Lefebvre (1991, p. 37) complementa que a produção não se limita à criação de produtos, envolve “[...] a produção ‘espiritual’, e, de outra parte, a produção material, a fabricação de coisas”. Logo, compreende a produção humana, das relações sociais que, juntamente aos objetos implicam na sua reprodução ao longo do tempo.

2.3.1 O marketing e as novas facetas do futebol-mercadoria

Diversas corporações e empresas, por meio da publicidade e da propaganda, veem no futebol um público diferenciado, que por sua relação afetiva com o clube, independentemente do momento de ascenso ou descenso, o torcedor se identifica como parte do time, e isso se traduz na adesão aos seus signos-mercadorias. Os diferentes mecanismos de marketing possibilitam que os clubes se aproveitem dessa estratégia para buscar um público consumidor cada vez mais expressivo e com uma sede incessante por produtos. Esse momento inaugura a constituição dos times em marcas. Uma fase em que “[...] os clubes inserem-se num conjunto de instituições sociais jurídicas, comerciais, de produção e territoriais” (Santos, 2015, p. 36).

Com base na análise da realidade brasileira, Heddal e Gordon (2002) evidenciam aspectos do momento de inserção do marketing no universo futebolístico. Em 1977, a publicidade passou a ser retratada nas placas dos campos e os lucros das empresas eram compartilhados entre times e Estado; em 1982, os informes publicitários chegaram aos uniformes de clubes; o ano de 1985 caracterizou-se por uma série de questionamentos ao modo como o Estado conduzia o futebol; em 1987, tiveram origem as primeiras transmissões

via televisão, a partir de acordo firmado entre veículos de comunicação e clubes, de modo a estimular o crescimento da publicidade.

O licenciamento esportivo compreende as formas de produção e venda das mercadorias através de uma autorização, via contrato de utilização da marca a partir do pagamento de royalties¹⁰. A marca corresponde a um signo que identifica e possui considerável representatividade carregada de valor simbólico. Nesse período de fomento à mercantilização, o marketing e o licenciamento esportivo se apresentam como estratégias do futebol-negócio, visando obter receita a partir do comércio de produtos, imagem e serviços. A marca do clube representa a sua própria identidade, uma série de significados. Para entender a importância da consolidação da marca e da influência que carrega, Vasconcelos (2011, p. 21) exemplifica:

[...] São Paulo Futebol Clube e Ferroviário Atlético Clube/CE são duas equipes de uniformes e escudos bastante semelhantes. Entretanto, têm posições bastante distintas no *campo* do futebol. O primeiro tem como principais títulos seis Campeonatos Brasileiros, três Taças Libertadores e três Mundiais Interclubes. O segundo possui como conquistas mais relevantes apenas nove títulos estaduais. [...] Imagine-se dois torcedores caminhando pela rua, cada um usando a camisa de um desses clubes. Os transeuntes familiarizados aos temas de futebol saberão reconhecer a “força” do São Paulo e o lugar privilegiado que o seu torcedor tem no universo do futebol. Existe aqui razoável nível de respeito. Em contrapartida, os observadores conhecerão também a fragilidade do Ferroviário. Seu torcedor, em vez de respeito, poderia inspirar sentimentos de pena ou chacota. Apesar de serem clubes com identidade visual parecida, os valores que cada escudo e camisa incorporam são bem distintos.

No mundo mercadológico, bens e produtos são substituíveis, ao passo em que representam um símbolo expressivo que remete a um status social.

[...] o escudo de um clube vitorioso também descreve a posição que esse time e seus torcedores ocupam no [...] futebol. Quanto mais vitorioso o time, maior é a ‘patente’ que porta seu torcedor. Usar a marca do clube em público também é uma forma de destacar sua posição [...] (Ibid, 2011, p. 24).

Nesta relação, o torcedor é o consumidor. Consome o ingresso, os artigos esportivos, a TV fechada, o plano fidelidade de sócio ou, simplesmente, a pilha ou a energia elétrica para ouvir ou assistir aos jogos do time do coração, investimento carregado de simbologia, laços que estão além do objeto consumido e, neste caso, é mais significativo que os produtos convencionais, pois o clube escolhido costuma ser para “toda a vida”.

¹⁰ Percentual de lucro sobre a mercadoria comercializada, geralmente entre 7% e 11% em cada produto (Santos, 2015).

Por isso, as últimas décadas do século XX correspondem ao momento de ápice da explosão da marca publicitária que, ao se afirmar, se estabelece de uma forma tão ímpar, que Klein (2002, p. 51) parte de um exemplo prático, ao citar uma criança que “[...] responde a seu dever de casa não com um X, mas com pequenos swooshs¹¹ da Nike em vermelho”.

Vivemos num mundo de representações, povoado de objetos como parte de sua reprodução. Há um mundo de representações, isto é, a representação se generaliza na sociedade atual onde o objeto dotado de prestígio e poder hierarquiza a sociedade e se consome como signo de modernidade, status, tecnicidade (Carlos, 2007b, p. 79).

Pelo potencial de influência e abrangência, retratado por Wisnik (2008, p. 351) como “[...] o poder de apelo e a adesão magnética que fazem do futebol um veículo ideal da mercadoria em seu estado de irradiação onipresente”, o atleta é a representação máxima e a voz que alcança multidões. “Suporte privilegiado de marcas [...], emergindo como ícones de um mercado mundializado envolvendo interesses bilionários”.

Melo Neto (2007) lembra o acordo entre a empresa “Dover Indústria e Comércio” e o “Clube dos 13¹²”, nos anos finais da década de 80, para a venda de produtos acompanhados dos escudos dos clubes, permitindo uma porcentagem de ganho de 6% em cada objeto comercializado e legalmente licenciado, identificado através de um selo de qualidade na forma de holograma, conforme a Figura 7.

Figura 7 - Selo de identificação em produto licenciado oficial do Flamengo



Foto: A autora, 2021.

¹¹ Logotipo.

¹² O “Clube dos 13”, criado em 1987, correspondeu à união de 13 times do futebol brasileiro – Atlético-MG, Bahia, Botafogo, Corinthians, Cruzeiro, Flamengo, Fluminense, Grêmio, Internacional, Palmeiras, Santos, São Paulo e Vasco (Hirata, 2013).

Sob esse aspecto, Santos (2015, p. 57) reforça que:

[...] a própria gênese do licenciamento esportivo, novamente, nos indica que o que se torna mercadoria não são os objetos, mas os clubes de futebol, envolto pela sua reestruturação enquanto signo de consumo. O capitalismo apropria-se de uma prática social de expressão mundial, metamorfoseando-a em um negócio, à sua reprodução ampliada; ou mesmo como estratégia na superação das barreiras de acumulação. Uma nova ‘fronteira’ de continuidade a essa acumulação, tal como a relação da crise ocorrida durante a década de 80, com a produção do clube-marca. Em suma, o licenciamento não está ligado à história do futebol, e sim do capital.

Cabe citar que o licenciamento vai na contramão da venda indiscriminada de produtos referentes aos times. O selo legitima a oficialidade do objeto. Sem ele, configura-se como “pirata”. Sendo assim, a busca pela propagação dos artefatos oficiais carrega um status, um clube beneficiado por royalties e um torcedor com significativa identificação com o time e apto a consumir esta mercadoria e, desta forma, torna-se refém dela. Todavia, também cabe frisar que os valores elevados dos produtos oficiais contrariam as condições socioeconômicas da maior parte da população brasileira, de baixo poder aquisitivo e com uma série de problemas sociais.

Outro aspecto relevante da consolidação do futebol como mercadoria é a formulação dos clubes-empresas.

2.3.2 Clube-Empresa/SAF: uma nova tendência na gestão do futebol

Os modelos de gestão no futebol se diferenciam ao longo da história. Tomando como referência os moldes que envolvem o período de profissionalização do futebol europeu, consolidado no início do século XX, “[...] Convertia-se do status de associação para o de companhia limitada cheia de acionistas e com um conselho de diretores” (Birley, 1995, p. 42). Durante muito tempo, constituiu-se como o parâmetro na condução e administração dos clubes de futebol.

No caso brasileiro, com uma estrutura organizacional que se reproduz ao longo da história, as formas de gestão das organizações esportivas beneficiam atores e/ou grupos instituídos, geralmente em “cadeiras cativas” e “vitalícias”. Os conselhos escolhem dirigentes que são velhos conhecidos do clube – organizam e comandam as finanças, os profissionais, a estrutura, os patrocinadores e demais aspectos que compõem os times – geralmente trocando de função no decorrer dos anos, mas perpetuando suas carreiras (Pires, 2005).

Por isso, a partir da década de 1990, as diretrizes político-econômicas apresentaram a possibilidade de implementação de modelos empresariais na gestão dos clubes e a participação direta da iniciativa privada (Santos; Bento e Resende, 2011). Como consequência, teve origem uma legislação em prol da mercantilização dos clubes, dentre as quais podem ser citadas a “Lei Zico” e a “Lei Pelé”. A primeira, a Lei 8.672, de 6 de julho de 1993, trouxe a possibilidade das agremiações implementarem uma gestão empresarial, inclusive incluindo o pagamento de impostos e o fim de isenções fiscais; a segunda, a Lei 9.615, de 24 de março de 1998, posteriormente, obrigou que as agremiações profissionais compreendessem “sociedades mercantis”, acelerando essa busca demasiada por lucro e vantagens financeiras (Drebes, 2009). No geral, as mudanças do futebol, mostraram-se impulsionadas pelos interesses do próprio capital no negócio.

A criação de modelos empresariais para a modalidade esportiva ascendeu nas diferentes escalas espaciais, em virtude de uma nova faceta pautada pelo futebol-negócio, que transformou de forma direta o entretenimento numa indústria esportiva. Seguindo o movimento da mundialização do capital, a modalidade trouxe para perto de si conglomerados empresariais, que investem e buscam retorno financeiro importante.

A escolha por essa nova forma de gestão divide opiniões. De um lado, defensores preconizam a possibilidade de trazer importantes modificações para os clubes, sobretudo no aspecto financeiro, pois a disponibilidade de capital a ser investido pode ser usada na infraestrutura e nas categorias de base, ao passo em que se defende uma gestão e administração mais profissional e transparente – considerando o fato do negócio visar lucro. Soma-se a procura constante de valorização da marca investidora e a chance de novos patrocinadores e arrecadação de receitas. Com isso, espera-se um clube mais estruturado, competitivo e com maior potencial para materialização do investimento em desempenho e títulos.

Neste modelo, cada empresa e/ou acionista majoritário se propõe a investir de forma expressiva no pagamento de dívidas dos times, geralmente uma das condições impostas no processo de negociação. Vale ressaltar que os clubes brasileiros, inclusive os mais ricos, possuem dívidas gigantescas, em especial oriundas de ações trabalhistas, dívidas fiscais, empréstimos bancários e outras fontes, seja em benefício de ex-profissionais, bancos ou governo (Tabela 2).

Tabela 2 - Dívidas dos clubes brasileiros da série A - 2023

Posição	Clube	Dívida
1	Corinthians	R\$ 1,894 bilhão
2	Botafogo	R\$ 1,301 bilhão
3	Atlético-MG	R\$ 998 milhões
4	São Paulo	R\$ 856 milhões
5	Cruzeiro	R\$ 811 milhões
6	Fluminense	R\$ 736 milhões
7	RB Bragantino	R\$ 696 milhões
8	Vasco	R\$ 696 milhões
9	Internacional	R\$ 650 milhões
10	Santos	R\$ 548 milhões
11	Athletico-PR	R\$ 492 milhões
12	Palmeiras	R\$ 466 milhões
13	Grêmio	R\$ 441 milhões
14	Flamengo	R\$ 391 milhões
15	Bahia	R\$ 366 milhões
16	Coritiba	R\$ 277 milhões
17	América-MG	R\$ 109 milhões
18	Fortaleza	R\$ 67 milhões
19	Cuiabá	R\$ 4 milhões
20	Goiás	-

Fonte: Relatório Convocados¹³.

O Relatório evidenciou que os principais clubes do Brasil, em 2023, somaram uma dívida de R\$ 11,7 bilhões. O montante demonstrou que o equilíbrio financeiro está longe de ser alcançado, considerando empréstimos e financiamentos; dívidas com fornecedores, clubes e agentes; salários, direitos de imagem, encargos, impostos e contribuições pendentes; entre outros aspectos.

Mesmo com dívidas, alguns times resistem a esse tipo de gestão, relutando com a ideia de que a entrada do modelo empresarial ocasiona a perda da identidade clubística e a destruição das suas tradições históricas, pois podem trazer consigo mudanças importantes, tais como nas cores do time, de cidade-sede, perda de decisão dos conselheiros e sócio-torcedores, entre outros aspectos. Em determinadas ocasiões, a transformação em SAF também leva a modificações, inclusive, na identidade visual, reconfigurando o escudo do time. O recente caso do Boa Vista-RJ exemplifica este dilema (Figuras 8 e 9).

¹³ Organizado pela Consultoria Convocados, em parceria com a Galapagos Capital e a Outfield.

Figura 8 - Antigo escudo do clube

Foto: Acervo pessoal do Boavista S.C.

Figura 9 - Novo escudo do clube pós-SAF

Foto: Acervo pessoal do Boavista S.C.

Situações como essa ocasionam insatisfação dos torcedores, que reclamam a perda da identidade original do time de Saquarema.

Esta tendência para as gestões dos times, pautada na figura do clube-empresa, consolidou-se inicialmente na Europa. Neste tipo de organização, um conglomerado empresarial detém a posse do time. Alguns exemplos firmados compreendem o Bayer Leverkusen-ALE, pertencente à *Bayer*, gigante do ramo farmacêutico; o PSV Eindhoven-HOL, de posse da empresa *Philips*, da área de tecnologia; o Wolfsburg-ALE, propriedade da montadora *Volkswagen*, multinacional do setor automobilístico; e RB Bragantino-BRA, RB Salzburg-AUS, RB Leipzig-ALE e New York RB-EUA, do Grupo *Red Bull*, que se destaca

na fabricação de energéticos; outro exemplo clássico corresponde ao Grupo *City*, empresa árabe de capital fechado e maior conglomerado de clubes do planeta, dentre os quais destacam-se Manchester City-ING, Palermo-ITA, New York City-EUA e Girona-ESP.

Embora não tenham se consolidado enquanto experiências concretas de clube-empresa, alguns modelos de gestão do futebol brasileiro merecem destaque pela capacidade de injeção de dinheiro através de parcerias milionárias com empresas gigantes, tal qual a relação Palmeiras/Parmalat, multinacional italiana do ramo alimentício, em meados da década de 90; a dupla Corinthians/*Media Sports Investment* (MSI), na primeira década do século XXI, que resultou em investimentos em jogadores renomados, como os argentinos Carlitos Tevez e Javier Mascherano; a parceria entre Atlético-MG/MRV Engenharia, do âmbito da construção civil; Flamengo e BRB, do ramo bancário; e Palmeiras/Crefisa, empresa de crédito pessoal, possibilitando uma montagem de elenco pautada nas altas cifras.

O futebol brasileiro, acompanhando a tendência mundial, que consolidou o formato do clube-empresa, vem dando ênfase à transformação dos times em uma Sociedade Anônima do Futebol (SAF). O modelo de administração, embora ainda recente, obteve a adesão de clubes importantes no cenário nacional. Em agosto de 2021, o Governo Federal autorizou a mudança dos times de futebol em SAF, com novos padrões de gerenciamento, embasados pela Lei 14.193/2021. Clubes participantes das principais divisões nacionais e/ou de competições estaduais adotaram o modelo. Até o momento¹⁴, mais de 60¹⁵ times optaram pela adesão e outros estudam propostas¹⁶. Neste sentido, equipes de divisões inferiores ou sem disputa de nenhum campeonato nacional, ou em processo de recuperação, após ameaças de “fechamento das portas”, também se movimentaram para aderir à SAF. É o caso do Maringá-PR e do Figueirense-SC.

Para as equipes com entraves financeiros, a SAF pode criar estratégias de reestruturação de dívidas, grandes investimentos e maiores chances de crescimento, já que o poder econômico tende a elevar a competitividade. Para algumas equipes, a experiência pós-

¹⁴ Dados de novembro de 2024.

¹⁵ Os clubes mapeados até 11/11/2024 envolvem Amazonas, Sete FC-AM, Bahia, Fluminense de Feira-BA, Fortaleza, Tirol-CE, Brasiense, Capital-DF, Nova Venécia-ES, Rio Branco-ES, Atlético-GO, Centro Oeste-GO, Grêmio Anápolis-GO, Cuiabá, América-MG, Athletic Club-MG, Atlético-MG, Boston City FC-MG, Coimbra-MG, Cruzeiro, Ipatinga-MG, Itabirito-MG, Pouso Alegre-MG, CSP-PB, Araucária-PR, Azuriz-PR, Cianorte-PR, Coritiba, Foz do Iguaçu-PR, Galo Maringá-PR, Londrina-PR, Maringá-PR, Paranaíba-PR, PSTC-PR, Flamengo de Arcoverde-PE, Boavista-RJ, Botafogo, Vasco, América-RN, Clube Laguna-RN, Quinho-RN, Rio Grande-RN, Futebol com Vida-RS, Monte Roraima-RR, Figueirense, Hercílio Luz-SC, Tubarão-SC, América-SP, Botafogo-SP, Capivariano-SP, EC São Bernardo-SP, Ferroviária-SP, Inter de Limeira-SP, Ituano-SP, Linense-SP, Monte Azul-SP, Novorizontino-SP, Primavera-SP, São Bento-SP, São Bernardo-SP, São José EC-SP, Falcon-SE e Capital FC-TO (Globo Esporte, 2024).

¹⁶ Neste momento, o Botafogo-PB e a Portuguesa.

SAF, de fato, tem resultado em maior organização e resultados nos campeonatos. Considerando o desempenho até 2024, Botafogo, Cruzeiro e Fortaleza são exemplos de times com campanhas marcantes, seja em competições brasileiras e/ou sul-americanas.

Em Sergipe, o Falcon F.C., clube originário da Barra dos Coqueiros e que mudou sua sede para Aracaju, recém-fundado em 2020 e que pertence à Cavit Participações Ltda – empresa ligada a atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral – consiste num exemplo clássico de como esse modelo de negócio vem ganhando adesão no país. Em seu terceiro ano de existência, o “Carcará”, como é conhecido o time sergipano, possui como conquistas a série A2 sergipana; o vice-campeonato da primeira divisão; a melhor participação de um clube do estado na Copa São Paulo de Futebol Júnior, avançando à terceira fase em 2022; e a classificação para a série D, Copa do Brasil e pré-Copa do Nordeste de 2023, coroando uma ascensão significativa em poucos anos de existência.

Marcondes (2022) considera que a Lei que organiza a SAF é dotada de requisitos e exigências, a exemplo de princípios como responsabilidade, transparência e a necessidade de adotar medidas de gestão. Além disso, “[...] o mais importante para se falar na criação de uma SAF, não está na lei. Trata-se de vontade política. A tentativa de modernização dos clubes a partir das SAF’s acabam encontrando alta resistência por parte da cartolagem, replicando a velha tradição oligárquica que domina/dominou todas as esferas da sociedade. Os atuais cartolas terão que renunciar ao seu poder em favor do investidor, e isso não é simples”. Santos (2015) observa um longo caminho a ser percorrido em relação ao sucesso deste modelo, tendo em vista a atual organização administrativa dos times, a baixa qualificação dos dirigentes, o desejo de perpetuação nos cargos máximos, entre outros entraves que se opõem à dinâmica de implantação da SAF.

2.3.3 As Franquias Oficiais de Mercadorias Esportivas (FOMES): espaços-mercadorias da reprodução capitalista

Uma das formas de analisar o processo de mercantilização do futebol diz respeito ao fato de que, a cada dia, essa prática expande seus horizontes de atuação, indo muito além dos jogos. Grandes clubes do cenário nacional investem forte no franqueamento de lojas. As chamadas Franquias Oficiais de Mercadorias Esportivas (FOMES), espaços-mercadoria que

abarcam trabalho e consumo, voltados à expansão das receitas, mecanismo que faz do torcedor um potencial consumidor dos produtos do clube do coração (Santos, 2015).

Para entender a atuação das FOMES, é importante compreender o *franchising* (franqueamento), modelo comercial com origem nos EUA e com expansão pelo mundo a partir da segunda metade do século XX. Fontenelle (2002) analisa o termo como um contrato de direito de uso comercial da marca e do que se vende em nome dela. Para Gorz (2005, p. 45):

O *franchising* não é nada mais, nada menos, que a privatização de um conhecimento ou de uma competência, patenteado sob um nome de marca cujo uso é alugado a empresas que o utilizam. A firma-mãe continua como sua única proprietária. Ela faz funcionarem seus conhecimentos como um capital (imaterial) por intermédio das franquias. Este funciona como capital fixo na medida em que contribui para a produtividade das empresas licenciadas, organiza o trabalho, submete-o ao seu comando à distância. A totalidade do lucro da firma-mãe virá das “taxas” que ela cobra dos franqueados.

No contexto brasileiro, o franqueamento se estabeleceu em meados de 1980, período de crise econômica e turbulências no âmbito político como desdobramentos da crise do capital da década de 1970. Embora o momento tenha contemplado quedas no setor industrial, ao mesmo tempo houve a ampliação do setor de serviços, sobretudo na região Sudeste, o que corroborou para a chegada das franquias, em especial nas áreas comerciais valorizadas, acompanhando uma busca por investimentos de menor risco. Sendo assim, esse modelo de apropriação de um determinado signo possuiu importância expressiva para que, mais tarde, as franquias contemplassem o universo futebolístico.

Desde o fim da primeira década do século XXI, as franquias esportivas, rede de lojas que comercializam produtos licenciados de um clube a partir de direitos comerciais contratuais estabelecidos, passaram a compor o espaço urbano. Situadas geograficamente em áreas estratégicas para atender o público-alvo, evidenciam sua capacidade de comercialização, venda e extração de lucro capitalista. Elas envolvem uma complexa rede de ligações, hierarquia e subordinação (Santos, 2015).

Entre as franquias esportivas mais bem ranqueadas no Brasil, tem destaque a pioneira rede *Poderoso Timão*, do Corinthians (Figura 10), com um crescimento significativo e um quantitativo que abarcou 130¹⁷ lojas espalhadas pelo país e fizeram dela uma referência mundial, geralmente com um investimento inicial de abertura situado entre 100 mil e 200 mil reais (Ibid, 2015).

¹⁷ Número alcançado no ano de 2013.

Figura 10 - Loja *Poderoso Timão* no shopping Metrô Itaquera, em São Paulo



Foto: A autora, 2022.

É importante destacar que estas franquias se estabelecem em localidades consolidadas ou com alto potencial de crescimento. É o caso da rede em questão, exemplificada pela loja física situada no Shopping Metrô Itaquera, no bairro de Itaquera, onde está localizada a Neo Química Arena, estádio do Corinthians, com curta distância entre os dois empreendimentos. Outros exemplos de franquias compreendem à *Nação Rubro Negra*¹⁸, do Flamengo e a *Santos Store*, do Santos (Figuras 11, 12, 13 e 14).

Figura 11 - Loja oficial do Flamengo no Aeroporto Internacional de Guarulhos



Foto: A autora, 2022.

¹⁸ Neste caso, um clube do Rio de Janeiro com alcance por todo o país, e não diferente disto, com força no estado de São Paulo.

Figura 12 - Loja oficial do Flamengo na Avenida Paulista, em São Paulo



Foto: A autora, 2022.

Figura 13 - Loja oficial do Santos, em Santos-SP



Foto: A autora, 2022.

Figura 14 - Produtos à venda na loja *Santos Store*



Foto: A autora, 2022.

Suas localizações levam em conta as novas centralidades que moldam o espaço urbano. As lojas do Flamengo se situam em pontos de muita movimentação: a Avenida Paulista e o Aeroporto Internacional de Guarulhos, locais de grande fluxo de pessoas e alto potencial de consumo. A loja do Santos se localiza dentro do complexo da Vila Belmiro, estádio do clube. Importante salientar que, o turista/torcedor, ao fazer a visita à Vila e ao Memorial das Conquistas, o ponto de saída destes ambientes leva ao interior da própria loja, estimulando a compra dos produtos oficiais. Outros exemplos de importantes franquias correspondem à rede *Gigante da Colina*, do Vasco; *São Paulo Mania*, do Tricolor Paulista; e *Grêmio Mania*, do Tricolor do Sul, entre outras.

Os sons e objetos compõem a identidade do torcedor, que ora se identifica, ora se diferencia entre si a partir desses símbolos que se materializam em mercadorias no capitalismo. Essa rede de lojas que abarca produtos licenciados vai além da vestimenta e abrange diversos produtos, a exemplo de caneca, bicho de pelúcia, chaveiro, flâmula, toalha, mochila, desodorante, cobertor e um leque de opções que permite ao torcedor se sentir identificado de forma completa, pois todos eles carregam consigo a marca, acompanhada pela segurança da oficialidade.

[...] os objetos-mercadoria de um clube de futebol, tal como qualquer mercadoria, se apresentam, de um lado, como valores de uso para quem os adquire, ao expressar o desejo de consumi-los, e de outro como valores de troca, uma vez que os indivíduos se inserem numa relação de troca (Santos, 2015, p. 3).

Estas franquias são controladas por empresas franqueadoras, que possuem o poder comercial de utilização de determinada marca.

[...] Para a franqueadora, a estratégia gira ao redor da obtenção de lucros advindos do comércio de mercadorias licenciadas, através dos pontos comerciais estrategicamente localizados. Por parte do clube haveria a obtenção de receitas mediante as taxas cobradas sobre os direitos de uso da sua marca, através do pagamento de royalties. [...] E para o patrocinador oficial de produtos esportivos, a possibilidade de mais um canal de distribuição de suas mercadorias, além de atestar ao consumidor a oficialidade do ponto comercial (Santos, 2015, p. 11).

No Brasil, dois grandes conglomerados detêm o monopólio do setor: a SPR Franquias e a *Meltex AOY Franchising*. A primeira começou suas atividades em 2008, ano de gênese das FOMES, tendo como clubes/parceiros iniciais o Corinthians e a *Nike*, com sede no município de Extrema-MG, onde está o centro de distribuição. Em locais como este:

[...] fluem e refluem todos os tipos de objetos-mercadorias já desdobrados. São eles: produtos têxteis *made in China* referentes à patrocinadora oficial do clube que significa a marca; produtos variados *made in China* comprados pela franqueadora; produtos têxteis produzidos pelo setor de confecções da franqueadora; produtos terceirizados mediante autorização e controle por parte da franqueadora (Santos, 2015, p. 31).

Para compreender o papel das FOMES no âmbito do capitalismo, cabe relacioná-las ao modo como Marx (2007) vê a produção geral, a partir de quatro estágios correspondentes aos ciclos de reprodução do capital: produção, distribuição, troca (circulação) e consumo, de modo que cada etapa perpassa pela outra. Estas fases constituem um ciclo no qual a produção engloba um viés universal, a distribuição e a troca compreendem o âmbito particular, e o consumo abarca a esfera singular, que permite a unificação do todo.

Na produção, os membros da sociedade apropriam (elaboram, configuram) os produtos da natureza às necessidades humanas; a distribuição determina a proporção em que o indivíduo singular participa desses produtos; a troca o provê dos produtos particulares nos quais deseja converter a cota que lhe coube pela distribuição; no consumo, finalmente, os produtos devêm objetos do desfrute, da apropriação individual (Marx, 2011, p. 44).

Na produção, terra/trabalho/capital são condições essenciais. O processo produtivo é realizado pelos indivíduos assalariados. O ato da produção também envolve, em si, o consumo, pois à medida que se produz, por exemplo, um uniforme de um clube de futebol, está se consumindo os meios de produção usados no processo.

Depois disso, as mercadorias podem ser distribuídas. Por isso, a distribuição é oriunda das formas de produção, isto é, uma tem determinação sobre a outra. Ao se produzir uma mercadoria, já se considera a distribuição. Dessa forma, está presente tanto nos instrumentos que são produzidos, quanto nos indivíduos dispostos na produção. A troca envolve a atividade produtiva e distributiva, antes do consumo. Abarca, também, as atividades e potencialidades que se encontram na produção, bem como na troca de objetos.

À medida que o consumo se dá, nova é a necessidade de retornar o ciclo, pois necessita-se de uma nova produção. Assim, a produção origina o objeto a ser consumido, por isso, cria também o consumidor. Ao mesmo tempo em que o consumo também é produção. Logo, um cria a necessidade do outro. Esta última fase, o consumo, marca a realização concreta do mais valor.

Sob essa ótica, a produção é mola propulsora inicial; distribuição e troca são intermediárias; e o consumo é o ponto de chegada, etapa conclusiva do processo ou do ciclo do capital. Portanto, os quatro estágios constituem uma totalidade a partir de uma interação, pela qual é possível compreender fenômenos, inclusive o futebol e as nuances representadas na quadra atual. A produção material (de objetos-mercadoria) está ligada à produção imaterial (existência de uma marca) e, ao mesmo tempo em que é produto, é condição necessária para se reproduzir e perpetuar no cenário capitalista (Marx, 2007).

2.3.4 O “jogador de futebol”, a seletividade e sua transformação em mercadoria

As recorrentes transformações no espaço e no tempo ditam os rumos da nova estrutura social. A ideia de encurtamento das distâncias, a tecnologia e a informação, preconizadas por Harvey (2006), propiciam uma nova dinâmica que interfere também no modo como se molda o futebol. É sempre importante pensar como essa influência pode ocasionar a falência dessa prática no seu aspecto aparentemente inato e de sociabilidade, pois a roupagem atual está pautada na lógica de uma grande indústria, na qual o poder econômico norteia o universo futebolístico.

Se o processo de colonização dos países da periferia do sistema capitalista se caracteriza pela exploração demasiada da mão de obra e das riquezas, no âmbito do esporte esse fundamento também está evidente, tendo como matéria-prima, o jogador. Tal realidade permite-nos afirmar uma relação de dominação e de hierarquização do futebol a partir da

classificação entre países centrais, periféricos e semiperiféricos, como forma de apresentar didaticamente a realidade dos times e dos atletas. Nessa perspectiva, Taylor e Flint (2002, p. 22), observam que “em termos simples, os processos de centro consistem em relações que combinam salários relativamente altos, tecnologia moderna e um tipo de produção diversificada; enquanto os processos de periferia são uma combinação de salários baixos, tecnologia mais rudimentar e um tipo de produção simples”. A noção de semiperiferia, por sua vez, mescla os processos centrais e periféricos.

Tiesler e Coelho (2006, p. 315) destacam, sob o ponto de vista geográfico, a espacialização desigual do futebol no mundo:

[...] as relações entre o centro e a periferia, sendo a Europa o centro futebolístico – historicamente, bem como em termos culturais e econômicos – enquanto o Brasil e os países africanos constituem exportadores de talentos futebolísticos de alta mobilidade e os EUA, a Rússia e os países asiáticos podem ser entendidos como a periferia, mas também como novos mercados e potências econômicas que começam a condicionar a migração dos jogadores, tornando-se assim por vezes importantes recém-chegados ao campo.

Enquanto os países centrais encontram nos periféricos a força de trabalho que recheia suas principais ligas, muitos atletas deixam seus países, de menor poder econômico, que ficam carentes dos principais talentos, exportados desde cedo e, geralmente, com uma história futebolística rasa em sua nacionalidade de origem (Favero, 2009). Isso ocasiona um grave problema, visível, por exemplo, na realidade dos jogadores de ascendência africana. Ao jogar em outros continentes, geralmente na Europa, muitos optam por se naturalizar e atuar pelas seleções europeias, fenômeno notável na França, última campeã mundial. A relação de colonização entre ambos os continentes, baseada na exploração da força de trabalho e recursos, migrações e preconceito que perdura séculos e, sob novas circunstâncias e natureza, permanece, se replica no futebol, mantendo a dualidade colonizador/colonizado.

Da Copa do Mundo de 2018, vencida pela França, dos 23 campeões, 14 possuem ascendência africana, geralmente filhos de imigrantes de antigas colônias do país europeu. Os jogadores são oriundos de Angola (Matuidi); Argélia (Fekir); Camarões (Umtiti); Guiné (Pogba); Mali (Dembelé, Kanté e Sidibé); Marrocos (Rami); República Democrática do Congo (Mandanda, Kimpembé e Nzonzi); Senegal (Mendy); Togo (Tolisso); Mauritânia (Dembelé); e, a maior estrela da seleção e craque mundial, Mbappé, filho de pai camaronês e mãe argelina (O Gol, 2022).

A escolha desses jogadores está associada às maiores chances de avançar na carreira, disputar as grandes competições europeias, como a Eurocopa. Ao mesmo tempo, pode

significar um alto preço a se pagar, desafios que abarcam, sobretudo, racismo e xenofobia, exemplificada pela fala do atacante “francês” Benzema, muçulmano e de raiz argelina: “Quando eu faço gols, sou francês. Quando não faço e as coisas vão mal, eu sou árabe”.

Embora uma gama de artefatos componha o universo futebolístico, a estrela principal do esporte é o jogador, força de trabalho de alcance global. A consolidação do atleta enquanto mercadoria está presente quando a entidade máxima do futebol, a FIFA, institui normas nas relações de trabalho e, neste sentido, o atleta é objeto de compra, venda, troca e/ou empréstimo, firmando vínculos e constituindo-se como propriedade de um time. Conforme afirma Damo (2005, p. 339):

[...] os futebolistas são sujeitos a uma segunda ordem de transição: de pessoa à coisa. Eles pertencem a um clube – e a uma comunidade de sentimento – pelo fato de possuírem vínculos sociais, dentre os quais destacam-se os afetivos que (...) são construídos, dramatizados e encenados. O que os prende a um clube não é, contudo, o pertencimento clubístico, único e imutável, como o dos torcedores, mas um contrato formal, juridicamente avalizado pela legislação trabalhista.

Esse processo que transforma o jogador em coisa é tão profundo que ele pode ser comercializado como uma roupa ou um calçado. “Mas a sociedade não enxerga isso como uma forma de mercadorização do ser humano. Isso não é específico apenas do futebol, mas é onde o processo está mais avançado” (Favero, 2009, p. 13). O atleta é negociado sob diferentes naturezas e possui um valor atrelado à sua imagem. É um produto que propicia renda ao clube responsável por sua contratação.

Destaque-se nesse ponto que há os que alçam o posto de capitalistas individuais. Os salários extraordinários não os confundem com coisas, objetos. Ainda que seus talentos sejam usurpados pelo sistema do capital, os altos rendimentos os transformam em novos investidores capitalistas ou apenas especuladores. Trata-se aqui de diferenciar o jogador confundido com trabalhador, explorado e de rendimento baixo, que apenas ou muito mal reproduz a sua vida e da família e não garante sua reprodução após a aposentadoria, que em geral não ultrapassa a faixa dos 40 anos. Há os jogadores trabalhadores assalariados e jogadores que atuam como estrelas, com altos valores de mercado, mas que cujos rendimentos os permitem modos de vida de privilégios e aposentadorias ricas para a vida toda.

No quadro atual, o Brasil é um exportador de atletas, objetivo comemorado pela entidade máxima do esporte brasileiro, a CBF, toda vez que o recorde de venda supera a marca obtida anteriormente (Ibid, 2009). Um bom exemplo corresponde aos anos 1980, período que marca forte mobilidade-êxodo de jogadores do território nacional. Se, de um

lado, costuma ser um dos líderes em exportação de commodities no setor agrário, no mundo do futebol reproduz a prática de venda, neste caso, das grandes “estrelas” dos campos (Santos, 2015). A representatividade dos “astros da bola” está expressa na fala de Boniface (2006, p. 14):

Bien sûr George W. Bush, Ben Laden, le Pape ou le Dalai Lama, Madonna ou Youssou N’Dour sont universellement connus (comme diversement appréciés). Or, Zidane, Beckham et Ronaldhino les dépassent de loin en notoriété et plus encore en popularité. Le football est bel et bien l’archétype de la mondialisation plus encore que la démocratie, l’économie de marché ou internet¹⁹.

Todo esse reconhecimento mundial envolve uma hipervalorização em torno da profissão jogador de futebol, com salários exorbitantes e a possibilidade de uma vida de luxo aos que têm a sorte de se transformar em celebridades da bola. Para se ter ideia dos cifrões envolvidos neste universo, a Tabela 3 traz as transferências mais caras do futebol.

Tabela 3 - As transferências mais caras da história²⁰

Jogador	Valor da transferência
Neymar Júnior	222,00 mi €
Kylian Mbappé	145,00 mi €
Ousmane Dembélé	140,00 mi €
Phillippe Coutinho	135,00 mi €
João Félix	127,20 mi €
Antoine Griezman	120,00 mi €
Jack Grealish	117,50 mi €
Cristiano Ronaldo	117,00 mi €
Eden Hazard	115,00 mi €
Romelo Lukaku	113,00 mi €

Fonte: Transfermarkt, 2022.

Com a presença de dois brasileiros entre as dez maiores transferências mundiais, todas concretizadas por grandes clubes europeus que disputam a Liga dos Campeões, Neymar e Phillippe Coutinho representam a personificação dos valores inimagináveis que fazem do atleta uma super mercadoria, objeto de troca, compra e venda no mercado do futebol. Para reafirmar a capacidade financeira do continente, um aspecto relevante e que merece ser considerado diz respeito à manutenção do poderio econômico destas potências, mesmo no

¹⁹ É certo que George W. Bush, Bin Laden, o Papa ou o Dalai Lama, Madonna ou Youssou N’Dour são universalmente conhecidos (e diversamente apreciados). Mas Zidane, Beckham e Ronaldinho ultrapassam-nos de longe em notoriedade e ainda mais em popularidade. O futebol é, ao fim e ao cabo, o arquétipo da mundialização, ainda mais do que a democracia, a economia de mercado ou a internet (T.A).

²⁰ Os dados apresentados foram considerados até o ano de 2022.

período da pandemia, refletida na capacidade de realização de transferências milionárias de atletas, indicando a manutenção do potencial financeiro, conforme as Tabelas 4, 5 e 6.

Tabela 4 - As maiores transferências europeias na temporada 2019/2020

Jogador	Valor da transferência
João Félix	127,20 mi €
Antoine Griezman	120,00 mi €
Eden Hazard	115,00 mi €
Harry Maguire	87,00 mi €
Frenkie de Jong	86,00 mi €
Matthijs de Ligt	85,50 mi €
Lucas Hernández	80,00 mi €
Nicolas Pépé	80,00 mi €
Rodri	62,70 mi €
Christian Eriksen	27,00 mi €

Fonte: Transfermarkt, 2022.

Tabela 5 - As maiores transferências europeias na temporada 2020/2021

Jogador	Valor da transferência
Kai Havertz	80,00 mi €
Arthur	76,00 mi €
Rúben Dias	68,00 mi €
Leroy Sané	60,00 mi €
Miralem Pjanic	60,00 mi €
Timo Werner	53,00 mi €
Bem Chilwell	50,20 mi €
Mauro Icardi	50,00 mi €
Thomas Partey	50,00 mi €
Achraf Hakimi	43,00 mi €

Fonte: Transfermarkt, 2022.

Tabela 6 - As maiores transferências europeias na temporada 2021/2022

Jogador	Valor da transferência
Jack Grealish	117,50 mi €
Romelu Lukaku	113,00 mi €
Jadon Sancho	85,00 mi €
Dušan Vlahović	81,60 mi €
Achraf Hakimi	66,50 mi €
Bem White	58,50 mi €
Ferran Torres	55,00 mi €
Dayot Upamecano	42,50 mi €
Raphael Varane	40,00 mi €
Eduardo Camavinga	31,00 mi €

Fonte: Transfermarkt, 2022.

Cada indivíduo tem seu preço, a depender do talento e do investimento em torno de sua carreira profissional. O preço de cada jogador corresponde ao seu valor de mercado, evidenciado na Tabela 7.

Tabela 7 - Atletas mais valiosos do mundo em 2022

Jogador	Valor de mercado
Kylian Mbappé	160,00 mi €
Erling Haaland	150,00 mi €
Vinícius Júnior	100,00 mi €
Mohamed Salah	100,00 mi €
Harry Kane	100,00 mi €
Phil Foden	90,00 mi €
Bruno Fernandes	90,00 mi €
Kevin de Bruyne	90,00 mi €
Neymar	90,00 mi €
Dušan Vlahović	85,00 mi €

Fonte: *Transfermarkt*, 2022.

Dois brasileiros compõem a lista dos dez jogadores mais valiosos: Vinícius Júnior e Neymar. O valor de mercado do atleta não é fixo, está relacionado a performance, a capacidade de decisão, ao momento e a um emaranhado de fatores, dentre os quais se consideram diversos fundamentos (cabeceio, passe, drible, desarme), idade, gols, assistências, histórico de contusões, entre outros.

Todos estes elementos demonstram a realidade da espacialização do futebol no mundo. Os efeitos da crise do capitalismo, entre as décadas de 70 e 80, possuem relação direta com o futebol (Paulani, 2009). Alguns fatores que se desenrolaram em consequência das transformações impostas nesse período foram destacados por Proni (1998), a exemplo da desvalorização da moeda (real) em relação ao dólar, que facilitou a compra dos craques brasileiros pelos times do exterior. Além disso, houve uma necessidade das equipes se desfazerem de atletas para equilibrar as contas, já que essa década foi crítica. A saída de jogadores, inicialmente de craques consagrados passou a abarcar atletas promissores, já que o fenômeno do “empresariamento” fez do Brasil um exportador de talentos, sobretudo, para o continente europeu.

Na lógica atual, os países da Europa Ocidental levam os atletas candidatos a craque; os EUA e países da Ásia, principalmente da região do Oriente Médio, novos e fortes no mercado, compram jogadores medianos e/ou bons; e os países periféricos, como um todo, assumem o papel de venda dessa mercadoria (Favero, 2009). “A África produz alguns dos melhores jogadores para o mundo e não recebe nada em troca. O mundo ainda nos vê como escravos. Vivemos uma segunda escravidão” (Roger Milla, ex-futebolista camaronês, eleito o melhor jogador africano em 1990) (Agostino, 2002, p. 201). Com seu poder financeiro, os times “centrais” adquirem os atletas dos times “periféricos”, ocasionando a perda de interesse dos jovens de territórios marginalizados pela prática esportiva.

Na competição desenfreada pela mercadoria jogador, potências do futebol assediam crianças e adolescentes, tentam convencê-los e a seus responsáveis sobre o futuro promissor que se apresenta, abreviando a profissionalização de muitos destes (Favero, 2009). Uma rede de “olheiros” de vários clubes busca incessantemente encontrar e lapidar promessas com alto potencial, a partir de sistemas modernos de recrutamento, a exemplo de times como Internazionale-ITA e Ajax-HOL, sendo que este último dispõe de um processo refinado de atletas ainda nos anos iniciais, oferece habilidades sociais extras, como uma base escolar sólida, formação na área de gestão do futebol, etc. (Giulianotti, 2010).

No Brasil, por exemplo, o Athletico-PR se tornou uma referência. Cerca de 120 jovens entre 14 e 19 anos dividem os alojamentos no mesmo espaço que o time principal, com acesso a profissionais de saúde, tratamento médico e odontológico, uma rede de infraestrutura e uma rotina que compreende centro de treinamento moderno, academia, áreas de lazer, obrigatoriedade de acesso à escola, aulas de inglês, reforço escolar, entre outros. Assim, o clube reforça a capacidade intelectual e oferece condições que valorizam ainda mais a sua mercadoria, visto que o atleta detém maior consciência dos outros âmbitos da vida e a percepção do que acontece ao seu redor. Além disso, os jovens também são preparados para o caso de a carreira não dar certo, com acompanhamento psicopedagógico corriqueiro (Globo, 2019).

A formação em torno do jogador brasileiro segue uma dinâmica que envolve a descoberta de um talento que traga rentabilidade ao time e sua consequente venda para as potências europeias. Ao trocar de equipe novamente, o(s) clube(s) formador(es) ainda continua(m) recebendo a porcentagem equivalente por ser berço do profissional, isto é, diante de cada transferência internacional, tem direito a 5% do valor da venda, compartilhado entre os times pelos quais o atleta perpassa dos 12 aos 23 anos. A comercialização dos talentos brasileiros é uma tendência que se replica a cada dia. Mais do que a vontade de vestir a “amarelinha”, o jovem sonha com Real Madrid, Barcelona, Liverpool, Chelsea e outras potências globais. Isso resultou na venda de muitos jogadores para o exterior, entre o final do século XX e o início do século XXI, conforme a Tabela 8.

Tabela 8 - Exportação de atletas brasileiros

Ano	Total de jogadores
1989	132
1992	205
1995	254
1996	381
1997	556
2000	701
2003	858
2007	1085
2008	1176

Fonte: CBF.

Embora a década de 1980 tenha propriamente inaugurado o fluxo migratório dos atletas para o exterior, o crescimento progressivo se deu, especialmente, da metade de 1990 em diante, com salto nos primeiros anos do século XXI, fomentado pelo avanço financeiro da Europa e a abertura de leis com aceitação para a maior quantidade de estrangeiros nos clubes. O aumento expressivo pós-2003 coincidiu com a mudança no regulamento do Campeonato Brasileiro, que saiu do sistema de mata-mata²¹ para o de pontos corridos²², inaugurando uma fase ainda mais capitalista do futebol nacional.

Os atletas deslocam-se para outros países num processo mais simples do que quando comparado a outras profissões. Mas não só isso, um dos fenômenos em destaque, sobretudo nos últimos anos, corresponde à opção de jogadores brasileiros por defender outras seleções, em detrimento do seus país de nascimento, exemplificado pelo Quadro 2.

Quadro 2 - Jogadores e/ou ex-jogadores brasileiros com atuação por outras seleções

Jogador	Clube(s) com passagem	Naturalização
Alan Carvalho	Beijing Guoan- CHN, Fluminense-BRA	China
Aloízio	São Paulo-BRA, América/MG-BRA	China
Diego Costa	Atlético de Madri-ESP, Wolverhampton/ING	Espanha
Elkeson	Botafogo-BRA, Grêmio-BRA	China
Emerson Palmieri	Roma-ITA, West Ham-ING	Itália
Jorginho	Napoli-ITA, Arsenal-ING	Itália
Mário Fernandes	Grêmio-BRA, CSKA-RUS	Rússia
Matheus Nunes	Estoril-POR, Wolverhampton/ING	Portugal
Marlos	São Paulo-BRA, Athletico/PR-BRA	Ucrânia
Otávio	Internacional-BRA, Porto-POR	Portugal
Pepe	Real Madrid-ESP, Porto-POR	Portugal
Rafael Tolói	São Paulo-BRA, Atalanta-ITA	Itália
Thiago Alcântara	Barcelona-ESP, Liverpool-ING	Espanha

Organização: A autora, 2024.

²¹ Formato de competição em fases eliminatórias, com direito à final.

²² Modelo de disputa no qual os times jogam entre si, em dois turnos, e quem somar a maior quantidade de pontos fica com o título.

Esse fenômeno está relacionado, entre vários aspectos, à identificação dos atletas aos países onde atuam ou atuaram (adaptação ao estilo de vida, cultura, sistema educacional, oferta de serviços, etc.); à falta de oportunidades na seleção brasileira (cada vez mais ligada à influência de empresários, em detrimento do aspecto técnico); e outra gama de elementos intrínsecos a cada indivíduo.

A entrada de jogadores estrangeiros, especialmente nos países europeus, também retrata, em muitas ocasiões, a não aceitação e a intolerância de parte de torcedores e atletas. O fato é que a mão de obra encontra na identidade nacional um grande entrave e resistência por parte de alguns grupos sociais (Hobsbawm, 2007). Ainda que seja um processo cada vez mais comum, não anula o crescente fenômeno da xenofobia e outras formas de preconceito e extremismo evidenciadas nas principais competições do mundo. Um clássico exemplo corresponde ao ex-jogador Paolo Di Canio, da Lazio-ITA, com o hábito de comemorar gols a partir de saudações fascistas, o chamado “saluto romano”, ocasionando multa e punição, posteriormente (Favero, 2009).

Se, durante muito tempo, judeus, ciganos, homossexuais e outras minorias sofreram depreciação de parte da Europa, a mundialização do futebol ocasionou um fluxo migratório intercultural que inundou o continente, aprofundando a xenofobia e outras manifestações preconceituosas. Uma base nacional mais multiétnica está longe de ser unanimidade e uma onda de ódio dirigida às nacionalidades periféricas e colonizadas, pelos próprios europeus, se amplia (Foer, 2005).

2.3.5 O episódio Bosman e o controle sobre o trabalho

Para entender a expansão das transferências dos jogadores é importante considerar um episódio emblemático. O atleta Jean-Marc Bosman, do Liège, da primeira divisão belga, teve seu contrato finalizado em junho de 1990 e recebeu uma proposta de renovação, porém com redução de 75% da remuneração mensal, compreendendo o valor mínimo permitido pela federação de futebol do país (Teixeira, 2021).

Após recusar a proposta oferecida, Bosman entrou em acordo com outro time, o Dunkerque, da segunda divisão da França, que acenou para um acordo de transferência com o jogador e o clube belga. O Liège exigiu uma compensação financeira de mais de 11 milhões de francos belgas referente ao valor de indenização da venda, mas a equipe francesa não dispôs do montante. “[...] o Liège [...] cancelou o acordo e suspendeu o jogador” (Giulianotti,

2010, p. 159). Enquanto isso, o profissional ficou sem atuar e sem a liberação para jogar por outra equipe, já que o Liège se aproveitou da “Lei do Passe”²³.

Bosman não aceitou a redução salarial para a renovação, alegou a ilegalidade da “Lei do Passe” e [abriu] “uma ação na Justiça, demandando mensalmente pagamentos do Liège e a anulação do preço de seu passe [...]” (Ibid, p. 159). A partir de então, o caso foi parar no tribunal europeu, abalando as formas de transferências da modalidade esportiva.

Bosman declarou que as regulamentações das transferências europeias contrariavam o artigo 48 do Tratado de Roma, que garantia a liberdade de movimento a todos os trabalhadores europeus contra qualquer discriminação baseada na nacionalidade. [...] Alegou também que a “regra 3 + 2”²⁴ da Uefa para o jogador estrangeiro era ilegal. Os princípios do livre-mercado de Bosman foram logo aplicados às transferências dos jogadores das nações da União Europeia (Ibid, p. 159).

Enfrentando instituições poderosas, como a União das Associações Europeias de Futebol (UEFA), a Federação Belga de Futebol (KBFV²⁵) e o Liège, o jogador obteve êxito no processo.

No dia 15 de dezembro de 1995, o Tribunal de Justiça Europeu de Luxemburgo deu o veredicto final a Bosman, declarando ilegais as indenizações por transferências de jogadores e as cotas limitando o número de jogadores da União Europeia, sem direito a apelação. A decisão favorável a Bosman mexeu profundamente com todas as estruturas no futebol da Europa (Favero, 2009, p. 41).

A ação cível trabalhista, relacionada à liberdade de movimento do atleta, levou o jogador, pertencente à União Europeia (UE), a ter a permissão de jogar em qualquer time de país-membro do bloco econômico, não sendo mais considerado “de fora”. O episódio deu início a acontecimentos importantes: o aumento da mobilidade profissional, sobretudo na Europa e o crescimento da influência dos times de maior poder econômico do continente, que podem montar equipes cada vez mais fortes, inclusive com atletas de alto nível de dentro da própria UE, agora sem restrição. O fim do passe levou esses clubes a captarem promessas de times com menor poder econômico no continente a partir do pagamento da multa rescisória

²³ A Bélgica, assim como outros países europeus, adota a “Lei do Passe”, ou seja, o atleta é propriedade do clube. Após o fim do contrato, embora o jogador não atue mais, o time permanece com o passe. Isso significa que a equipe atual pode optar por não vender o jogador, continuando com a posse, mesmo sem pagar salário e sem vínculo de trabalho. Ao decidir vender, pode cobrar o valor que lhe interessar. Em muitas ocasiões, como o time não aceita as propostas, o jogador acaba acatando a sugestão de renovação com os moldes oferecidos pela equipe atual, uma maneira de não ficar sem jogar (Giulianotti, 2010).

²⁴ “A ‘regra 3 + 2’ permitia aos clubes europeus jogarem com no máximo três jogadores “estrangeiros” e dois “assimilados” durante os jogos. Jogadores “assimilados” eram os estrangeiros que tinham jogado por um período de cinco anos [...]” (Greenfield e Osborn, 1998, p. 16).

²⁵ Do alemão *Königlicher Belgischer Fußballverband*.

estipulada em contrato. Tal fato contribuiu para a concentração de títulos para as potências futebolísticas europeias. Mesmo quando há conquistas do ponto de vista do trabalhador, conquistas importantes como o direito de decidir sobre o trabalho, a mobilidade do seu corpo, aqui compreendido como mercadoria valorosa, as corporações são beneficiadas, tiram vantagens, assumem outras formas de captura de renda a partir de mecanismos de venda dessa mercadoria, o corpo do atleta.

Nos anos finais da década de 1990, o cenário futebolístico europeu teve uma nova configuração: ingressos a preços elevados, torcedores mais elitizados, crimes de racismo e conflitos nacionalistas/separatistas, clubes com crises identitárias, entre outras transformações. Além disso, a arrecadação anual na casa dos milhões dos atletas consagrados, impulsionou a possibilidade de adoção de medidas para melhor equacionar a remuneração, a exemplo de um teto salarial e de uma divisão mais equitativa das bilheterias, todavia, as possíveis ações não tiveram aprovação das equipes de elite. Tal quadro reforça a consolidação de um cenário de poder e controle dos processos decisórios entre aqueles que detêm maior capital. O capítulo que segue acena para uma reflexão do papel das entidades na regulação do futebol e na vida dos jogadores.

3 O PAPEL DAS ENTIDADES E A DINÂMICA DESIGUAL DO DESENVOLVIMENTO NA REGULAÇÃO E CONTROLE DO FUTEBOL-MERCADORIA

3.1 A atuação dominadora das entidades

O universo do futebol está atrelado à ação de diferentes atores e/ou organismos, isto inclui indivíduos, entidades e/ou corporações empresariais, que agem isoladamente ou em conjunto, de modo a controlar, dirigir e ditar os rumos do esporte nas mais variadas escalas de análise.

3.1.1 A espacialização e dominação da FIFA

Uma análise geográfica do futebol não permite mais enxergar a FIFA apenas como a entidade representativa máxima da modalidade. O potencial centralizador de algumas instituições internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), com atuação direta sobre seus 192 filiados, replica-se na FIFA, presente em 211 associações, reforçando a capacidade de angariar países numa velocidade impressionante (Favero, 2009).

A FIFA, aqui tratada enquanto corporação internacional, possui uma função essencial para a reprodução do capital no âmbito futebolístico, por isso visa um quantitativo cada vez mais expressivo de federações nacionais e divide, de forma desigual, o poder do dinheiro para transformá-lo em capital, pois seus interesses são distintos, a depender da atratividade e do retorno financeiro que cada time/país/região pode oferecer. Em meio a este processo de reprodução e ampliação capitalista, as regiões são exploradas de forma estratégica.

Para fazer parte da organização, a entidade institui a necessidade do cumprimento de requisitos, apresentados por Favero (2009, p. 22): “[...] obedecer à entidade, ‘seguir a cartilha’, não ir contra as decisões estatutárias (mesmo que as decisões firam leis nacionais) e promover o futebol em sua área de atuação, de acordo com as determinações e interesses [dela]”.

Os presidentes, em sua maioria, são oriundos da Europa, em especial da França e da Inglaterra. Todavia, não há como pensar a expansão da instituição sem creditar ao papel do

brasileiro João Havelange, presidente no período de 1974-1998, momento da entrada da maior parte dos membros na entidade.

Em 1974, depois de subir muito, Jean Marie Faustin de Goedefroid Havelange conquistou a cúpula da FIFA. E anunciou.

- Vim vender um produto chamado futebol.

Desde então, Havelange exerce o poder absoluto sobre o futebol mundial. Com o corpo grudado no trono, rodeado por uma corte de vorazes tecnocratas, [...] reina em seu palácio de Zurique. Governa mais países que as Nações Unidas, viaja mais que o Papa, e tem mais condecorações que qualquer herói de guerra. (...) Este idoso monarca mudou a geografia do futebol e transformou-o num dos mais esplêndidos negócios multinacionais. Em seu mandato, dobrou a quantidade de países nos campeonatos mundiais: eram dezesseis em 1974, [...] trinta e dois em 1998 (Galeano, 2002, p. 166-167).

A expressiva influência da FIFA na quadra atual está representada na Tabela 9, por meio das 211 associações²⁶ afiliadas:

Tabela 9 - Associações da FIFA

Continentes	Confederações	Ano de criação	Total de associações
África	Confederação Africana de Futebol - CAF	1957	54
América do Norte, Central e Caribe	Confederação de Futebol da América do Norte, Central e Caribe - Concacaf	1961	35
Ásia	Confederação Asiática de Futebol - AFC	1954	46
América do Sul	Confederação Sul-Americana de Futebol - Conmebol	1916	10
Europa	União das Associações Europeias de Futebol - Uefa	1954	55
Oceania	Confederação de Futebol da Oceania - OFC	1966	11

Fonte: Fifa, 2021.

As confederações continentais têm a finalidade de intermediar e representar a FIFA no âmbito continental, organizando competições maiores, a exemplo da Conmebol, na condução da Copa Libertadores, Sul-Americana, Recopa, Copa América, entre outros torneios; e a Uefa, que coordena a Liga dos Campeões, Liga de Conferência da Europa, Euro e Liga das Nações, além de outros campeonatos. Isso porque a FIFA assume um papel de articulação de um projeto de reprodução do futebol como negócio, representado nos lucros oriundos, especialmente, das transmissões e patrocínios que garantem uma reserva financeira em torno de 1,5 bilhão de dólares, bem como no modo como a corporação se organiza politicamente.

Cada país novo (ou associação nacional nova) representa um novo voto. Ou seja, a expansão espacial está diretamente ligada à expansão do poder político dentro da

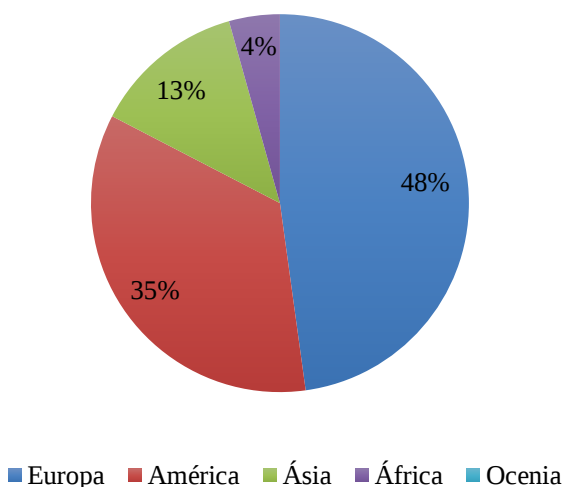
²⁶ “Em cada país ou território independente a FIFA reconhece uma associação responsável por guardar e disseminar a prática profissional e não profissional do futebol. Essa associação é vinculada à Confederação continental e ao Comitê Olímpico do seu país” (Matias, 2020, p. 150).

entidade (bases eleitorais), já que seu presidente é eleito por maioria de votos. Se a maioria está satisfeita com a gestão (e nesse caso entende-se também a satisfação como recebimento de presentes, agrados, favores políticos, etc.), o dirigente é reeleito (Favero, 2009, p. 27).

Considerando o grau de influência que possui, a instituição assume decisões políticas com desdobramentos econômicos para as nações, ao mesmo tempo assegurando um capital geopolítico para o esporte com rebatimentos para os envolvidos, à medida que times, regiões e federações disputam entre si. Um exemplo diz respeito à escolha das sedes das Copas do Mundo, pois a definição de A, B ou C, é carregada de estratégias, caso da Copa de 2006, em que a África do Sul despontou como favorita e perdeu para a Alemanha, sob condutas questionáveis de compra de votos dos delegados.

Uma análise mais ampla requer mapear os continentes de realização das 22 edições do evento, conforme o Gráfico 1.

Gráfico 1 - Continentes-sede da Copa do Mundo – 1930-2022



Fonte: A autora, 2022.

O continente europeu sediou a competição em 11 ocasiões, tornando-se a região que mais recebeu a copa; em seguida vem a América, em oito oportunidades; a Ásia deteve o evento por três vezes; a África sediou a competição apenas uma vez; e a Oceania não teve papel de anfitriã em nenhuma ocasião. Normalmente as escolhas seguem a lógica de expansão de áreas de influência, na tentativa de abocanhamento de novas federações e/ou países associados, uma espécie de imperialismo que busca, regularmente, capital, poder e controle espacial. Neste sentido, Corrêa (1991, p. 139) ressalta:

A complexidade que caracteriza a corporação – escala de operações, multifuncionalidade, segmentação, múltiplas localizações e poder econômico e político – vai se traduzir em um complexo ciclo de reprodução do capital que, por sua vez, está associado a uma complexa espacialidade.

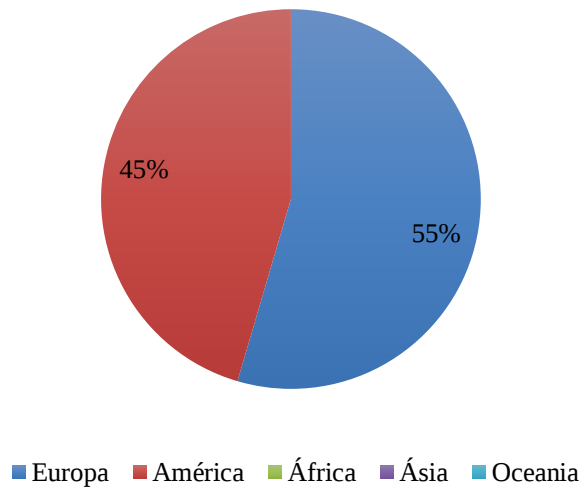
O papel exercido pela instituição assemelha-se a de uma concreta corporação, seguindo os moldes das empresas gigantes que ditam os rumos da economia mundial. Dessa mesma forma, a FIFA atua na regulação e controle da modalidade, com poder de decisão sobre todos os itinerários do esporte. No âmbito nacional, as federações replicam seus modelos estatutários à luz da entidade superior.

No controle e monopólio do futebol, aos futebolistas não resta opção que não seja de adentrar seu universo, para competir num cenário em que as competições são agenciadas pela própria FIFA. Esse mercado, caracterizado por uma intensa circulação, reflete a dinâmica expansiva da entidade nas mais variadas escalas, representadas nos continentes, regiões e no âmbito nacional (Damo, 2005).

A própria maneira como as confederações regionais estão atreladas às associações nacionais, nem sempre segue a lógica da localização geográfica, mas de interesse de conflitos, representada, por exemplo, na participação da Austrália na AFC, de Guiana e Suriname na Concacaf, ou do Cazaquistão na disputa das competições europeias. Normalmente, os países dão mais ênfase ao potencial mercadológico, às chances de classificação nos campeonatos e/ou status da confederação. Uma peculiaridade que faz da FIFA uma corporação, segundo Favero (2009), compreende sua vasta escala de operações, conduzindo a organização de campeonatos, patrocínios comerciais, direitos de televisão, licenciamento de produtos, parcerias com empresas transnacionais, legislação sobre a força de trabalho, entre outros aspectos.

Corrêa (1991) ressalta que, em cada associação, o futebol exerce uma função distinta, condizente com a situação econômica do país-membro no sistema internacional, seguindo a lógica da ordem global. Essa dinâmica traduz a perversidade capitalista, refletida no comando da FIFA.

Os resultados da maior competição do futebol mundial, ao longo da história, também retratam os desequilíbrios que se replicam, refletindo o poderio alternado entre dois continentes com seleções vencedoras (Gráfico 2).

Gráfico 2 - Continentes campeões da Copa do Mundo – 1930-2022

Fonte: A autora, 2022.

Chama atenção o fato de que todas as seleções campeãs mundiais concentram-se em apenas dois continentes: na Europa, com 12 títulos; e na América, com 10; África, Ásia e Oceania não dispõem de nenhum vencedor da maior competição de futebol do planeta. Vale ressaltar que, embora a América Latina não disponha de uma condição econômica que lhe permita ter grandes ligas, constituiu-se num berço de craques, com destaque para Brasil, Argentina e Uruguai, detentores de mundiais e fornecedores de atletas de alto refino técnico à própria Europa, maior vencedora da história das copas. O Quadro 3 traz os países campeões e vice-campeões do torneio durante toda a história.

Quadro 3 - Sedes, campeões e vice-campeões das Copas do Mundo – 1930-2022

Ano	Sede	Continente	Campeão	Vice-Campeão
1930	Uruguai	América	Uruguai	Argentina
1934	Itália	Europa	Itália	Tchecoslováquia
1938	França	Europa	Itália	Hungria
1950	Brasil	América	Uruguai	Brasil
1954	Suíça	Europa	Alemanha	Hungria
1958	Suécia	Europa	Brasil	Suécia
1962	Chile	América	Brasil	Tchecoslováquia
1966	Inglaterra	Europa	Inglaterra	Alemanha
1970	México	América	Brasil	Itália
1974	Rep. Fed. Alemã	Europa	Alemanha	Holanda
1978	Argentina	América	Argentina	Holanda
1982	Espanha	Europa	Itália	Alemanha
1986	México	América	Argentina	Alemanha
1990	Itália	Europa	Alemanha	Argentina
1994	Estados Unidos	América	Brasil	Itália
1998	França	Europa	França	Brasil
2002	Coréia do Sul/Japão	Ásia	Brasil	Alemanha
2006	Alemanha	Europa	Itália	França
2010	África do Sul	África	Espanha	Holanda
2014	Brasil	América	Alemanha	Argentina
2018	Rússia	Ásia/Europa	França	Croácia
2022	Catar	Ásia	Argentina	França

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2022.

A competição mundial, que teve início em 1930, tem como maior campeão o Brasil, com cinco conquistas; Itália e Alemanha possuem quatro títulos; seguidos da Argentina, com três; França e Uruguai, com dois; Inglaterra e Espanha possuem um “caneco”. A não realização, nos anos de 1942 e 1946, se deu devido à Segunda Guerra Mundial, com duração entre 1939 e 1945, deixando uma série de países europeus em situação fragilizada, levando a competição a retornar apenas em 1950.

3.1.2 O papel da CBF

A FIFA possui suas associações responsáveis por comandar o futebol em cada país ou território independente. No âmbito brasileiro, esta história foi construída a partir da criação da Federação Brasileira de Sports (FBS), que se constituiu enquanto a primeira entidade poliesportiva do Brasil, no ano de 1914. Posteriormente, deu origem à Confederação Brasileira de Desportos (CBD), no comando, de forma concomitante, de uma gama de esportes. Um órgão específico para o futebol teve sua fundação apenas em 1979, com a CBF, no Rio de Janeiro, mesmo local das suas antecessoras, com a incumbência de organizar e gerir

as competições da modalidade em âmbito nacional e a seleção brasileira, exercendo, também, poder sobre as federações estaduais.

Dos 23 presidentes, a maior parte possui naturalidade ou consolidação profissional no Rio de Janeiro, reforçando o poder de influência desse estado no âmbito futebolístico – seja no fornecimento de jogadores à seleção, na força midiática, na força de membros dos “clubes do eixo”²⁷, entre outros aspectos.

A entidade possui vínculo com a Confederação do continente americano, a Conmebol, e gerencia o esporte mais popular do país nas diferentes competições, apresentando-se enquanto uma marca conceituada, pentacampeã do mundo, o que atrai o interesse de grandes grupos empresariais.

De modo geral, a CBF é a reprodução da FIFA em escala nacional. Toma decisões e adere leis que buscam satisfazer seus interesses econômicos, na busca incessante por permanecer acumulando lucros e aumentando suas reservas de capital. Além disso, adota a cultura futebolística estrangeira como referência, mais precisamente o modelo europeu²⁸, berço do futebol moderno, evidenciado na tentativa de replicação dos regulamentos em torno dos campeonatos geridos pela entidade, a exemplo do Campeonato Brasileiro e da Copa do Brasil, que seguem a fórmula de disputa das competições europeias. Além do mais, existem constantes debates em torno da adequação geral do calendário brasileiro ao da Europa²⁹.

Segundo Matias (2020, p. 150), a CBF possuía “[...] 722 clubes filiados às 27 federações, todos aptos a disputar as competições estaduais, regionais e nacionais, conforme os critérios técnicos estabelecidos nos regulamentos”. Entre as competições sob sua tutela destacam-se o Campeonato Brasileiro, nas quatro divisões, e a Copa do Brasil, tendo o controle do calendário brasileiro.

No entanto, a atuação da entidade costuma ser questionada. O aumento da arrecadação, nas últimas décadas, possibilitou sucessivos superávits, embora seja acompanhado de recorrentes denúncias de corrupção, inclusive sendo objeto de Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI's), resultando em banimento e/ou prisão de dirigentes.

²⁷ Termo usado como referência aos clubes de massa que comandam/comandaram o futebol brasileiro: Botafogo, Corinthians, Flamengo, Fluminense, Palmeiras, Santos, São Paulo e Vasco.

²⁸ Embora algumas questões se diferenciem – início e fim das temporadas, o calendário das partidas, campeonatos estaduais.

²⁹ Isso inclui o fato de seguir o início da temporada em agosto e o final em maio, embora exista resistência, por exemplo, em relação às condições climáticas diferenciadas. Outra adequação acarretaria na diminuição do número de partidas por clube, fim dos estaduais, respeito às datas-FIFA, etc.

3.1.3 O Clube dos 13

Os anos 1980 representaram um momento de instabilidade em relação ao principal esporte do país. Algumas situações contribuíram diretamente para isso, a exemplo da falta de conquistas da seleção nacional neste período, a exportação significativa dos craques, a condição financeira deficiente dos times, a redução do público nos estádios e a desorganização das competições, geralmente atreladas a interesses políticos (Helal, 1997).

A “década perdida”³⁰ impactou no momento de crise vivenciado pelo futebol brasileiro, ainda que os clubes já enfrentassem problemas financeiros anteriormente, inclusive no período do “milagre brasileiro”, em meio à Ditadura Militar. Neste sentido, o processo de redemocratização do país também contemplou o âmbito esportivo, até então regulamentado pela Lei 6251/75, promulgada ainda durante o regime. O novo olhar abriu caminho para a implementação de uma mentalidade comercial na gestão dos times, pois até então “[...] não permitia que os clubes auferissem lucros ou que os seus dirigentes fossem remunerados” (Hirata, 2013, p. 4).

[...] a crise fiscal do Estado (governos federal, estadual e municipal) e o advento da Nova República (1985) apontavam para o declínio da tutela estatal sobre o futebol e para a necessidade de uma organização mais autônoma do esporte profissional. A solução para os problemas vividos pelo futebol brasileiro - afirmava-se desde o início da década - passava por uma completa reestruturação das bases legais e institucionais nas quais ele se erguera. Era o momento de limpar o ‘entulho autoritário’ e criar um novo ambiente jurídico, uma configuração institucional mais moderna, que permitissem aos clubes o salto para a ‘modernidade’ (Próni, 1998, p.215).

Assim, suscitava a necessidade de reformas e uma nova possibilidade de obter uma maior independência econômica. Contudo, embora indivíduos – de clubes e do governo – concordassem com a necessidade de reformulações, existia um grupo – atrelado às federações dos estados – que não buscavam transformações que colocassem em risco seu poder de decisão. Porém, isso marcou uma reconfiguração no campo futebolístico, em que o poder político perdeu vigor, enquanto o poder do capital econômico ganhou notoriedade.

Estes acontecimentos favoreceram a formação do Clube dos 13 (C13), uma entidade representativa dos interesses dos principais clubes do país, fundada em 11 de julho 1987,

³⁰ “Os juros internos subiam, a inflação disparava, o poder de compra dos salários diminuía, o desemprego atingia índices alarmantes nos grandes centros urbanos, o cruzeiro (moeda nacional) se desvalorizava em relação ao dólar. [...] o crescente endividamento público e a crise fiscal do Estado forçavam os governos estaduais, municipais e o federal a reduzirem drasticamente seus gastos e suspenderem investimentos em infraestrutura, principalmente em obras públicas” (Próni, 1998, p. 206).

inicialmente por 13 grandes times do futebol brasileiro – Atlético-MG, Bahia, Botafogo, Corinthians, Cruzeiro, Flamengo, Fluminense, Grêmio, Internacional, Palmeiras, Santos, São Paulo e Vasco. A associação teve sua criação atrelada ao zelo de interesses político-sociais dos seus membros no âmbito nacional. Surgiu para propiciar transformações estruturais no campo futebolístico, dialogando diretamente com a CBF, seja convergindo ou divergindo na resolução de pautas diversas (Vasconcelos, 2011). As principais reivindicações tiveram como pauta:

A criação de divisões no futebol brasileiro; realização do campeonato brasileiro de 1987 com a participação de 13 equipes, jogando em turno e retorno; implantação, em 1988, da divisão A e B com 16 clubes cada e jogos só nos finais de semana; participação de um número menor de clubes nos campeonatos regionais; participação dos grandes clubes no Conselho Arbitral da CBF; adoção de sistema proporcional de voto; convocação dos jogadores pela CBF de forma facultativa e não compulsória; e a elaboração do calendário de 1988 (Folha de São Paulo, 1987a, p. 15; 1987b, p. 19).

As cobranças não intimidaram a CBF, que não ficou paralisada, inclusive intimidando os times, ameaçando desfiliar os clubes e impedi-los de disputar competições atreladas à FIFA, isto é, com receio de perder seu domínio sobre a estrutura do futebol brasileiro.

Os desafios, portanto, estavam ligados à “ilegalidade” do movimento, tendo em vista que “[...] a legislação esportiva da época não dava autonomia aos clubes para organizar competições e segundo, a falta de dinheiro para pagar as despesas do campeonato que eles queriam organizar estimada em um milhão de dólares” (Hirata, 2013, p. 7). Ainda assim, a força do grupo permitiu o andamento do projeto, inclusive investindo num plano de marketing para viabilizar os recursos necessários. A liga já surgiu com grande poder, tanto que “[...] a entidade representava aproximadamente 90% dos torcedores do país e a quase totalidade dos títulos de campeonatos nacionais” (Ibid, p. 6).

A CBF admitiu que enfrentava problemas financeiros para a realização do campeonato nacional de 1987. Então, a Copa União, competição organizada pelo C13, apresentou vantagens, tais como uma tabela otimizada, redução da ocorrência de lesões nos jogadores, o retorno do público nos estádios, elevada audiência nas partidas televisionadas, entre outros avanços (Areias, 2007).

Em 1997, a entidade contou com a adesão de Coritiba, Goiás e Sport. Em 1999, somaram-se ainda Athletico, Guarani, Portuguesa-SP e Vitória, chegando à marca de 20 clubes. Este momento também coincidiu com a alegação da CBF de não dispor de recursos financeiros suficientes para gerir o Campeonato Brasileiro. Os clubes, então, se organizaram e

buscaram patrocinadores e aporte financeiro de conglomerados como Varig, Coca-Cola, Editora Abril e Globo, viabilizando novas fontes de recursos, tanto que a competição do ano seguinte mudou de regulamento e de nomenclatura para a Copa João Havelange.

Além disso, entre as questões trazidas pelo C13, destacaram-se: as fórmulas de disputa das competições, o calendário de jogos e os direitos de transmissão da TV e do rádio e sua consequente valorização financeira, pautas que visavam fomentar uma maior autonomia dos clubes e a administração do futebol como um todo. De modo geral, a maior força do grupo envolveu a negociação dos contratos de transmissão da competição e do rateio das cotas entre os clubes-membros, observando-se um crescimento paulatino nos valores dos contratos.

[...] em 1987, o contrato previa 3,4 milhões de dólares para ser rateado entre os clubes. Esse valor passou para 6 milhões de dólares em 1994, 10,4 milhões de dólares em 1995, 50 milhões de reais em 1997, 130 milhões de reais em 2002, 300 milhões de reais por ano no triênio 2005 a 2008 e 460 milhões de reais por ano no triênio 2009 a 2011 (Hirata, 2013, p. 9).

A espetacularização do esporte corroborou para essa expansão, concomitantemente ao período de mercantilização do produto futebol. No entanto, a maneira de compartilhamento e rateio das cotas (Quadro 4), em diversas ocasiões, gerou discordância entre os times, inclusive resultando em ameaças de abandono.

Quadro 4 - Grupo de clubes na divisão das receitas da TV

Categoria	Clube(s)
1	Corinthians, São Paulo, Palmeiras, Flamengo e Vasco
2	Santos
3	Botafogo, Fluminense, Atlético-MG, Cruzeiro, Grêmio e Internacional
4	Bahia, Goiás, Sport, Coritiba, Atlético-PR, Portuguesa, Vitória e Bahia

Fonte: Hirata, 2013.

Organização: A autora, 2024.

Uma negociação contratual televisiva com a Rede Globo frente aos grandes clubes do Rio de Janeiro, além de Corinthians, Coritiba, Cruzeiro e Grêmio, marcou esse momento, já que as equipes optaram por negociar os direitos de transmissão de forma isolada, sendo acompanhados por outros membros, paulatinamente, em detrimento de outras emissoras interessadas, a exemplo da Rede TV.

Sendo assim, não houve continuidade. As posturas profissionais e/ou amadoras, bem como questões pessoais misturaram-se e “[...] o modelo profissional de organização e marketing desenvolvido em 1987 sucumbiu diante da disputa de poder entre os agentes do campo esportivo, no qual predominava as relações de favores, de patrimonialismo e

amadorismo” (Hirata, 2013, p. 8). Portanto, a crise política, constantes discordâncias e uma recorrente disputa de ego entre os clubes, puseram seus interesses pessoais acima do coletivo, resultando no declínio do grupo, perda de força e fim do papel do C13 no seu âmbito de atuação.

3.1.4 O Bom Senso F.C.

Historicamente, a classe “futebol” caracteriza-se pelo contínuo comodismo, pouca integração e rasos debates sobre melhorias nas condições de trabalho entre os sujeitos envolvidos. Neste sentido, o surgimento do Bom senso F.C., em 2013, está atrelado à criação de um movimento em prol da organização do futebol brasileiro a partir da iniciativa de uma elite de atletas com renome nacional e internacional, muitos deles com carreiras consolidadas.

Durante muito tempo, algumas falas – reclamações de diferentes naturezas – reforçavam a necessidade de rever os moldes de organização da modalidade, de modo a resolver alguns entraves que dificultam a prática futebolística e os conflitos de interesse que cercam a rotina dos atletas, já que o esporte pode e deve ser usado como instrumento de manifestação democrática capaz de mobilizar a categoria e promover o fortalecimento sindical.

O movimento consistiu na discussão e elaboração de propostas com a finalidade de propor melhorias em diferentes âmbitos – do calendário ao fair play financeiro – medidas que poderiam beneficiar não somente os profissionais dos grandes clubes, como também os jogadores das séries inferiores e dos clubes “profissionais” que disputam apenas os campeonatos estaduais. Neste sentido, vários aspectos foram debatidos entre os interessados no campo do futebol – CBF, atletas, governo, federações, clubes, mídia, patrocinadores, torcida.

Em relação ao calendário, dos 684 clubes do país, 583 não possuem um calendário anual, ou seja, 85% dos times permanecem inativos por mais de seis meses. Os times de menor expressão acabam sofrendo de modo significativo e passam longe da autossuficiência financeira, até porque poucos jogos contra times gigantes não são suficientes para garantir sua sobrevivência, isto é, atuam sazonalmente (Fleury, 2014).

Com o calendário vigente, os clubes periféricos acabam ficando à mercê, podendo encerrar as atividades dentro de três ou quatro meses apenas. Por isso, contratos curtos são firmados com os atletas que, inclusive, em muitas oportunidades convivem com atrasos ou

ausência de pagamento pelos serviços prestados. Tudo isso pode resultar num itinerário profissional abreviado, podendo durar, por exemplo, apenas dez jogos num campeonato estadual. Dessa forma, o Bom Senso F.C. frisou a necessidade de um novo formato de calendário que pudesse contemplar e distribuir as competições de forma mais eficaz para garantir um ano com participação ativa destes times.

Por outro lado, a análise dos clubes de maior expressão aponta uma condição totalmente diferente. A depender do desempenho nas competições, esse número pode se tornar muito mais expressivo. As equipes que disputam um número excessivo de partidas têm a sua pré-temporada comprometida. Além disso, a questão física dos jogadores também acaba por se tornar um problema. Tendo como base alguns anos da pesquisa, os times da elite possuem um calendário recheado durante as temporadas, conforme a Tabela 10.

Tabela 10 - Clubes com mais partidas por ano no futebol brasileiro – 2021-2023

Ano	Clubes com maior número de jogos por temporada ³¹	
2021	Flamengo (75)	Palmeiras (74)
2022	Flamengo (77)	São Paulo (77)
2023	Fortaleza (78)	Flamengo (76)

Fonte: CBF.

Organização: A autora, 2024.

Nos anos em destaque, a presença recorrente do Flamengo atrela-se a um período de hegemonia no futebol brasileiro, com receitas altas e times competitivos, rivalizando diretamente com o Palmeiras pelos principais torneios em disputa. A quantidade de jogos do Fortaleza, no ano de 2023, somando todas as competições que disputou³², foi relevante, com destaque para o vice-campeonato na Copa Sul-Americana.

Ao comparar a média de jogos no Brasil com a realidade europeia, percebe-se uma diferença considerável. No país sul-americano, as equipes da primeira divisão dispõem de uma média de 66 jogos anuais; na Inglaterra, 50; na Espanha, 48; na Itália, 45; e na Alemanha, 41 (Fleury, 2014).

Com um calendário apertado e uma sequência de compromissos entre semana e finais de semana, de janeiro a dezembro, os times costumam optar em priorizar determinadas competições – que oferecem maior rentabilidade – e dão menos relevância aos campeonatos

³¹ Consideramos apenas os anos da pesquisa de doutoramento, excluindo a contagem da temporada 2020, atípica pela pandemia de coronavírus, com paralisação e/ou adiamento dos campeonatos, fazendo com que muitas partidas fossem estendidas até 2021. Todavia, para fins quantitativos, levamos em conta apenas os jogos referentes à temporada de 2021, visando seguir a margem correta de média de partidas em cada período.

³² Participou de cinco competições no ano: Brasileiro, Campeonato Cearense, Libertadores, Copa do Brasil e Copa do Nordeste. O número de partidas só não foi maior devido à eliminação nas oitavas de final da Copa do Brasil.

estaduais, inclusive colocando times mistos ou até mesmo atletas de outras categorias. O quantitativo de partidas resulta em perda de retorno técnico, tanto pelos problemas físicos e contusões, quanto por desgaste no decorrer dos jogos.

Neste sentido, o Bom Senso F.C. elaborou uma gama de propostas com vistas à melhoria da modalidade. Para isso, organizou ideias para todas as divisões do futebol nacional, dentre as quais, a principal sugestão de mudança diz respeito à criação da Série E (Tabela 11).

Tabela 11 - Propostas do Bom Senso F.C. para o futebol brasileiro

Série	Total de clubes	Nº de jogos	Bônus	Ônus
A	20	38	4 melhores à Libertadores	4 piores caem à B
B	20	38	4 melhores sobem à A	4 piores caem à C
C	48	34-38	4 melhores sobem à B	4 piores caem à D
D	144	32-38	12 melhores à C	36 piores caem à E
E	432	22-34	36 melhores à D	-

Fonte: Fleury, 2014.

Organização: A autora, 2024.

As séries A, B, C e D, já existentes, se somariam à criação da série E, a fim de garantir um calendário capaz de preencher o ano dos clubes, e assim não necessitar fechar as portas brevemente, nem passar por longevos períodos de inatividade. Para se ter uma ideia, a proposta do Bom Senso F.C propiciaria que as equipes da 5ª divisão, entre as competições em disputa no ano, pudessem fazer entre 32 e 56 jogos.

O movimento, entre suas propostas, traçou um cronograma para todas as competições disputadas, buscando estender o calendário, ainda que com o menor número de jogos, cujo objetivo principal correspondia a dar rotatividade a todas as divisões – A, B, C, D e E. Neste sentido, por exemplo, para todas as séries, o Brasileiro abrangeria de fevereiro a dezembro. Já a Copa do Brasil contemplaria de fevereiro a novembro. Os estaduais teriam formato de copa, com a primeira fase entre junho e julho, e as fases eliminatórias entre setembro e dezembro. Só estas três competições seriam suficientes para garantir que todos os clubes, independentemente da divisão a qual pertençam, tivessem competições o ano inteiro.

Para as equipes de menor expressão, tais medidas teriam influência direta em diferentes aspectos, como o quantitativo maior de jogos; aproximadamente 500 clubes com calendário garantido; possibilidade de contratos mais longos com os jogadores; geração de renda de forma mais prolongada; expansão estrutural das equipes; e fomento a patrocínios fixos. Por outro lado, para as equipes de elite, a diminuição da quantidade de jogos, com realização das partidas somente aos finais de semana, poderia resultar numa melhor

qualificação do elenco e menos desgaste físico, pois o calendário mais organizado e enxuto evitaria problemas em relação à perda de jogadores nas competições para a disputa dos jogos de seleção, além do respeito concreto às datas FIFA.

Outra pauta de debate na mesa do movimento envolveu a questão financeira, já que o endividamento compreende o grande desafio dos clubes do país. Mesmo para os que alcançam receitas grandiosas, o acúmulo de dívidas está atrelado à inexistência de controle efetivo sobre as equipes, replicando formas de gerenciamento do futebol de modo irresponsável e insustentável. O fato de não haver uma regulamentação propicia a criação de uma bolha inflacionária.

Sob esse aspecto, o Bom Senso F.C. evidenciou a necessidade de existência e cumprimento de fair play financeiro para garantir que os times não enfrentem um colapso. Este fair play propiciaria o controle dos recursos financeiros, com uma série de requisitos definidos a serem cumpridos, de modo a garantir a sustentabilidade econômica. Neste sentido, a existência de um órgão regulador capaz de fiscalizar as atividades financeiras dos times e poder aplicar multas ou sanções, como impedimento de contratações, por exemplo, caso os clubes não cumpram o estabelecido. Esse modelo de gestão financeira, usada no futebol europeu e com resultados satisfatórios, busca reduzir os gastos astronômicos com transferências de jogadores. Desde o início, apresentou resultados. Em 2011, dos 237 times sob análise, três foram retirados das competições da UEFA, ao passo em que reduziu as dívidas com profissionais das equipes em 47%, corroborando na segurança social e sustentável dos clubes.

De modo geral, esse sistema de controle pretendia que as equipes não pudessem gastar além do que arrecadam, neste caso, que os custos não superem 70% da receita total. Assim, a entidade reguladora seria responsável pela autorregulação das atividades dos times – aplicar sanções, avisos, suspensões, exclusões, perda de pontuação nas competições ou, até mesmo, invalidar títulos. Envolveria, também, o monitoramento contínuo do pagamento dos salários aos profissionais; fomento à realização de cursos profissionalizantes para os indivíduos que integram o futebol; impedimento de novos contratos caso o time esteja com dívidas em aberto, podendo proibir a equipe de disputar campeonatos (Fleury, 2014).

Em suma, a proposta do Bom Senso F.C. abrangeria a avaliação dos custos e dívidas do futebol; equilíbrio das fontes de receita; controle do déficit; padronização das demonstrações financeiras; cumprimento dos contratos de trabalho; treinamento e capacitação profissional para os atores envolvidos; e responsabilização dos dirigentes. No entanto, após

três anos de atuação, diferentes motivações foram responsáveis pelo enfraquecimento do movimento. Inúmeros conflitos de interesses em torno dos atletas que lideravam o Bom Senso F.C., alegação de falta de recursos humanos e financeiros e possíveis perseguições em relação a contratações de jogadores envolvidos foram alguns dos entraves que resultaram no processo de declínio mergulhado pelo movimento, resultando no seu fim, inclusive sem colocar em prática a maior parte dos seus objetivos ideológicos.

3.2 Sistemas de comunicação no Brasil e sua relação com o futebol

Considerando o papel fundamental da comunicação, de noticiar e propagar informações de forma responsável e imparcial, o futebol, ao mesmo tempo em que depende dos veículos de comunicação para divulgar jogos, marcas e o cotidiano dos times, transforma-se num atributo capaz de gerar conteúdo e uma audiência gigantesca, além de uma arrecadação sem precedentes aos próprios grupos midiáticos. Essa via de mão dupla reforça a necessidade de considerar a influência da mídia na cobertura do esporte.

3.2.1 A mídia no contexto esportivo: o futebol como carro-chefe nas redações do país

Para pensar a relação entre mídia e esporte, no âmbito brasileiro, tem significativa relevância considerar todo o contexto que envolve o surgimento dos primeiros veículos de comunicação. O futebol possui um papel importante nisso, por ser a modalidade que deu início à cobertura esportiva no país, a partir do exemplo pioneiro do jornal paulista “*Fanfulla*” que, desde o final do século XIX, direcionava suas produções, principalmente, aos italianos, mas com alcance em todas as classes sociais.

As décadas iniciais do século XX ainda marcavam um período incerto para a imprensa esportiva. Nessa perspectiva, Coelho (2004, p. 8-9) ressalta que: “A primeira cesta no Brasil, o primeiro saque. Tudo foi registrado. Tudo meio a contragosto. Porque nas redações do passado – e isso se verifica também nas de hoje em dia – havia sempre alguém disposto a cortar uma linha a mais dedicada ao esporte”.

Durante a década de 1920, no Rio de Janeiro, alguns jornais destacavam o mundo futebolístico, pois o Vasco da Gama venceu a segunda divisão e o campeonato estadual, marcado por uma importante leva de negros em sua equipe. A partir daí surgiu “O Jornal dos

Sports”, voltado aos acontecimentos esportivos do país, que anos mais tarde fez a cobertura da Copa do Mundo de 1938 e fortaleceu sua imagem com o povo brasileiro. Além disso, Mário Rodrigues Filho, proprietário do Jornal, e Nelson Rodrigues, seu irmão, passaram a escrever crônicas esportivas que atraíam o fascínio dos leitores (Alexandrino, 2011).

A partir de 1925, o principal esporte no país correspondia ao futebol, momento da história que antecedeu a profissionalização dos jogadores e, mesmo com todo o sucesso, não havia ainda incentivo e interesse na produção de notícias sobre o esporte. Até os anos 1930, a imprensa, ainda tímida, restringia-se apenas aos profissionais do sexo masculino, sem nenhum registro da presença de mulheres para compor estes espaços (Coelho, 2004).

Além do surgimento do jornal paulista “A Gazeta”, em 1928, a primeira transmissão oficial de futebol no rádio se deu em 1931, com o narrador Nicolau Tuma³³, pela Rádio Educadora Paulista, no jogo entre as seleções de São Paulo x Paraná, subsidiando na difusão e na popularização do esporte pelo território nacional, tendo em vista que passa a ser considerada uma editoria com boas perspectivas pela frente (Alexandrino, 2011).

Durante muito tempo, o rádio se constituiu como a grande força midiática, aproveitando-se do seu potencial de longo alcance no país de significativa dimensão territorial. Entre as rádios, ganhou destaque a Central Brasileira de Notícias (CBN), com as transmissões do Campeonato Carioca, por meio de altas dramatizações dos locutores e criação de um imaginário que só o rádio é capaz de propiciar (Coelho, 2014).

Em 1950, a televisão despontou como uma novidade, inicialmente com a TV Tupi, em São Paulo. “Começou transmitindo imagens para apenas cerca de 500 aparelhos receptores na cidade de São Paulo, mas três meses depois havia já 2 mil aparelhos funcionando ali” (Jambeiro, 2002, p. 51). No âmbito esportivo, a primeira transmissão datou de 15 de outubro de 1950, na partida entre São Paulo e Palmeiras (Mattos, 1990).

Entre meados de 1950 e 1960 surgiu “A Revista do Esporte” que, mesmo numa época de glórias do futebol brasileiro, com a conquista de títulos mundiais, não resistiu às contrariedades econômicas. Posteriormente, outros jornais emergiram, tais como “O jornal”, “Caderno de Esportes” e “Jornal da tarde”. Essas décadas marcaram uma representatividade para os cadernos esportivos no país.

A década de 1970 ainda teve no rádio o principal meio de informação dos eventos esportivos. As transmissões, especialmente com o futebol, chegaram a todos os níveis sociais, sustentada pela publicidade. O final do século XX marcou a consolidação do acesso à

³³ Jornalista e político, começa a trabalhar na Rádio Educadora Paulista em 1929 (Alexandrino, 2011).

televisão, influenciando também, a cobertura de esporte, especialmente com a presença da TV fechada e das mídias digitais, que criaram um ambiente mais favorável para novas produções.

A chegada das novas mídias, fomentada pelos instrumentos tecnológicos e pela internet, proporcionou uma ampla interferência nas relações socioculturais. No âmbito global da sociedade, a internet permitiu uma nova maneira de “autocomunicação de massa”, que trouxe maior poder na chamada “sociedade em rede” e inúmeras transformações que repercutiram nas formas tradicionais de comunicação (Hjarvard, 2015).

A chamada “Fase da Multiplicidade da Oferta”, inaugurada no final do século XX e início do século XXI, implantou os sistemas de TV por assinatura no Brasil, com maiores opções de canais aos telespectadores, por meio da criação de grandes conglomerados multimídia, exemplo da Globosat e da Televisão Abril (TVA), introduzindo uma nova fase para a transmissão de esporte (Brittos, 1999).

O novo milênio apresentou uma proposta diferente de divulgação do conteúdo, especialmente por meio dos sites. Os principais veículos de comunicação tiveram de se reinventar, criando versões on-line. A volúpia com a ascensão da internet levou o mercado editorial brasileiro a ganhar uma nova roupagem, representada na ascensão de jornais como “A Gazeta Esportiva”, “Diário Popular”, “O dia”, “Jornal da tarde”, “Placar” e “Lance”. Somou-se a isto a força recente da mídia independente e de recursos como podcast. Todas estas transformações nas comunicações propiciaram outras condições de cobertura e reprodução de conteúdo, propagando o futebol por canais distintos e para públicos variados.

3.2.2 O poder da comunicação no universo futebolístico brasileiro e a produção da hegemonia no esporte

Mesmo com toda a evolução tecnológica e informacional presenciada na atual realidade brasileira, o veículo de comunicação de maior notoriedade ainda corresponde à televisão, ao mesmo tempo em que se constitui numa máquina de grande poder na formação da opinião. Neste sentido, os conglomerados midiáticos usam todas as estratégias possíveis para favorecer seus interesses e os de quem mantêm seu status, tais como a publicidade, os patrocínios e a injeção de capital dos grandes grupos empresariais que os sustentam (Santos, 2016).

Na configuração do cenário televisivo brasileiro, o Grupo Globo, sediado no Rio de Janeiro, ao longo da história se consolidou enquanto carro-chefe da cobertura midiática do futebol nacional desde a década de 1990, com poder sobre as transmissões, inclusive das principais competições – Carioca, Paulista, Brasileiro, Copa do Brasil, Libertadores, Mundial – que, por sua vez, envolvem os times de maior poder financeiro, o que acarreta diretamente na transmissão escolhida para chegar à população. Dessa forma, por ser um veículo de massa, interfere na visibilidade e no quantitativo de torcedores dos clubes, concentrando os holofotes no eixo Rio-São Paulo, o que ajuda a explicar a repercussão midiática em torno das equipes com localização geográfica nesses estados. Tal dominação reflete não só no espaço, mas também no tempo – visível, por exemplo nos horários tardios dos jogos em plena semana.

Assim, a conduta da mídia é de privilegiar alguns times, em detrimento de outros, a depender da expressividade simbólica e da dimensão de sua torcida, considerando a viabilidade para seus interesses financeiros, seja por meio da publicidade ou da audiência. Isso revela o expressivo poder midiático, representado tanto no seu discurso manipulador, quanto na medida em que define as escolhas da sua grade de programação. A função real da imprensa, de informar, é posta de lado, pois a ênfase não está na relação mídia/cidadão, mas na questão econômica e na busca pela garantia do prestígio alcançado por ela no decorrer do tempo. Neste sentido, ao mesmo tempo em que manipula, visando a manutenção do seu status quo, é subalterna à máquina econômica na qual é condicionada (Charaudeau, 2012).

A partir da fala e da imagem há a construção de um discurso entre emissor e receptor, no qual a imprensa visa compreender a forma pela qual os telespectadores apreendem, ou não, os dados “[...] que são produzidos e preparados para serem transmitidos por aquela instância, a da emissão. Com esta relação de instâncias é que a imagem televisionada adquiriu a finalidade de construir um discurso que irá construir a opinião pública” (Santos, 2016, p. 10). A escolha pelas formas de transmissão assinala as estratégias midiáticas.

Que a Globo comprou os direitos e que isso lhe dá direito exclusivo de mostrar as partidas na íntegra, não há dúvida. A questão é tolher o jornalismo, castrar o direito à informação do resto dos espectadores exclusivamente por ter feito opção de compra dos direitos de transmissão do evento. E mais: saber se tem o direito de comprar um torneio e limitar-se a mostrar gols e melhores momentos em vez de transmitir os jogos na íntegra, como acontece sempre que um clube de fora do eixo Rio-São Paulo consegue sucesso na Copa Libertadores da América (Coelho, 2014, p. 66).

Sob essa ótica, o sujeito detentor do poder de fala procura controlar o ato da comunicação, isto é, há um sujeito comunicante e um sujeito interpretante, em que se busca persuadir.

[...] a prova pelo *ethos* consiste não só em passar uma imagem de si capaz de convencer o auditório, ganhando sua confiança, mas também em causar boa impressão a partir da maneira pela qual o discurso é construído. Essa prova mobiliza, portanto, tudo o que, na enunciação, possa contribuir para construir uma imagem do locutor face ao seu auditório: tom de voz, escolha de palavras e argumentos, gestos, mímicas, olhar, postura, enfim, o conjunto de signos ilocutórios e oratórios por meio dos quais o orador dá, ele mesmo, uma imagem de si (Pauliukonis e Monnerat, 2008, p. 60).

Assim como as informações são condicionadas e filtradas pela mídia, os discursos e ideologias também são formadas e/ou planejadas para atender e atingir determinados grupos.

[...] a máquina midiática utiliza-se de roteiros que tendem a construir, de forma dramática, o espaço público, criando assim uma reação ao telespectador de não estar no mundo real, causando um efeito de catarse, ou seja, a mídia televisiva desempenha uma função de produtora de catarse do social, fazendo com que o telespectador projete-se no mundo ficcional. Esse efeito é bastante constante em jovens que sonham em serem jogadores de futebol e se projetam nesse mundo ficcional. O belo mundo do futebol (Santos, 2016, p. 11).

Entender o discurso enquanto processo sócio-histórico, permite pensar que a projeção discursiva revela um cunho ideológico carregado de influência e poder, refletido nos aspectos visíveis e invisíveis ao telespectador. Conforme preconiza Fernandes (2012, p. 41), “[...] os sujeitos são marcados por determinações sócio-históricas e são atravessados por discursos de outrem, com os quais se unem e/ou distanciam”.

[...] pode-se dizer que um sujeito ou grupo de sujeitos sempre serão continuidade de outro sujeito ou grupo, por exemplo, um filho absorverá os costumes de seus familiares, porque estará presente em um meio no qual o discurso está pronto, sendo que este é decorrente de outros discursos anteriores, podendo, dessa maneira, influenciar na sua escolha e gosto. É o que acontece no meio esportivo, principalmente no futebol, se o pai ou a mãe torce por algum time, provavelmente, seus descendentes irão torcer pelo mesmo time que os seus pais [...] (Santos, 2016, p. 13).

Isso leva a compreender a replicação e o crescimento linear das torcidas dos clubes consolidados, ao longo dos anos, a exemplo de Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Vasco. Além da tendência à reprodução da torcida no âmbito hereditário, os grupos midiáticos, geograficamente localizados em torno destes times, alimentam corriqueiramente o interesse por meio de uma intensa cobertura informacional, corroborando para a manutenção dos “gigantes” no cenário nacional.

Se, até o final do século XX, os direitos de transmissão estavam vinculados ao monopólio do Grupo Globo, demonstrando formas de controle do sistema de comunicação do país, no que concerne ao formato televisivo, a segunda década do século XXI inaugurou um período de inserção de outros grupos na transmissão esportiva, tendo em vista que outros conglomerados entraram na “briga” para exibir as principais competições de futebol, tais como a Band e o SBT (Quadro 5).

Quadro 5 - Transmissões das principais competições do futebol brasileiro em 2021-2022

Campeonato	Canal de transmissão	Classificação
Copa do Nordeste	SBT, Canais Disney ³⁴ , Nordeste FC e Twitch	TV aberta, TV fechada, Streaming e Streaming
Copa Verde	TV Brasil	TV aberta
Brasileiro Série A	Grupo Globo ³⁵ , TNT Sports, Furacão Live e Twitch	TV aberta/TV fechada, TV fechada, Streaming e Streaming
Brasileiro Série B	Grupo Globo	TV aberta/TV fechada
Brasileiro Série C	Band, DAZN, Nsports e OneFootball	TV aberta, Streaming, Streaming e Streaming
Brasileiro Série D	TV Brasil, Eleven Sports e InStat TV	TV aberta, Streaming e Streaming
Copa do Brasil	Grupo Globo e Prime Video	TV aberta/TV fechada e Streaming
Supercopa do Brasil	Grupo Globo	TV aberta/TV fechada
Sul-americana	Conmebol TV	TV fechada
Libertadores	SBT, Canais Disney, Conmebol TV e Facebook Watch	TV aberta, TV fechada, TV fechada e Streaming
Recopa	Conmebol TV	TV fechada
Mundial	Band	TV aberta

Organização: A autora, 2022³⁶.

O Grupo Globo, maior força na transmissão esportiva do país, compreende a TV Globo, na TV aberta; além dos dez canais Premiere em HD e SporTV 1, 2, 3 e 4K, na TV fechada, detentora de direitos exclusivos de algumas competições. Os canais Disney, de significativa importância na cobertura futebolística via TV fechada, englobam os seis canais ESPN. Enquanto alguns campeonatos possuem mais opções de transmissão, outros ficam a cargo de apenas um grupo.

Chama a atenção a possibilidade recente de cobertura por meio da opção de plataformas streaming. Este novo tipo de serviço ganhou força, sobretudo, a partir do período pandêmico, na exibição de conteúdos por meio da internet. Com pacotes de preços variados, permite que o interessado por futebol possa acompanhar regularmente as competições de sua preferência (Quadro 6).

³⁴ Canais ESPN, ESPN2, ESPN3, ESPN4, ESPN5 e ESPN6.

³⁵ TV Globo, canais Premiere e canais SporTV. Além do Globoplay e ge.globo.

³⁶ Considerando a dinamicidade dos acordos contratuais na venda de transmissões, as mudanças são recorrentes, visíveis, inclusive, no momento de defesa da tese, quando expandiram novas opções de concessão de direitos transmissivos.

Quadro 6 - Transmissões das principais competições europeias na temporada 2021/2022

Campeonato	Canal de transmissão	Classificação
Campeonato Alemão	Band, OneFootball	TV aberta e Streaming
Campeonato Espanhol	Canais Disney, Star+ e OneFootball	TV fechada, Streaming e Streaming
Campeonato Francês	Canais Disney, Star+	TV fechada e Streaming
Campeonato Inglês	Canais Disney, Star+	TV fechada e Streaming
Campeonato Italiano	Canais Disney, Star+	TV fechada e Streaming
Liga dos Campeões	SBT, TNT Sports, Space, HBO Max	TV aberta, TV fechada, TV fechada e Streaming
Liga Europa	SBT, TV Cultura, Canais Disney e Star+	TV aberta, TV aberta, TV fechada e Streaming
Liga Conferência Europa	TV Cultura, Canais Disney, Star+	TV aberta, TV fechada e Streaming
Supercopa da UEFA	SBT, TNT Sports, HBO Max	TV aberta, TV fechada e Streaming

Organização: A autora, 2022.

Importante dar ênfase à conquista de direitos de transmissão do SBT, da Band e da TV Cultura, importantes canais na TV aberta, mais acessível às massas. Para um público mais segmentado e de maior poder aquisitivo, a opção pela TV fechada e pelas plataformas de streaming constituem-se uma possibilidade.

Além dos principais campeonatos do mundo, com significativa audiência no território nacional, outras competições³⁷ conquistaram o interesse brasileiro, especialmente pela quantidade de atletas do país, a exemplo do Campeonato Russo, exibido na Band, na TV aberta; e do Campeonato Português, exibido nos canais Disney, na TV fechada.

Para demonstrar o quanto esse processo de democratização das transmissões de futebol tem se acentuado num pequeno intervalo de tempo, os Quadros 7 e 8 evidenciam as mesmas competições nos dois anos seguintes.

³⁷ As transmissões tendem a sofrer modificações anualmente, visto que as emissoras e/ou canais optam por manter ou abdicar dos direitos de exibição. No caso das transmissões da Liga Russa e da Liga Portuguesa, considerou-se a temporada 2021/2022.

Quadro 7 - Transmissões das principais competições do futebol brasileiro em 2023-2024

Campeonato	Canal de transmissão	Classificação
Copa do Nordeste	SBT, Canais Disney, Star+, Nosso Futebol+, DAZN	TV aberta, TV fechada, YouTube, Streaming, Streaming e Streaming
Copa Verde	TV Brasil, TV Cultura, Canais dos clubes ³⁸	TV aberta e TV aberta e YouTube
Brasileiro Série A	Grupo Globo, Cazé TV, Rede Furacão	TV aberta/TV fechada, YouTube e Streaming
Brasileiro Série B	Grupo Globo, Band, Canal GOAT, TV Brasil	TV aberta/TV fechada, TV aberta, YouTube e TV aberta
Brasileiro Série C	DAZN, Nosso Futebol+, Nosso Futebol, TV Zapping	Streaming, Streaming, YouTube e Streaming,
Brasileiro Série D	TV's dos clubes ³⁹ , TV Brasil	YouTube e TV aberta
Copa do Brasil	Grupo Globo, Prime Video	TV aberta/TV fechada e Streaming
Supercopa do Brasil	Grupo Globo	TV aberta/TV fechada
Sul-americana	SBT, Paramount+, Canais Disney, Disney+ Premium	TV aberta, Streaming, TV fechada e Streaming
Libertadores	Grupo Globo, Canais Disney, Paramount+, Disney+ Premium	TV aberta/TV fechada, TV fechada, Streaming e Streaming
Recopa	Canais Disney, Star+	TV fechada e Streaming
Mundial	Globo, Cazé TV	TV aberta e YouTube

Organização: A autora, 2024.

Tanto na Copa Verde, competição direcionada às regiões Norte e Centro-Oeste, quanto para série D, os clubes tiveram o aval da CBF para transmitir os jogos pelos seus próprios canais de TV no YouTube.

Quadro 8 - Transmissões das principais competições europeias na temporada 2023/2024

Campeonato	Canal de transmissão	Classificação
Campeonato Alemão	TV Cultura, OneFootball, Cazé TV, Rede TV, Canal GOAT, Grupo Globo	TV aberta, Streaming, YouTube, TV aberta, YouTube, TV aberta/TV fechada
Campeonato Espanhol	Canais Disney, Disney+ Premium	YouTube e Streaming
Campeonato Francês	Cazé TV, Prime Video	YouTube e Streaming
Campeonato Inglês	Canais Disney, Disney+ Premium	TV fechada e Streaming
Campeonato Italiano	Canais Disney, Disney+ Premium	TV fechada e Streaming
Liga dos Campeões	SBT, TNT Sports, Space, Max	TV aberta, TV fechada, Streaming e Streaming
Liga Europa	Band, Cazé TV	TV aberta, YouTube
Liga Conferência Europa	TV Cultura, SBT, Canais Disney, Star+	TV aberta, Tv aberta, TV fechada e Streaming
Supercopa da UEFA	TNT Sports, Max	TV fechada e Streaming

Organização: A autora, 2024.

Nota-se uma rotatividade cada vez mais contínua nos direitos de transmissão e nas opções de cobertura, tanto para os campeonatos que envolvem clubes brasileiros, quanto para os europeus. Nos últimos dois anos, outras competições internacionais ganharam importância e visibilidade. A Liga Saudita, com transmissão da Band, Bandsports e Canal GOAT,

³⁸ Cobertura através das TV's dos clubes no YouTube.

³⁹ Exemplos: TV Retrô, Anápolis FC TV, MFC TV, RTV Brasiliense, TV Treze, TV Vai Leão, etc.

fomentada pelos investimentos dos “sheiks do petróleo”, levou um número expressivo de craques⁴⁰ consagrados nos gramados europeus. Os Estados Unidos também entraram em evidência no mundo da bola, principalmente a partir das contratações⁴¹ midiáticas, como a do argentino Lionel Messi, pelo Inter Miami. A cobertura da *Major League* pode ser acompanhada pelo Apple TV+.

3.3 A dinâmica desigual do desenvolvimento na esteira da territorialização do futebol

A territorialização do futebol exige considerar a relação entre a dinâmica econômica das regiões do mundo e a força ou fracasso destas no cenário futebolístico. Isto é um fenômeno concreto em âmbito mundial, tendo em vista que as grandes ligas mundiais refletem as desigualdades, evidenciando, por exemplo, a hegemonia de determinadas regiões do planeta, assim como no interior de cada formação territorial, vide o caso de realidades como Inglaterra, Espanha, Alemanha, Itália, França e de nações mais afastadas do centro do capitalismo mundial, no caso do Brasil, o Centro-Sul.

3.3.1 Um pouco da experiência europeia

Tendo como ponto de partida a análise da realidade alemã, os clubes da *Bundesliga*⁴², em quase sua totalidade, pertencem à antiga Alemanha Ocidental, isto é, nota-se um abismo entre as regiões Oeste e Leste, já que as disparidades sociais se maximizaram mesmo após a reunificação alemã, marcada pela queda do Muro de Berlim e o fim da divisão entre Alemanha Oriental e Ocidental. A saída de atletas da parte Oriental em direção à Ocidental – em torno de 500 – levou os clubes do Leste a uma situação falimentar e decadente, até então potências no país, como o *Dynamo Dresden* e o *Magderburg*. Porém, nos anos recentes não foi diferente, tanto que na temporada 2022/2023, por exemplo, restaram apenas o *Union Berlin* e o *Leipzig* na divisão de elite alemã. Essa disparidade regional também esteve atrelada à Copa do Mundo realizada em 2006, no país bávaro, já que das 12 cidades-sede, apenas uma

⁴⁰ Cristiano Ronaldo, Sadio Mané, Roberto Firmino, Riyad Mahrez, Karim Benzema, N’Golo Kanté, Jordan Henderson, Kalidou Koulibaly e tantos outros.

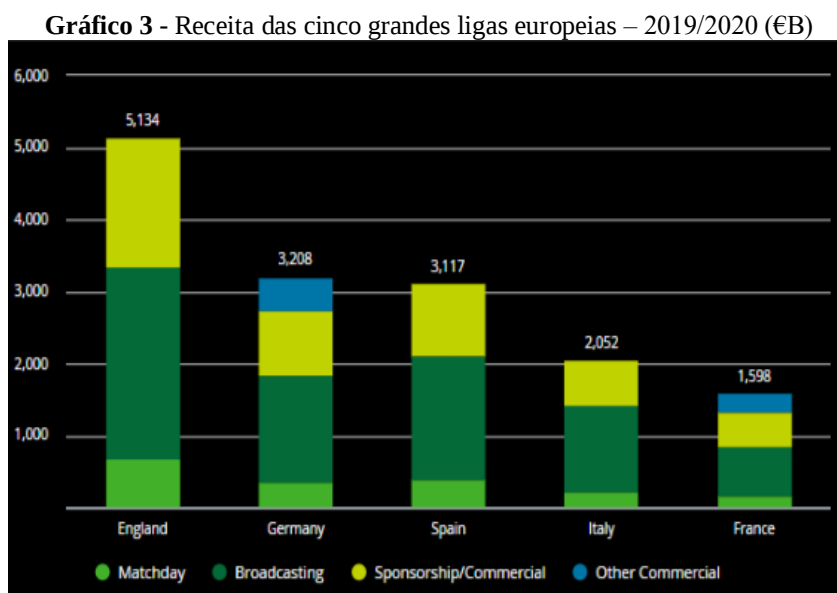
⁴¹ Sergio Busquets, Luis Suarez, Jordi Alba, Josef Martinez, Carlos Vela, Xherdan Shaqiri, Lorenzo Insigne, Chicharito Hernández, etc.

⁴² Liga profissional de futebol e principal competição nacional da Alemanha.

teve sua localização na parte Oriental. Dessa forma, o “sucesso” da reunificação não está representado na espacialização do futebol no território alemão, reafirmando as disparidades econômicas a partir das quatro linhas (Favero, 2009).

Um outro exemplo é o *Calcio*⁴³, recheado de times do Norte da Itália, região mais desenvolvida do país. O Nápoli, situado em Napóles, na região Sul, clube do ex-jogador argentino Maradona, é emblemático por quebrar a hegemonia maciça dos nortistas, com conquistas expressivas nas temporadas 1986/1987 e 1989/1990 – duas ligas nacionais, uma Copa da UEFA e uma Supercopa italiana –, o que explica a idolatria sulista ao craque sul-americano. Isso demonstra que os títulos vão além do campo de jogo, funcionam como uma conquista regional, num país dividido entre um norte economicamente mais forte e um sul pautado em bases agrárias mais arcaicas (Ibid, 2009).

O modo como o fenômeno futebol se espacializa, nas mais diversas escalas de análise, retrata que há um desequilíbrio entre regiões e/ou clubes. Para evidenciar tal fato, teve-se como referência a análise da receita das cinco grandes ligas europeias, com alto faturamento e arrecadações vultosas, tomando como exemplo a temporada 2019/2020⁴⁴, expressa no Gráfico 3.



Fonte: *Annual Review of Football Finance*, 2021.

⁴³ Expressão que denota a principal liga nacional de futebol da Itália, o Campeonato Italiano.

⁴⁴ A escolha da temporada se deu pelo fato de ser a mesma do primeiro ano de pesquisa – momento no qual já foi iniciada a escrita desta seção.

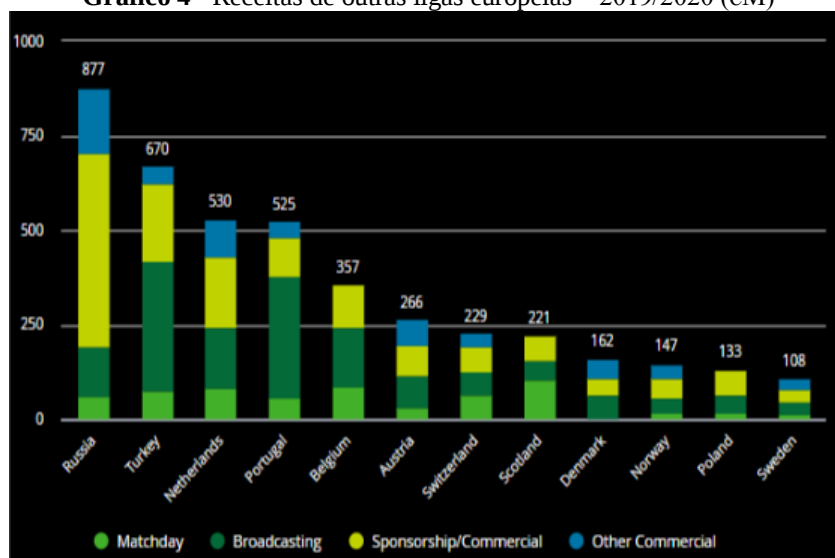
Os valores apresentados levam em conta a renda oriunda das partidas, transmissões, patrocínios e outras fontes comerciais. Nesse aspecto, o rendimento obtido das transmissões foi o que apresentou o maior montante de arrecadação entre as cinco ligas, sucedida pelos patrocínios comerciais. A Inglaterra consolidou-se como a grande força econômica futebolística da Europa, com arrecadação de €B 5,134 na temporada; seguida da Alemanha, com €B 3,208; Espanha, com €B 3,117; Itália, com €B 2,052; e França, com €B 1,598 anuais (*Annual Review of Football Finance*, 2021). O demonstrativo do poder financeiro destas cinco ligas reflete no potencial econômico de grandes clubes de influência internacional (Tabela 12).

Tabela 12 - Os clubes mais valiosos do mundo em 2022

Clube	Valor de mercado	País
Manchester City	959,30 €M	Inglaterra
Paris Saint-Germain	903,45 €M	França
Liverpool	900,50 €M	Inglaterra
Chelsea	852,00 €M	Inglaterra
Bayern de Munique	804,50 €M	Alemanha
Real Madrid	756,50 €M	Espanha
Manchester United	721,25 €M	Inglaterra
Barcelona	679,00 €M	Espanha
Atlético de Madrid	660,50 €M	Espanha
Tottenham	587,25 €M	Inglaterra

Fonte: *Transfermarkt*, 2022.

A força das cinco ligas futebolísticas evidencia que, entre os dez times mais valiosos do planeta, cinco são ingleses, três espanhóis, um alemão e um francês. Ainda, para comparar com outras realidades da Europa, a análise sobre as receitas de outros campeonatos (Gráfico 4) permite compreender a discrepância existente dentro de um mesmo continente.

Gráfico 4 - Receitas de outras ligas europeias – 2019/2020 (€M)

Fonte: *Annual Review of Football Finance*, 2021.

Ligas como a da Rússia, Turquia, Holanda e Portugal – €M 877, €M 670, €M 530 e €M 525 – possuem receitas consideráveis, embora distantes dos cinco campeonatos de referência. Todavia, a arrecadação é muito significativa quando se considera outras realidades, tais como Polônia e Suécia, com 133 (€M) e 108 (€M). Dessa forma, ao mesmo tempo em que o quantitativo é discrepante em relação às principais ligas da Europa, torna-se significativo se comparado a outros continentes e ligas de menor poder econômico (*Annual Review of Football Finance*, 2021).

Ainda, tendo como base a análise das maiores competições nacionais do continente europeu, a Tabela 13 evidencia a média de torcedores por jogo e a capacidade de ocupação dos estádios.

Tabela 13 - Público e uso dos estádios nas grandes ligas europeias – 2019/2020

Clubes	Média de público por partida	Capacidade de utilização dos estádios
Inglaterra	39.591	98%
Alemanha	40.444	91%
Espanha	28.862	75%
Itália	26.352	66%
França	22.546	73%

Fonte: *Annual Review of Football Finance*, 2021.

Organização: A autora.

A Alemanha detém a maior média de público entre as potências europeias, com 40.444 torcedores, usando 91% da capacidade dos estádios; a Inglaterra dispõe da segunda melhor média de público, com 39.591 torcedores, todavia, é quem mais utiliza a capacidade de lotação dos estádios, 98% do total, enfatizando a paixão inglesa pelo esporte (Ibid, 2021).

Cabe lembrar que a *Premier League*⁴⁵ é considerada, por muitos adeptos do futebol, a competição mais técnica, atrativa e uma das mais equilibradas do planeta, constituindo-se uma referência nas ligas nacionais de futebol.

A Inglaterra também se apresenta enquanto a maior potência econômica do futebol mundial, ocupando a primeira posição no faturamento. Tendo como foco a receita dos clubes da *Premier League* na temporada 2018/2019, anterior à pandemia, a arrecadação compreendeu £M 5,150; durante o momento de convivência severa com a covid-19, o faturamento alcançou número similar, com £M 5,115, em 2020/2021; em 2021/2022, período com melhora dos índices de mortes por coronavírus, atingiu £M 5,450 (*Annual Review of Football Finance*, 2021).

Nota-se que, mesmo em temporadas ainda assoladas pelo período pandêmico, que forçou a paralisação dos campeonatos, temporariamente, a arrecadação não destoou, embora a realidade tenha acarretado em jogos realizados com portões fechados, indicando perda nas bilheterias. Todavia, contratos de transmissões e patrocínios comerciais compensaram o prejuízo dos jogos sem público, sustentando o superávit das receitas.

Além disso, a receita média por clube, que corresponde à arrecadação total dividida pelos times participantes da Liga, neste caso, 20 equipes, apontou um faturamento de £M 258 mi em 2018/2019; £M 256 mi para 2020/2021; e £M 273 em 2021/2022 (Ibid, 2021). Tendo como base outros países europeus, nota-se que as receitas desses clubes caem consideravelmente em relação às cinco referências do continente (Tabela 14).

Tabela 14 - Receita média de outras ligas europeias – 2019/2020 (€M)

Clubes	Receita média por clube (€M)
Rússia	55
Turquia	37
Holanda	29
Portugal	29
Bélgica	22
Áustria	22
Suíça	23
Escócia	18
Dinamarca	12
Noruega	9
Polônia	8
Suécia	7

Fonte: *Annual Review of Football Finance*, 2021.

Organização: A autora.

⁴⁵ Primeira Liga, correspondente à divisão de elite nacional.

Embora seja a maior referência no âmbito mundial, dentro do continente europeu verifica-se a existência de desigualdades entre as ligas de futebol, a depender da condição econômica do país em questão, pois alguns possuem orçamentos exorbitantes, em detrimento de outros com condições financeiras mais modestas. No interior das referências futebolísticas – Inglaterra, Alemanha, Espanha, Itália e França – existem disparidades econômicas acentuadas entre os clubes de mesma nacionalidade, repercutindo diretamente nos vencedores do campeonato nacional, que pouco se alternam, afastando cada vez mais o fenômeno da imprevisibilidade.

As ligas nacionais adotam o sistema de pontos corridos, no qual a lógica está baseada em quem tem mais capital, investe mais e, conseqüentemente, vence e reina no mundo da bola (Favero, 2009). Os Quadros 9, 10, 11, 12 e 13 evidenciam os principais campeões nas ligas de referência mundial, de 2006-2024⁴⁶, a fim de revelar o domínio de alguns times, que se transformam em verdadeiras potências em seus respectivos países.

Quadro 9 - Vencedores do Campeonato Inglês – 2006/2007-2023/2024

Temporada	Campeão
2023/2024	Manchester City
2022/2023	Manchester City
2021/2022	Manchester City
2020/2021	Manchester City
2019/2020	Liverpool
2018/2019	Manchester City
2017/2018	Manchester City
2016/2017	Chelsea
2015/2016	Leicester City
2014/2015	Chelsea
2013/2014	Manchester City
2012/2013	Manchester United
2011/2012	Manchester City
2010/2011	Manchester United
2009/2010	Chelsea
2008/2009	Manchester United
2007/2008	Manchester United
2006/2007	Manchester United

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

Nesse período, a hegemonia está atrelada aos gigantes de Manchester, já que os maiores campeões foram o Manchester City, com oito títulos; Manchester United, com cinco; o Chelsea venceu três vezes; e Liverpool e Leicester em uma oportunidade.

⁴⁶ O período considerado, de 18 anos, possibilita ter uma dimensão significativa e passiva de análise dos resultados.

Quadro 10 - Vencedores do Campeonato Alemão – 2006/2007-2023/2024

Temporada	Campeão
2023/2024	Bayer Leverkusen
2022/2023	Bayern de Munique
2021/2022	Bayern de Munique
2020/2021	Bayern de Munique
2019/2020	Bayern de Munique
2018/2019	Bayern de Munique
2017/2018	Bayern de Munique
2016/2017	Bayern de Munique
2015/2016	Bayern de Munique
2014/2015	Bayern de Munique
2013/2014	Bayern de Munique
2012/2013	Bayern de Munique
2011/2012	Borussia Dortmund
2010/2011	Borussia Dortmund
2009/2010	Bayern de Munique
2008/2009	Wolfsburg
2007/2008	Bayern de Munique
2006/2007	Stuttgart

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

Na Alemanha, o reinado do Bayern de Munique é ainda mais preponderante, com 13 títulos nas últimas 18 edições da *Bundesliga*; seguido do Borussia Dortmund, com dois canecos; e Wolfsburg, Stuttgart e Bayer Leverkusen possuem uma conquista.

Quadro 11 - Vencedores do Campeonato Espanhol – 2006/2007-2023/2024

Temporada	Campeão
2023/2024	Real Madrid
2022/2023	Barcelona
2021/2022	Real Madrid
2020/2021	Atlético de Madrid
2019/20	Real Madrid
2018/2019	Barcelona
2017/2018	Barcelona
2016/2017	Real Madrid
2015/2016	Barcelona
2014/2015	Barcelona
2013/2014	Atlético de Madrid
2012/2013	Barcelona
2011/2012	Real Madrid
2010/2011	Barcelona
2009/2010	Barcelona
2008/2009	Barcelona
2007/2008	Real Madrid
2006/2007	Real Madrid

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

No Campeonato Espanhol, três times se sagraram vencedores, sendo que destes, dois revezaram o domínio da *La Liga*⁴⁷. O Barcelona, em nove ocasiões; e o Real Madrid, em sete oportunidades; os outros dois “canecos” restantes foram do Atlético de Madrid.

Quadro 12 - Vencedores do Campeonato Italiano – 2006/2007-2023/2024

Temporada	Campeão
2023/2024	Inter de Milão
2022/2023	Napoli
2021/2022	Milan
2020/2021	Inter de Milão
2019/2020	Juventus
2018/2019	Juventus
2017/2018	Juventus
2016/2017	Juventus
2015/2016	Juventus
2014/2015	Juventus
2013/2014	Juventus
2012/2013	Juventus
2011/2012	Juventus
2010/2011	Milan
2009/2010	Inter de Milão
2008/2009	Inter de Milão
2007/2008	Inter de Milão
2006/2007	Inter de Milão

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

O Campeonato Italiano teve como maior destaque nos últimos anos, clubes de Turim e Milão. A Juventus, maior campeã italiana da história, alcançou nove troféus nesse período; a Inter de Milão teve êxito em seis ocasiões; Milan em duas oportunidades e o Napoli uma vez.

⁴⁷ Principal competição nacional da Espanha.

Quadro 13 - Vencedores do Campeonato Francês – 2006/2007-2023/2024

Temporada	Campeão
2023/2024	Paris Saint-Germain
2022/2023	Paris Saint-Germain
2021/2022	Paris Saint-Germain
2020/2021	Lille
2019/2020	Paris Saint-Germain
2018/2019	Paris Saint-Germain
2017/2018	Paris Saint-Germain
2016/2017	Mônaco
2015/2016	Paris Saint-Germain
2014/2015	Paris Saint-Germain
2013/2014	Paris Saint-Germain
2012/2013	Paris Saint-Germain
2011/2012	Montpellier
2010/2011	Lille
2009/2010	Olympique de Marseille
2008/2009	Bordeaux
2007/2008	Lyon
2006/2007	Lyon

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

No Campeonato Francês, a hegemonia pertence ao Paris Saint-Germain, com 10 títulos; em seguida vem o Lyon, em duas oportunidades; mesma quantidade do Lille; Bordeaux, Montpellier, Marseille e Mônaco conquistaram a competição uma vez, cada.

Tendo como base a análise das cinco realidades, países com altos faturamentos e em evidência no circuito do futebol mundial, Franco Júnior (2007) chama a atenção para a forma como o futebol se transforma num negócio, refletindo o poderio econômico dos clubes dominantes, ainda que muitos deles possam se beneficiar de capitais com fonte duvidosa. Muitos desses gigantes europeus fazem parte do denominado G-14⁴⁸, grupo dos times mais poderosos do futebol mundial, nos quais alguns deles pressionam a UEFA em torno da criação de uma nova competição, a chamada Superliga⁴⁹, em detrimento do formato atual da Liga dos Campeões da Europa, principal competição do continente.

⁴⁸ Em 2000, os membros fundadores do G-14 compreenderam Ajax-HOL, Barcelona-ESP, Bayern de Munique-ALE, Borussia Dortmund-ALE, Internazionale-ITA, Juventus-ITA, Liverpool-ING, Manchester United-ING, Olympique de Marseille-FRA, Milan-ITA, Paris Saint-Germain-FRA, Porto-POR, PSV-HOL e Real Madrid-ESP.

⁴⁹ Projeto de um novo torneio no continente, encabeçado por Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City, Manchester United, Tottenham, Atlético de Madrid, Barcelona, Real Madrid, Inter de Milão, Juventus e Milan. A Superliga teria 20 clubes, entre fundadores e poucos clubes que se classificariam com base no desempenho da temporada, conflitando com a Fifa e a Uefa. O sindicato mundial de jogadores profissionais (FIFPro) se opõe à ideia, alegando uma possível maior desigualdade entre times gigantes e os de menor expressão, tendo em vista a diferença na injeção de capital entre quem participa e quem fica à margem da competição.

Os times veem a Superliga enquanto uma estratégia significativamente mais lucrativa que o modelo atual⁵⁰, mesmo que isso signifique olhar apenas para si e excluir as equipes de menor expressão, que se sustentam graças ao orçamento oriundo de campanhas nos campeonatos nacionais e que geram vagas na competição mais importante da Europa. Todavia, entre os poderosos clubes, membros do G-14, há fortes desigualdades entre si.

O Ajax também faz parte deste grupo, mas economicamente acabou deixando a elite dos clubes europeus, por não ter condições de competir financeiramente com os rivais da França, Itália, Espanha, Alemanha e Inglaterra. Porém, o clube ainda faz o papel de elite na Holanda, polarizando com o PSV Eindhoven as revelações dos times menores. E faz, com as pequenas equipes de seu país, o mesmo que não deseja para ele em seu continente, comprovando como a lógica capitalista atua nas diferentes escalas da mesma maneira (Favero, 2009, p. 45-46).

Para se ter ideia de como a perversidade do capital invade o futebol-negócio, de acordo com Franco Júnior (2007, p. 121):

[...] Em 2005, o faturamento dos vinte maiores clubes europeus representou metade do faturamento total de todos os clubes dos cinco grandes países futebolísticos do continente (Alemanha, Espanha, França, Inglaterra e Itália). Como em outros domínios, também no futebol o liberalismo favorece a elite (clubes e jogadores) e abandona os demais à própria sorte.

Sob esta ótica, os times podem ser relacionados a grandes corporações, funcionam como transnacionais que alistam mão de obra em diversos países e universalizam suas marcas em todas as regiões do planeta. A revolução midiática, no âmbito europeu, favorece ganhos com cotas de transmissão na TV aberta, fechada e outras opções no pay-per-view. Além disso, a reestruturação das ligas nacionais, com o oferecimento de mais vagas nos principais campeonatos do continente são algumas das medidas que favorecem a injeção de capital, a concentração de renda e a consolidação de clubes de alcance mundial (Franco Júnior, 2007).

Conforme lembra Boniface (2006), essas potências futebolísticas têm organizado, estrategicamente, torneios e copas em países que atuam como novos mercados em ascensão, como China e Estados Unidos, ao mesmo tempo em que se compara assistir a técnica de

⁵⁰ A tradicional competição, baseada na fase de grupos, com 32 equipes, durou até a temporada 23/24. Em 24/25 foi substituída por um novo formato, contando com 36 clubes, no qual cada um deles disputam oito jogos na primeira fase, definidos em sorteio.

Zidane a um filme de Tom Cruise. Assim, o futebol se transforma num espetáculo do capital e para o capital.

3.3.2 A espacialização do futebol na dinâmica regional brasileira

Para tratarmos da espacialização do futebol brasileiro adotaremos o modelo empregado por Vasconcelos (2011), em seu estudo “Identidade futebolística: os torcedores ‘mistos’ no Nordeste”, que elenca quatro tipos de capital – econômico, midiático, político e simbólico, cujo efeito didático ajuda a compreender como os clubes se organizam com vistas às conquistas e fortalecimento. Para o autor, o capital econômico envolve o quantitativo de dinheiro que o time possui para direcionar nos investimentos em estrutura, formação e contratação de jogadores. Esse dinheiro provém de fontes diversas, tais como bilheteria, patrocínios e cotas televisivas. O capital midiático engloba o papel dos veículos de comunicação, seu potencial informacional sobre os clubes. Sob essa lógica, quanto mais o time é exposto e colocado em evidência nos meios midiáticos, maior é a valorização da marca, tendo ação direta sobre o grande patrimônio do clube: o torcedor (Ibid, 2011). O capital político compreende o nível de influência e poder decisório do time no cenário do futebol, a exemplo do poder de organizar e/ou reorganizar calendários, recebimento de maiores cotas de transmissão televisiva, poder junto à CBF, entre outras questões. De modo geral, as equipes de maior capacidade decisória tendem a agir conforme seus interesses, sem levar em conta possíveis prejuízos aos clubes de menor expressão. Por fim, o capital simbólico reúne o desempenho dos times nas inúmeras competições disputadas, sobretudo, sua materialização em forma de títulos, demonstrativo de poder no cenário nacional. A magnitude da torcida também compõe o capital simbólico, sofre a influência de todos os outros tipos de capitais e como estes refletem na construção de uma identidade clubística (Vasconcelos, 2011). Esses potenciais, aqui chamados de capitais pelo autor, se relacionam, visto que um tem impacto direto sobre o outro. Em outras palavras, se o clube “A” dispõe de capital econômico, há uma enorme probabilidade de isso resultar em capital político, midiático e simbólico. Com base nisto, poucos times assumem uma posição de dominantes, detêm o monopólio dos tipos de capital; enquanto os demais ocupam uma situação periférica, à margem das decisões e dos diversos tipos de capitais. Dessa forma, pode-se compreender melhor as formas nas quais o futebol brasileiro se desenrola.

Essa distribuição de poder⁵¹ entre os clubes brasileiros se relaciona, ainda, com as condições regionais, considerando-se a posição de cada uma na divisão do trabalho no interior do país, assim refletindo o poder econômico de cada região geográfica. Ou seja, tendo como base a regionalização adotada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em cinco grandes regiões – Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro Oeste, a configuração e organização socioespacial e econômica de cada uma delas reflete na relação com o esporte, com efeito sobre a performance dos clubes e na recorrência de participação nas principais competições (Quadro 14), tendo em vista que as diferenças estruturais de cada região estão associadas ao seu grau de influência na principal modalidade esportiva e sobre a competição mais relevante do país.

Quadro 14 - Clubes participantes do Brasileirão por região – 2022

Clube	Região
América/MG	Sudeste
Athlético/PR	Sul
Atlético/GO	Centro-Oeste
Atlético/MG	Sudeste
Avaí	Sul
Botafogo	Sudeste
Bragantino	Sudeste
Ceará	Nordeste
Corinthians	Sudeste
Coritiba	Sul
Cuiabá	Centro-Oeste
Flamengo	Sudeste
Fluminense	Sudeste
Fortaleza	Nordeste
Goiás	Centro-Oeste
Internacional	Sul
Juventude	Sul
Palmeiras	Sudeste
São Paulo	Sudeste
Santos	Sudeste

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2022.

Tendo como base a configuração do ano 2022⁵², verifica-se que a região mais representada no Campeonato Brasileiro Série A é a Sudeste, com dez; na segunda posição vem o Sul, com cinco equipes; o Centro-Oeste aparece em terceiro, com três; o Nordeste possui dois clubes; e o Norte, por sua vez, não dispõe de nenhum representante na principal divisão de futebol. Dessa forma, observa-se uma relação imbricada entre a participação dos

⁵¹ O poder sempre esteve atrelado às duas capitais – o econômico em São Paulo, e o político no Rio de Janeiro.

⁵² Ano tomado como exemplo na análise por ser o de escrita deste tópico.

clubes na elite nacional do futebol e o maior poder econômico-financeiro, político e concomitantemente simbólico, das regiões em que os investimentos de capital são mais densos e, conseqüentemente, a visibilidade regional atrai investimentos e presença midiática concentrada, não somente na instalação dos primeiros veículos de comunicação, mas na disseminação e manutenção destes ao longo do tempo, favorecendo maciçamente os times locais.

Nas duas regiões de maior concentração de capital, a infraestrutura de serviços futebolísticos se destaca pela presença de grandes estádios, inclusive de padrão “copa do mundo” – Arena da Baixada/PR, Beira-Rio/RS, Maracanã/RJ, Mineirão/MG, Neo Química Arena/SP –, o que corrobora no recebimento de jogos da seleção brasileira com maior frequência. A maior parte das lojas licenciadas dos grandes clubes se instalam, principalmente, nas capitais, que também abrigam inúmeras empresas de publicidade e marketing esportivo. Nota-se toda uma rede de infraestrutura voltada ao futebol, concentrada nestas regiões.

A força do futebol no imaginário social, elaborada pela relação entre a frequência com que o esporte chega até seu público, os torcedores e população em geral, é uma forma de criação de demanda social pelo esporte. Os clubinhos criados nos bairros, o apelo social por colaborações para sua estruturação, o apoio com patrocínios de jogadores, empresas locais, Organizações Não Governamentais (ONG’s), na arregimentação de crianças e jovens para o futebol, contribui com uma formação desde a infância, fortalecendo ainda mais o esporte nas regiões de maior oferta de times. O papel da mídia no apoio ao poder econômico dos times é uma das determinações da criação dessas demandas e montagem das infraestruturas.

Os grandes conglomerados empresariais midiáticos, tais como os grupos Globo, Bandeirantes, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e Record possuem sedes localizadas no Sudeste. Neste sentido, a cobertura esportiva, quase sempre fundamentada em torno do futebol, privilegia e/ou privilegiou, desde a consolidação da televisão no país, os times da região. Numa situação hipotética, para o Sr. José, residente em Roraima, a opção de jogo da TV aberta, no domingo, consiste em Flamengo x Ceará. Na quarta-feira, para a Sr^a Maria, moradora de Rondônia, resta a possibilidade de assistir a Corinthians x Remo. Poucos dias depois, as partidas do “Rubro-Negro Carioca⁵³” e do “Timão⁵⁴” se repetem, pois prioriza-se com veemência os times do eixo. Essa dinâmica, que molda a trajetória da transmissão de futebol, contribui para que moradores da região Norte, como o Sr. José, simpatizem com o

⁵³ Expressão de referência ao Flamengo.

⁵⁴ Nomenclatura para se referir ao Corinthians.

Flamengo, assim como os jogos recorrentes do Corinthians tendem a levar a Sr.^a Maria a adotar a torcida pelo “Alvinegro do Parque São Jorge⁵⁵”.

De modo geral, ao longo da história, os primeiros times, entidades, competições e toda estrutura em torno do futebol se concentraram, desde o início, na região Sudeste, especialmente em São Paulo e Rio de Janeiro. Indo além, o próprio processo de urbanização favoreceu a estrutura criada nesses estados, corroborando na posição central no âmbito do futebol do país (Vasconcelos, 2011).

Outro aspecto importante a ser analisado abarca a influência das competições, levando em conta os regulamentos que moldam cada uma. Sob esse aspecto, considera-se: o Campeonato Brasileiro, com gênese no ano de 1959, embora tenha adquirido diferentes nomenclaturas e formatos ao longo do tempo; e a Copa do Brasil, criada em 1989. Ambas envolvem muita simbologia – as duas maiores competições nacionais – e o valor milionário de suas premiações – 33 milhões e 73,6 milhões⁵⁶, respectivamente – além de conceder vagas para a Copa Libertadores e Copa Sul-americana, principais campeonatos do continente americano.

De 1959, primeiro ano de realização do Campeonato Brasileiro, até 2002, a formatação da competição compreendeu fases classificatórias e sistema de mata-mata. Todavia, o formato do torneio sofreu alterações ao longo dos anos, bem como houve uma variação notória no quantitativo de clubes (Tabela 15⁵⁷). Da mesma forma, a nomenclatura da competição também sofreu mudanças, a exemplo de Taça Brasil, 1959-1968; Torneio Roberto Gomes Pedrosa⁵⁸, 1967-1970; Campeonato Nacional de Clubes, 1971-1974; Copa Brasil, 1975-1980, 1984 e 1986; Taça de Ouro, 1981-1983 e 1985; Copa União, 1987-1988; Campeonato Brasileiro, em 1989-1999 e 2001-2002; Copa João Havelange, em 2000; e Campeonato Brasileiro Série A, de 2003-atual; (O Gol, 2022).

⁵⁵ O termo “alvinegro” atrela-se às cores preta e branca do uniforme do clube e o “Parque São Jorge” compreende à sede do Corinthians, onde localiza-se o “Estádio Alfredo Schürig”, também chamado de Fazendinha, antigo local de mando de jogo do time profissional e atual local de treinamentos e, também, destinado às categorias de base.

⁵⁶ Valor do ano 2021. Esse número pode variar anualmente.

⁵⁷ Considera-se a análise em foco a partir de 1971 por ser um período de consolidação do Campeonato Brasileiro nos moldes atuais, tendo em vista que o reconhecimento da Taça Brasil e do Torneio Roberto Gomes Pedrosa como similar ao Brasileirão acontece apenas no século XXI.

⁵⁸ Também chamado de “Taça de Prata” entre 1968 e 1970.

Tabela 15 - Clubes participantes do Campeonato Brasileiro por regiões – 1971/2002

Ano	Total de clubes	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
1971	20	0	4	0	13	3
1972	26	2	8	0	13	3
1973	40	4	12	3	16	5
1974	40	4	12	3	16	5
1975	42	4	13	4	16	5
1976	54	4	17	4	21	8
1977	62	4	19	6	23	10
1978	74	4	20	8	29	13
1979	80	6	30	14	12	18
1980	40	2	12	5	14	7
1981	40	2	13	5	14	6
1982	40	2	12	5	15	6
1983	40	2	12	5	16	5
1984	40	2	12	5	15	6
1985	44	3	12	5	18	6
1986	80	6	25	11	24	14
1987	31	0	8	2	15	6
1988	24	0	4	1	14	5
1989	22	0	4	1	13	4
1990	20	0	3	1	14	2
1991	20	0	4	1	12	3
1992	20	1	3	1	13	2
1993	32	2	7	1	16	6
1994	24	2	4	0	14	4
1995	24	1	3	1	14	5
1996	24	0	3	1	13	7
1997	26	0	4	1	14	7
1998	24	0	3	1	14	6
1999	22	0	2	1	13	6
2000	114	10	28	12	46	18
2001	28	0	4	2	16	6
2002	26	1	2	2	14	7

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2022.

A leitura da tabela acima permitiu evidenciar que o número de clubes em cada edição variou significativamente, de 20 a 114 equipes por ano. Ao longo desse período, 1971-2002, dos 1.243 clubes participantes, a região Sudeste foi a que deteve o maior quantitativo de equipes, 530 no total; o Nordeste obteve 319 times; o Sul, 214; o Centro-Oeste teve 112; e o Norte, apenas 68. Durante essas três décadas, muitos times que atualmente não estão em evidência, construíram uma história no cenário nacional. Clubes como América-RJ, Santa Cruz-PE, São Caetano-SP, Bangu-RJ, Portuguesa-SP, Londrina-PR, Ponte Preta-SP, Nacional-AM e Operário-MT, em diferentes ocasiões chegaram em fases decisivas da competição, como quartas de final, semifinal ou final.

Em menos oportunidades, outros clubes também tiveram participação notável, a exemplo do América-RN, Tiradentes-PI, Caxias-RS, Mixto-MT, GE Brasil-RS, Dom Bosco-

MT, Goytacaz-RJ, São Bento-SP, Comercial-SP, Fast-AM, XV de Piracicaba-SP, Uberlândia-MG, Desportiva Ferroviária-ES, Inter de Limeira-SP, Joinville-SC e União São João-SP, evidenciando que, durante esse período, o futebol brasileiro se apresentou de forma menos segregadora, haja vista o desempenho de clubes que hoje são considerados “pequenos”.

Considerando a realização do Campeonato Brasileiro no período que antecedeu a era dos pontos corridos, os times vencedores da competição, e seus respectivos vices, estão expressos no Quadro 15⁵⁹.

⁵⁹ Em 2023 a CBF reconheceu o título de Campeão Brasileiro de 1937 para o Atlético-MG, contabilizando a “Campeão dos campeões”. Porém, para fins de análise, consideraremos a os títulos nacionais a partir de 1959.

Quadro 15 - Clubes campeões do Campeonato Brasileiro – 1959-2002

Ano	Campeão	Estado/Região	Vice-Campeão	Estado/Região
1959	Bahia	BA/Nordeste	Santos	SP/Sudeste
1960	Palmeiras	SP/Sudeste	Fortaleza	CE/Nordeste
1961	Santos	SP/Sudeste	Bahia	BA/Nordeste
1962	Santos	SP/Sudeste	Botafogo	RJ/Sudeste
1963	Santos	SP/Sudeste	Bahia	BA/Nordeste
1964	Santos	SP/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
1965	Santos	SP/Sudeste	Vasco	RJ/Sudeste
1966	Cruzeiro	MG/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
1967 ⁶⁰	Palmeiras	SP/Sudeste	Náutico	PE/Nordeste
1967	Palmeiras	SP/Sudeste	Internacional	RS/Sul
1968 ⁶¹	Botafogo	RJ/Sudeste	Fortaleza	CE/Nordeste
1968	Santos	SP/Sudeste	Internacional	RS/Sul
1969	Palmeiras	SP/Sudeste	Cruzeiro	MG/Sudeste
1970	Fluminense	RJ/Sudeste	Palmeiras	SP/Sudeste
1971	Atlético-MG	MG/Sudeste	São Paulo	SP/Sudeste
1972	Palmeiras	SP/Sudeste	Botafogo	RJ/Sudeste
1973	Palmeiras	SP/Sudeste	São Paulo	SP/Sudeste
1974	Vasco	RJ/Sudeste	Cruzeiro	MG/Sudeste
1975	Internacional	RS/Sul	Cruzeiro	MG/Sudeste
1976	Internacional	RS/Sul	Corinthians	SP/Sudeste
1977	São Paulo	SP/Sudeste	Atlético-MG	MG/Sudeste
1978	Guarani	SP/Sudeste	Palmeiras	SP/Sudeste
1979	Internacional	RS/Sul	Vasco	RJ/Sudeste
1980	Flamengo	RJ/Sudeste	Atlético-MG	MG/Sudeste
1981	Grêmio	RS/Sul	São Paulo	SP/Sudeste
1982	Flamengo	RJ/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
1983	Flamengo	RJ/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
1984	Fluminense	RJ/Sudeste	Vasco	RJ/Sudeste
1985	Coritiba	PR/Sul	Bangu	RJ/Sudeste
1986	São Paulo	SP/Sudeste	Guarani	SP/Sudeste
1987	Sport ⁵⁴	PE/Nordeste	Guarani	SP/Sudeste
1988	Bahia	BA/Nordeste	Internacional	RS/Sul
1989	Vasco	RJ/Sudeste	São Paulo	SP/Sudeste
1990	Corinthians	SP/Sudeste	São Paulo	SP/Sudeste
1991	São Paulo	SP/Sudeste	Bragantino	SP/Sudeste
1992	Flamengo	RJ/Sudeste	Botafogo	RJ/Sudeste
1993	Palmeiras	SP/Sudeste	Vitória	BA/Nordeste
1994	Palmeiras	SP/Sudeste	Corinthians	SP/Sudeste
1995	Botafogo	RJ/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
1996	Grêmio	RS/Sul	Portuguesa	SP/Sudeste
1997	Vasco	RJ/Sudeste	Palmeiras	SP/Sudeste
1998	Corinthians	SP/Sudeste	Cruzeiro	MG/Sudeste
1999	Corinthians	SP/Sudeste	Atlético-MG	MG/Sudeste
2000	Vasco	RJ/Sudeste	São Caetano	SP/Sudeste
2001	Athletico-PR	PR/Sul	São Caetano	SP/Sudeste
2002	Santos	SP/Sudeste	Corinthians	SP/Sudeste

Fonte: O Gol.

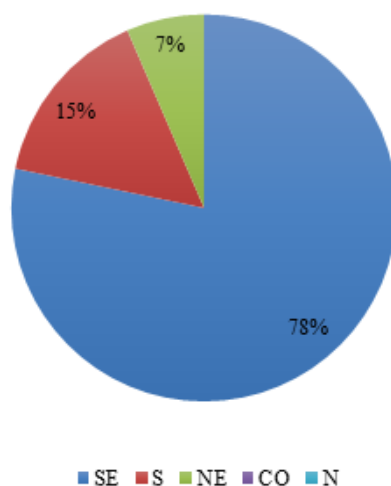
Organização: A autora, 2022.

⁶⁰ No ano de 1967 houve a realização de duas competições: a Taça Brasil e o Torneio Roberto Gomes Pedrosa (Obs.: o quadro respeita a ordem aqui apresentada).

⁶¹ No ano de 1968, de modo similar ao ano anterior, também houve a realização de duas competições: a Taça Brasil e o Torneio Roberto Gomes Pedrosa. (Obs.: o quadro respeita a ordem aqui apresentada).

Para representar de forma mais detalhada, os Gráficos 5 e 6 demonstram o desempenho dos times durante esse período, tanto por região quanto por estado, considerando os anos de 1959/2002, período em que a competição tinha o sistema de “mata-mata⁶²” como fórmula de disputa.

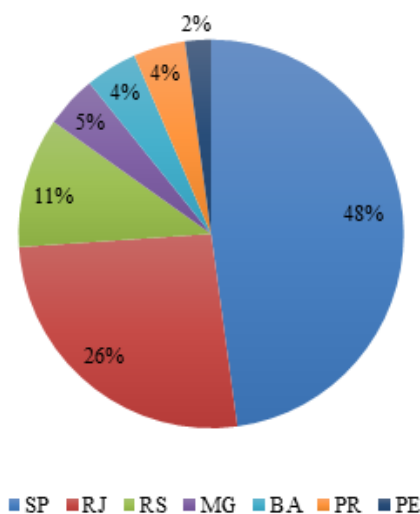
Gráfico 5 - Títulos do Campeonato Brasileiro por região – 1959/2002



Fonte: A autora, 2022.

Além de ter mais equipes participantes, o Sudeste possui a maior quantidade de títulos na competição, 36 em 44 edições; o Sul tem sete conquistas; o Nordeste possui três campeões; e as regiões Centro-Oeste e Norte não possuem clubes vitoriosos. A fórmula de disputa mais democratizada explica feitos como o do Guarani/SP, vencedor do ano de 1978, ou os vice-campeonatos de Bangu/RJ, Vitória/BA, São Caetano/SP e Portuguesa/SP, clubes que, hoje em dia, pertencem a divisões inferiores ou estão fora do foco futebolístico.

⁶² Sistema de competição no qual cada equipe disputa uma certa quantidade de jogos e, posteriormente, as melhores campanhas duelam em fases finais eliminatórias, até a disputa da grande final.

Gráfico 6 - Títulos do Campeonato Brasileiro por estado – 1959-2002

Fonte: A autora, 2022.

No tocante às conquistas por estado, São Paulo e Rio de Janeiro possuem mais de 70% dos times vencedores; seguidos do Rio Grande do Sul; Minas Gerais; Bahia e Paraná aparecem empatados; e, por fim, Pernambuco.

A partir de 2003, o Campeonato Brasileiro adotou o sistema de pontos corridos, isto é, todas as equipes se enfrentam em dois turnos e quem somar o maior número de pontos fica com o título e as melhores colocações. A justificativa para esse novo modelo está na meritocracia, na justiça de campeão, pois ser o mais regular é a condição fundamental para ser o vencedor. Além disso, a CBF usa o argumento em torno do planejamento prévio, tendo em vista que os clubes iniciam e terminam a competição com a mesma quantidade de jogos (Favero, 2009). A Tabela 16 mostra o total de clubes participantes do Campeonato Brasileiro no período de 2003-2024.

Tabela 16 - Clubes participantes do Campeonato Brasileiro por regiões – 2003-2024

Ano	Total de clubes	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
2003	24	1	3	1	11	8
2004	24	1	1	1	13	8
2005	22	1	1	2	12	6
2006	20	0	2	1	11	6
2007	20	0	3	1	10	6
2008	20	0	3	1	11	5
2009	20	0	3	1	11	5
2010	20	0	2	2	12	4
2011	20	0	2	1	11	6
2012	20	0	3	1	12	4
2013	20	0	3	1	11	5
2014	20	0	3	1	9	7
2015	20	0	1	1	10	8
2016	20	0	3	0	11	6
2017	20	0	3	1	11	5
2018	20	0	4	0	11	5
2019	20	0	4	1	10	5
2020	20	0	4	2	10	4
2021	20	0	4	2	9	5
2022	20	0	2	3	10	5
2023	20	0	2	2	12	4
2024	20	0	3	2	10	5

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

Pode-se observar que, durante este período, 450 equipes participaram do campeonato. Mesmo após a mudança na estrutura organizacional da competição, a superioridade de participação do Sudeste se perpetuou, com 238 times; o Sul dispõe da segunda posição, o Nordeste⁶³ da terceira, depois vem o Centro-Oeste e, por último, o Norte. A compreensão da centralização da hegemonia do futebol brasileiro alcança seu ápice com a análise dos times vencedores na era dos pontos corridos, pois em todas as edições os campeões advêm do Sudeste, demonstrando que esta região detém as potências futebolísticas do país. O Quadro 16 mostra essa supremacia, refletida na totalidade dos clubes vencedores.

⁶³ Para o ano de 2025, o Nordeste terá recorde de times na série A – Bahia, Ceará, Fortaleza, Sport e Vitória –, a maior representatividade dos últimos 39 anos.

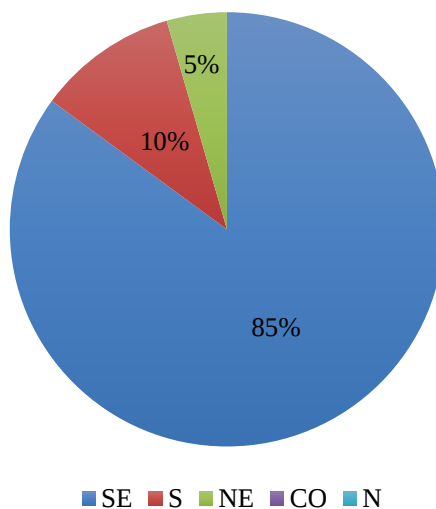
Quadro 16 - Clubes campeões e vice-campeões do Campeonato Brasileiro – 2003-2024

Ano	Campeão	Estado/Região	Vice-Campeão	Estado/Região
2003	Cruzeiro	MG/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
2004	Santos	SP/Sudeste	Athletico-PR	PR/Sudeste
2005	Corinthians	SP/Sudeste	Internacional	RS/Sul
2006	São Paulo	SP/Sudeste	Internacional	RS/Sul
2007	São Paulo	SP/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
2008	São Paulo	SP/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
2009	Flamengo	RJ/Sudeste	Internacional	RS/Sul
2010	Fluminense	RJ/Sudeste	Cruzeiro	MG/Sudeste
2011	Corinthians	SP/Sudeste	Vasco	RJ/Sudeste
2012	Fluminense	RJ/Sudeste	Atlético-MG	MG/Sudeste
2013	Cruzeiro	MG/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
2014	Cruzeiro	MG/Sudeste	São Paulo	SP/Sudeste
2015	Corinthians	SP/Sudeste	Atlético-MG	MG/Sudeste
2016	Palmeiras	SP/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
2017	Corinthians	SP/Sudeste	Palmeiras	SP/Sudeste
2018	Palmeiras	SP/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
2019	Flamengo	RJ/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
2020	Flamengo	RJ/Sudeste	Internacional	RS/Sul
2021	Atlético-MG	MG/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
2022	Palmeiras	SP/Sudeste	Internacional	RS/Sul
2023	Palmeiras	SP/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
2024	Botafogo	RJ/Sudeste	Palmeiras	SP/Sudeste

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

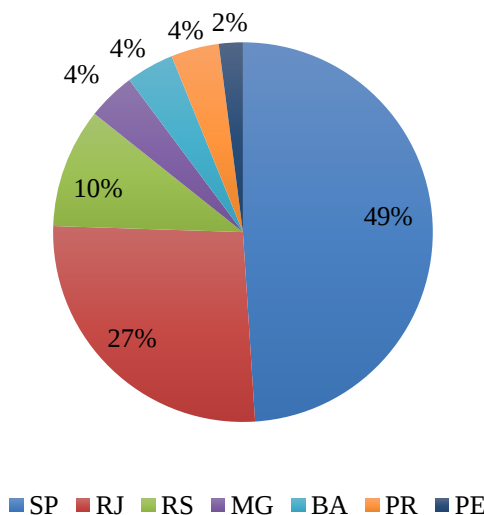
A partir do mapeamento geral dos times campeões e vice-campeões do Campeonato Brasileiro, os Gráficos 7 e 8 evidenciam a performance dos clubes, detalhada por região e por estado, considerando os anos de 1959-2024, mesclando todos os anos de realização da competição, independente da fórmula de disputa.

Gráfico 7 - Títulos do Campeonato Brasileiro por região – 1959-2024

Fonte: A autora, 2024.

A região Sudeste expandiu as conquistas, saindo de 79% – de 1959/2002 – para 85% dos títulos da competição – de 2003/2024 – após a implantação da nova fórmula de disputa, alcançando 58 das 68 edições; o Sul permanece com os sete “canecos”; o Nordeste com três vencedores; e as regiões Centro-Oeste e Norte sem nenhum representante campeão.

Gráfico 8 - Títulos do Campeonato Brasileiro por estado – 1959-2024



Fonte: A autora, 2024.

Entre os estados, São Paulo e Rio de Janeiro correspondem aos grandes destaques dos times campeões, respectivamente, destoando dos demais. Além do domínio dos clubes do Sudeste, são os que mais fornecem atletas à seleção e aos gigantes europeus. Neste sentido, para Vasconcelos (2011, p. 23), “[...] os clubes de Rio de Janeiro e São Paulo podem ser considerados as melhores mercadorias, as marcas que agregam os valores mais positivos, capazes de atrair consumidores de mercados distantes que estão, no entanto, inseridos dentro de uma mesma economia de bens simbólicos futebolísticos”.

Todavia, a análise da forma atual de organização do Campeonato Brasileiro põe em ênfase o aspecto racional do mercado em detrimento do social, reforçando os preceitos capitalistas à medida que evita resultados que fujam do óbvio. Nesse aspecto, os clubes de maior poder aquisitivo tendem sempre a brigar pelo título, situação contrária às equipes de menor investimento, perpetuando o privilegiamento dos mais fortes.

Na prática, se os times A, B e C têm mais receita, podem investir na contratação de atletas e em infraestrutura, possibilitando-os a hegemonia nas disputas pelo título e/ou pelas posições superiores. Por outro lado, se os times D, E e F dispõem de menor receita, isto

implica em investimento menos expressivo em jogadores e em infraestrutura, logo, a lógica aponta para que esses disputem a parte inferior da tabela.

Favero (2009, p. 29-30), observa que “[...] o campeonato de pontos corridos segue a lógica da poupança: é um sistema de acúmulo, com produção constante e valorização da regularidade. É quase um “darwinismo esportivo”, segundo o qual só os mais bem preparados sobreviverão”. Neste sentido, as competições que adotam a fórmula favorecem o sucesso de clubes que concentram capital, “periferizando” os times de menor potencial econômico, retratados no baixo investimento que gera resultados inexpressivos e/ou divisões menos relevantes.

Levando em conta a outra grande competição nacional, a Copa do Brasil envolve um número significativo de times participantes, de todas as regiões e de diferentes divisões, adotando um modelo de chaveamento distinto, com fases eliminatórias e sistema de mata-mata, com partidas eliminatórias na primeira e segunda fase e jogos de ida e volta a partir da terceira etapa do campeonato. Por isso, a probabilidade de surpresa é mais real, embora não seja corriqueira. Os títulos inéditos de equipes como Criciúma-SC, Juventude-RS, Paulista-SP e Santo André-SP, bem como os vice-campeonatos de Brasiliense-DF, Ceará-CE, Figueirense-SC e Goiás-GO evidenciam a maior democratização da competição, considerando que estes clubes, por exemplo, não detêm título de campeão ou vice-campeão do Campeonato Brasileiro (Quadro 17).

Quadro 17 - Campeões e vice-campeões da Copa do Brasil – 1989-2024

Ano	Campeão	Estado/Região	Vice-Campeão	Estado/Região
1989	Grêmio	RS/Sudeste	Sport	PE/Nordeste
1990	Flamengo	RJ/Sudeste	Goiás	GO/Centro-Oeste
1991	Criciúma	SC/Sul	Grêmio	RS/Sul
1992	Internacional	RS/Sul	Fluminense	RJ/Sudeste
1993	Cruzeiro	MG/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
1994	Grêmio	RS/Sul	Ceará	CE/Nordeste
1995	Corinthians	SP/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
1996	Cruzeiro	MG/Sudeste	Palmeiras	SP/Sudeste
1997	Grêmio	RS/Sul	Flamengo	RJ/Sudeste
1998	Palmeiras	SP/Sudeste	Cruzeiro	MG/Sudeste
1999	Juventude	RS/Sul	Botafogo	RJ/Sudeste
2000	Cruzeiro	MG/Sudeste	São Paulo	SP/Sudeste
2001	Grêmio	RS/Sul	Corinthians	SP/Sudeste
2002	Corinthians	SP/Sudeste	Brasiliense	DF/Centro-Oeste
2003	Cruzeiro	MG/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
2004	Santo André	SP/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
2005	Paulista	SP/Sudeste	Fluminense	RJ/Sudeste
2006	Flamengo	RJ/Sudeste	Vasco	RJ/Sudeste
2007	Fluminense	RJ/Sudeste	Figueirense	SC/Sul
2008	Sport	PE/Nordeste	Corinthians	SP/Sudeste
2009	Corinthians	SP/Sudeste	Internacional	RS/Sul
2010	Santos	SP/Sudeste	Vitória	BA/Nordeste
2011	Vasco	RJ/Sudeste	Coritiba	PR/Sul
2012	Palmeiras	SP/Sudeste	Coritiba	PR/Sul
2013	Flamengo	RJ/Sudeste	Athletico-PR	PR/Sul
2014	Atlético-MG	MG/Sudeste	Cruzeiro	MG/Sudeste
2015	Palmeiras	SP/Sudeste	Santos	SP/Sudeste
2016	Grêmio	RS/Sul	Atlético-MG	MG/Sudeste
2017	Cruzeiro	MG/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
2018	Cruzeiro	MG/Sudeste	Corinthians	SP/Sudeste
2019	Athletico-PR	PR/Sul	Internacional	RS/Sul
2020	Palmeiras	SP/Sudeste	Grêmio	RS/Sul
2021	Atlético-MG	MG/Sudeste	Athletico-PR	PR/Sul
2022	Flamengo	RJ/Sudeste	Corinthians	SP/Sudeste
2023	São Paulo	SP/Sudeste	Flamengo	RJ/Sudeste
2024	Flamengo	RJ/Sudeste	Atlético-MG	MG/Sudeste

Fonte: O Gol.**Organização:** A autora, 2024.

Embora seja possível ter clubes de menor tradição no rol dos campeões, as equipes concentram-se em apenas três regiões. Das 36 edições, 27 provêm do Sudeste; 8 do Sul; e uma equipe do Nordeste; Centro-Oeste e Norte não dispõem de nenhum vencedor.

Tendo como base a edição da Copa do Brasil de 2021, a lógica do favoritismo, atrelada à disposição de capital dos clubes, algumas vezes, fica pelo caminho. Isto pode ser observado tendo como base os embates entre Juazeirense-BA x Sport-PE, ABC-RN x Botafogo-RJ, 4 de Julho-PI x Cuiabá-MT, Juazeirense-BA x Cruzeiro-MG, Palmeiras-SP x CRB-AL e ABC-RN x Chapecoense-SC, já que os times de divisões menores sagraram-se

vencedores dos confrontos, surpreendendo equipes de séries superiores, passando de fase e adquirindo premiação que lhes permitiu um ano financeiramente mais estável.

Cabe ressaltar, porém, que o próprio regulamento da competição ainda preza por favorecer as equipes de forte poderio econômico à medida que leva direto à terceira fase do torneio os clubes participantes da Copa Libertadores, diminuindo ainda mais as “zebras” e levando as equipes de menor investimento e de séries mais retrógradas à disputa do torneio desde a fase inicial, aumentando a possibilidade de eliminação e reduzindo as chances de títulos.

Tudo isso resulta em distintos níveis de reconhecimento, geralmente atrelados ao patamar de relevância do clube a partir do capital do qual dispõe. Ainda nesse âmbito, engloba visibilidade, conquistas, estrutura, atletas de renome, questões que ditam a força do time A, B ou C (Vasconcelos, 2011).

De modo geral, os inúmeros fatores, os diferentes tipos de capital e a forma como conduzem o futebol, influenciam na dimensão e na grandeza de cada equipe, impactando, outrossim, no número de torcedores. A partir da interferência destes aspectos, as Tabelas 17 e 18 evidenciam o ranking das torcidas no país, tendo como base os anos⁶⁴ de 2019 e 2024.

Tabela 17 - Ranking das maiores torcidas do Brasil – 2019

Ranking	Clube	% de torcedores
1º	Flamengo	20%
2º	Corinthians	14%
3º	São Paulo	8%
4º	Palmeiras	6%
5º	Vasco	4%
	Cruzeiro	4%
	Grêmio	4%
6º	Internacional	3%
	Santos	3%
7º	Atlético/MG	2%
	Seleção Brasileira	2%
8º	Botafogo	1%
	Bahia	1%
	Fluminense	1%
	Sport	1%
	Santa Cruz	1%
	Fortaleza	1%
	Vitória	1%
	Ceará	1%

Fonte: Instituto Datafolha.

⁶⁴ As duas pesquisas envolvem um intervalo de cinco anos, considerando um período eficaz para melhor analisar possíveis mudanças.

Tabela 18 - Ranking das maiores torcidas do Brasil – 2024

Ranking	Clube	% de torcedores
1	Flamengo	19%
2	Corinthians	14%
3	Palmeiras	7%
4	São Paulo	6%
5	Grêmio	4%
	Vasco	4%
6	Atlético-MG	3%
	Bahia	3%
	Botafogo	3%
	Fluminense	3%
7	Vitória	1%
	Seleção brasileira	1%
8	Outro	4%

Fonte: Instituto Datafolha.

A Tabela 17 mostra que, oito dos 10 times com maior número de torcedores pertencem ao Sudeste, região mais favorecida por investimentos, mídia e serviços ao longo de toda a história de formação e consolidação do território brasileiro. Já a Tabela 18 evidencia Flamengo e Corinthians mantendo-se como as duas equipes com maior torcida do país. A terceira posição, anteriormente do São Paulo, foi tomada pelo Palmeiras, clube com elevado grau de competitividade no cenário brasileiro nestes últimos anos. Atlético-MG, Bahia e Botafogo também cresceram na preferência popular, enquanto Cruzeiro, Fluminense, Internacional e Santos, por exemplo, perderam adeptos. Nesta lógica, os times que concentram títulos ou grandes campanhas ganham novos apaixonados, enquanto que equipes sem alto grau de competitividade, tendem ao esquecimento.

O grau de influência, somado a outros aspectos, reflete diretamente nas receitas dos clubes, que envolvem fatores como direitos de transmissão, transferências de atletas, premiações por campeonatos, publicidade e patrocínio, bilheteria, sócio-torcedor, entre outras fontes. Para evidenciar o panorama de arrecadação do cenário futebolístico nacional, a análise em questão compreendeu dois anos – 2019 e 2020⁶⁵ (Tabelas 19 e 20).

⁶⁵ Os dois anos foram considerados, tendo em vista que um não sofreu interferência direta da pandemia, e outro conviveu com os efeitos pandêmicos no mais alto grau.

Tabela 19 - As maiores receitas do futebol brasileiro – 2019

Posição	Clube	Receita anual
1º	Flamengo	R\$ 950 mi
2º	Palmeiras	R\$ 642 mi
3º	Grêmio	R\$ 459 mi
4º	Internacional	R\$ 441 mi
5º	Corinthians	R\$ 426 mi
6º	Santos	R\$ 400 mi
7º	Athletico-PR	R\$ 390 mi
8º	São Paulo	R\$ 384 mi
9º	Atlético-MG	R\$ 354 mi
10º	Cruzeiro	R\$ 289 mi

Fonte: CBF.

Nota-se que os dez clubes com maior receita no ano de 2019 situam-se nas regiões Sudeste e Sul. Chama a atenção a diferença de mais de R\$ 300 milhões entre Flamengo e Palmeiras, primeiro e segundo colocados. Além da grandeza dos times, os títulos contribuem para a maior arrecadação. A equipe carioca, por exemplo, conquistou a Libertadores e o Campeonato Brasileiro no ano em questão.

As equipes nordestinas não estiveram entre as dez que mais arrecadaram. O Bahia alcançou uma receita de R\$ 189 milhões; o Fortaleza, R\$ 115 milhões; o Ceará, R\$ 98 milhões; e o CSA, R\$ 61 milhões, times na Série A em 2019. Na Série B, o Vitória arrecadou R\$ 50 milhões; e o Sport, R\$ 39 milhões, valores que destoaram da realidade dos clubes do “eixo”.

Tabela 20 - As maiores receitas do futebol brasileiro – 2020

Posição	Clube	Receita anual
1º	Flamengo	R\$ 669 mi
2º	Palmeiras	R\$ 559 mi
3º	Corinthians	R\$ 474 mi
4º	Grêmio	R\$ 472 mi
5º	Atlético-MG	R\$ 418 mi
6º	São Paulo	R\$ 365 mi
7º	Athlético-PR	R\$ 329 mi
8º	Internacional	R\$ 281 mi
9º	Santos	R\$ 240 mi
10º	Fluminense	R\$ 194 mi

Fonte: CBF.

No ano seguinte, a quase totalidade das equipes mais bem ranqueadas em 2019, se repetiu, com exceção da saída do Cruzeiro para dar lugar ao Fluminense. Embora seja visível a queda nos valores do Flamengo, campeão novamente da Série A, primeiro colocado nos dois anos consecutivos, mas com perda de quase 300 milhões em relação ao ano anterior, em virtude da pandemia. Além dele, o segundo colocado Palmeiras também teve queda na

arrecadação, se comparado ao ano de 2019, embora campeão da Libertadores e da Copa do Brasil, em 2020.

A arrecadação nordestina se destacou com o Bahia, novamente com o maior quantitativo da região, R\$ 131 mi; o Ceará, com R\$ 103 mi; o Fortaleza obteve R\$ 86 mi; e o Sport, com R\$ 54 mi, equipes na divisão de elite nacional. Na série B, o Vitória alcançou R\$ 38 mi.

Na compreensão do futebol enquanto mercadoria, outro mecanismo de arrecadação financeira relevante compreende o sócio-torcedor. A massa de torcedores e a consolidação dos gigantes do futebol brasileiro repercute nesta nova estratégia adotada pelos clubes. O programa compreende planos mensais nos quais o torcedor, em troca da mensalidade, tem direitos a benefícios, como ingressos, sorteios, descontos nos produtos do time, encontro com ídolos e promoções diversas. Logo, corresponde a uma via de mão dupla, composta de obrigações/direitos que ajuda os clubes na composição de suas receitas.

O ranking varia diariamente, dependendo de uma série de fatores que engloba, da condição financeira do torcedor, até a competitividade do time nos campeonatos. A Tabela 21 evidencia o ranking de sócios nos times da elite nacional, tendo como parâmetro o mês de maio de 2022⁶⁶, com liderança maciça de equipes do Sudeste.

⁶⁶ O ano escolhido compreende a um dos quatro de pesquisa e serve de base para se ter a média do quantitativo anual.

Tabela 21 - Ranking de sócios dos clubes da série A - Maio/2022

Ranking	Clube	Quantidade de sócios
1º	Atlético/MG	127.558
2º	Corinthians	116.000
3º	Internacional	96.400
4º	Flamengo	69.175
5º	Palmeiras	65.770
6º	Ceará	45.789
7º	Fortaleza	44.194
8º	São Paulo	40.967
9º	Coritiba	39.900
10º	Fluminense	35.890
11º	Botafogo	34.577
12º	Athlético/PR	34.000
13º	Santos	31.564
14º	Avai	9.995
15º	Juventude	7.295
16º	Goiás	6.000
17º	Cuiabá	5.000
18º	América/MG	1.900
19º	Atlético/GO	1.000
20º	Bragantino ⁶⁷	-

Fonte: Globo Esporte.

No ano em questão, se alguns times chamaram a atenção por ultrapassar a marca dos 100 mil sócios – Atlético/MG e Corinthians – outras equipes conviveram com a queda no número de associados, como Internacional e Flamengo, este último, por exemplo, desde o início da pandemia perdeu mais da metade dos sócios. Momentos de crise econômica afetam diretamente na condição financeira do torcedor, especialmente nos que possuem uma condição menos privilegiada, tendo que priorizar as necessidades básicas.

No âmbito nordestino, Ceará e Fortaleza, bem colocados na 6ª e 7ª posição, demonstraram que o programa é significativamente influenciado por grandes campanhas. Fazer parte da elite nacional, participando, também, das competições sul-americanas, aproxima o torcedor do estádio, dos atletas, dos produtos e de tudo o que envolve a equipe do coração.

Todas as questões levantadas e os atributos apresentados para evidenciar a maneira como o futebol brasileiro se apresenta e se espacializa, mostra que, assim como nas demais esferas da vida social, o capital dita os rumos do maior esporte mundial, respondendo pelas inúmeras diferenças na sua materialidade, distanciando times centrais e periféricos e perpetuando essa lógica em todos os cantos do planeta.

⁶⁷ Não disponibilizou dados.

4 O FUTEBOL SERGIPANO NO CONTEXTO REGIONAL: TRABALHO, RENDA E PRINCIPAIS DESAFIOS

A menor unidade da federação costuma estar longe dos holofotes midiáticos. Esta condição periférica nos noticiários é aprofundada com a participação discreta dos clubes sergipanos no cenário futebolístico do país.

O estado de Sergipe não aparece no ranking das equipes nordestinas vitoriosas de campeonatos brasileiros, o que expõe sua fragilidade⁶⁸ no cenário regional e nacional. O Nordeste aparece como a terceira⁶⁹ região com melhor desempenho futebolístico, atrás do Sudeste e do Sul, tendo conquistado resultados à frente do Centro-Oeste e do Norte, com títulos nos dois campeonatos de referência (Quadro 18).

Quadro 18 - Clubes nordestinos vencedores de competições nacionais

Competição/Ano	Campeão
Taça Brasil/Campeonato Brasileiro (1959)	Bahia
Campeonato Brasileiro (1988)	Bahia
Campeonato Brasileiro (1987)	Sport
Copa do Brasil (2008)	Sport

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2022.

Em 1959, o Bahia foi o primeiro clube nordestino a ganhar um campeonato nacional, derrotando o Santos de Pelé, na final da Taça Brasil, competição correspondente ao Campeonato Brasileiro, sagrando-se bicampeão nacional em 1988. Em 1987 foi a vez do Sport. Destacam-se ainda os vice-campeonatos do Fortaleza, em 1960; do Bahia, em 1961 e em 1963; do Náutico, em 1967; e do Vitória, em 1993. Na Copa do Brasil, o único título nordestino pertence ao Sport, em 2008. Além disso, acrescenta-se um vice-campeonato do “Leão da Ilha⁷⁰”, em 1989; do Ceará, em 1994; e do Vitória, em 2010 (O Gol, 2021).

Cabe ressaltar a campanha histórica do Fortaleza no ano de 2021, com direito às semifinais da Copa do Brasil e classificação direta para a Copa Libertadores, após o quarto lugar no Campeonato Brasileiro, com 58 pontos, melhor campanha de um time nordestino na era dos pontos corridos, superando a quinta colocação do Vitória, em 2013 (Globo Esporte, 2022).

⁶⁸ Embora disponha de feitos como o título do Norte-Nordeste de 1971, conquistado pelo Itabaiana, bem como a façanha do próprio “tricolor da serra” em quebrar a invencibilidade do forte Internacional-RS na década de 80, depois de ganhar o campeonato de modo invicto no ano anterior.

⁶⁹ O critério utilizado para qualificar corresponde somente à conquista de títulos nacionais – Brasileiro série A e Copa do Brasil.

⁷⁰ Expressão para se referir ao Sport-PE.

Os nordestinos de maior destaque no cenário brasileiro são times dos três estados mais populosos e com as três grandes áreas metropolitanas – Bahia, Ceará e Pernambuco. Juntos, dispuseram de maior poder político-econômico e, ao longo da história, receberam investimentos de diferentes políticas de desenvolvimento, tais como da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene).

Diferentemente de outros estados nordestinos, Sergipe não conta com nenhuma participação expressiva nestas competições, tampouco conquistou algum título ou vice-campeonato. De modo geral, a situação atual dos clubes do estado e a visibilidade do futebol local frente ao cenário regional e nacional é inexpressiva, e isto pode ser entendido a partir da análise da trajetória dos clubes, tendo como base a recorrência na participação na principal competição do país: o Campeonato Brasileiro (Quadro 19).

Quadro 19 - Participação dos clubes sergipanos na Série A – 1971/2024

Ano	Clube (s)
1972	Sergipe
1973	Sergipe
1974	Itabaiana
1975	Sergipe
1976	Confiança
1977	Confiança e Sergipe
1978	Confiança e Sergipe
1979	Confiança, Itabaiana Sergipe
1980	Itabaiana
1981	Itabaiana
1982	Itabaiana
1983	Sergipe
1984	Confiança
1985	Sergipe
1986	Confiança e Sergipe
2000 ⁷¹	Confiança e Sergipe

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

A participação dos times sergipanos está circunscrita aos anos em que a competição seguia o sistema de mata-mata, caracterizado pela quantidade expressiva de clubes e, até certo tempo, por não exigir acesso das divisões anteriores, diferentemente do formato atual, que estabelece a necessidade de acesso paulatino das séries D, C, B e A, respectivamente.

O desempenho das equipes sergipanas, em geral, é baixo, acumulando as últimas posições, com exceção de 1983, ano em que o Sergipe terminou na 22ª posição de um total de 40 clubes. A última vez na Série A, considerando as formas de acesso via divisões inferiores,

⁷¹ A copa João Havelange envolveu a participação de 114 clubes brasileiros, inclusive Sergipe e Confiança. Neste ano, a competição foi organizada pelo Clube dos 13, em detrimento da CBF.

compreendeu ao ano de 1986 – sem considerar a inchada Copa João Havelange, de 2000. Destaque para o Sergipe, que detém a maior participação entre as equipes do estado, em dez ocasiões; seguido do Confiança, com sete; e do Itabaiana, com cinco. A partir do momento em que passou a ser disputado através do sistema de pontos corridos, nenhum time do estado marcou presença nas edições seguintes da competição.

Considerando a principal competição do âmbito regional, a Copa do Nordeste é a mais importante, representando a paixão do torcedor nordestino e acirrando as rivalidades locais (Quadro 20).

Quadro 20 - Campeões da Copa do Nordeste – 1994/2024

Ano	Campeão	Estado
1994	Sport	PE
1997	Vitória	BA
1998	América	RN
1999	Vitória	BA
2000	Sport	PE
2001	Bahia	BA
2002	Bahia	BA
2003	Vitória	BA
2010	Vitória	BA
2013	Campinense	PB
2014	Sport	PE
2015	Ceará	CE
2016	Santa Cruz	PE
2017	Bahia	BA
2018	Sampaio Corrêa	MA
2019	Fortaleza	CE
2020	Ceará	CE
2021	Bahia	BA
2022	Fortaleza	CE
2023	Ceará	CE
2024	Fortaleza	CE

Fonte: O Gol.

Organização: A autora, 2024.

Ao longo da competição, alguns estados consolidaram-se como referências e potências regionais, caso das federações da Bahia, com oito títulos; Ceará, com seis; e Pernambuco, com quatro conquistas (O Gol, 2022). Inclusive os clubes desses estados são os que mais têm tráfego pelas divisões de elite do Campeonato Brasileiro – Bahia, Ceará, Fortaleza e Sport são alguns exemplos –, inclusive com considerável destaque no âmbito nacional, com títulos nacionais e/ou vice-campeonatos. Seguem o Maranhão, a Paraíba e o Rio Grande do Nordeste com um título cada. Embora Alagoas tenha participantes recorrentes na série B, e em determinadas ocasiões na série A, não possui conquista da Copa do Nordeste, juntamente aos estados de Sergipe e do Piauí.

O desempenho mencionado reforça o fato de que a realidade sergipana permanece significativamente tímida no cenário regional, o que implica em maior dificuldade de reconhecimento nacional. Isto pode ser exemplificado, também, a partir da análise do Ranking Nacional de Clubes (RNC) da CBF, atualizado anualmente. Para medir a posição no ranking, é feito um cálculo por meio do desempenho dos times nos campeonatos nacionais recentes. Sob esse aspecto, foram consideradas as competições concluídas nos últimos quatro anos, ao passo em que, para cada ano, atribuíram-se pesos que geraram pontos, resultando em diferentes colocações. O RNC possui um quantitativo de times listados que varia, sendo que nos anos do estudo compreenderam 227, 236, 239 e 243 equipes, no total. A performance dos clubes sergipanos nos anos 2020, 2021, 2022 e 2023 estão expressos nas Tabelas 22, 23, 24 e 25:

Tabela 22 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2020

Clube	Posição	Pontos	Município
Confiança	52	2.121	Aracaju
Itabaiana	72	1.018	Itabaiana
Sergipe	86	850	Aracaju
Estanciano	201	114	Estância
Amadense	220	25	Tobias Barreto

Fonte: CBF
Organização: Fontes, 2021.

Tabela 23 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2021

Clube	Posição	Pontos	Município
Confiança	47	2580	Aracaju
Itabaiana	73	990	Itabaiana
Sergipe	102	612	Aracaju
Frei Paulistano	137	330	Frei Paulo
Estanciano	230	25	Estância

Fonte: CBF
Organização: Fontes, 2022.

Tabela 24 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2022

Clube	Posição	Pontos	Município
Confiança	44	3.007	Aracaju
Itabaiana	85	911	Itabaiana
Sergipe	90	754	Aracaju
Frei Paulistano	151	264	Frei Paulo
Lagarto	214	100	Lagarto

Fonte: CBF
Organização: Fontes, 2023.

Tabela 25 - Clubes sergipanos no ranking da CBF – 2023

Clube	Posição	Pontos	Município
Confiança	47	2.711	Aracaju
Sergipe	88	871	Aracaju
Itabaiana	106	592	Itabaiana
Lagarto	115	525	Lagarto
Frei Paulistano	180	198	Frei Paulo

Fonte: CBF

Organização: Fontes, 2024.

A avaliação do RNC permitiu evidenciar que, nesse período, alguns clubes ganharam destaque pela participação assídua. O Confiança correspondeu ao clube sergipano melhor ranqueado, tendo em vista a participação na Série B do Campeonato Brasileiro em 2020 e 2021, após 28 anos sem disputar a segunda divisão, até então com a última oportunidade em 1992. Mas a euforia dos torcedores proletários durou pouco, pois o time “proletário” retornou à série C no ano seguinte. Além do “Dragão do bairro Industrial”, Sergipe e Itabaiana marcaram presença nas quatro edições do ranking; Frei Paulistano apareceu em três oportunidades; Lagarto e Estanciano em duas; e o Amadense em uma participação.

Na sequência, utilizaremos os exemplos dos dois times de referência no estado, o Confiança e o Sergipe, ambos organizados na capital, Aracaju, com o intuito de dar destaque às principais dificuldades de ascensão ao futebol nacional e sua relação com as condições estruturais do estado e dos times, no que concerne a finanças, estrutura administrativa e infraestrutura.

4.1 A experiência da Associação Desportiva Confiança (ADC)

O Confiança ou o “time proletário”, como carinhosamente é chamado pelos torcedores, por ter sua origem no bairro Industrial, que nasceu com a criação da capital, apresenta uma estrutura física “enxuta, mas bem distribuída”, conforme observa seu diretor durante entrevista, em maio de 2023. Há alojamento para o profissional e a base, refeitório, vestiário, centro administrativo – composto de salas para a presidência, vice-presidência, diretoria de futebol, salas de análise de desempenho, para o setor financeiro, jurídico, administrativo, marketing e comunicação, edição de vídeo e foto, além de espaços de atendimento médico/saúde, atividades de academia, fisioterapia, fisiologia, pilates, nutrição e recuperação física (Figuras 15-26).

Figura 15 - Vista lateral do Estádio Proletário Sabino Ribeiro



Foto: A autora, 2023.

Figura 16 - Campo principal de treinamento preparado para o pré-treino



Foto: A autora, 2023.

Figura 17 - Vista parcial do CT



Foto: A autora, 2023.

Figura 18 - Área de estacionamento no CT



Foto: A autora, 2023.

Figura 19 - Espaço voltado ao fortalecimento muscular



Foto: A autora, 2023.

Figura 20 - Pavimento e vista superior do centro-administrativo

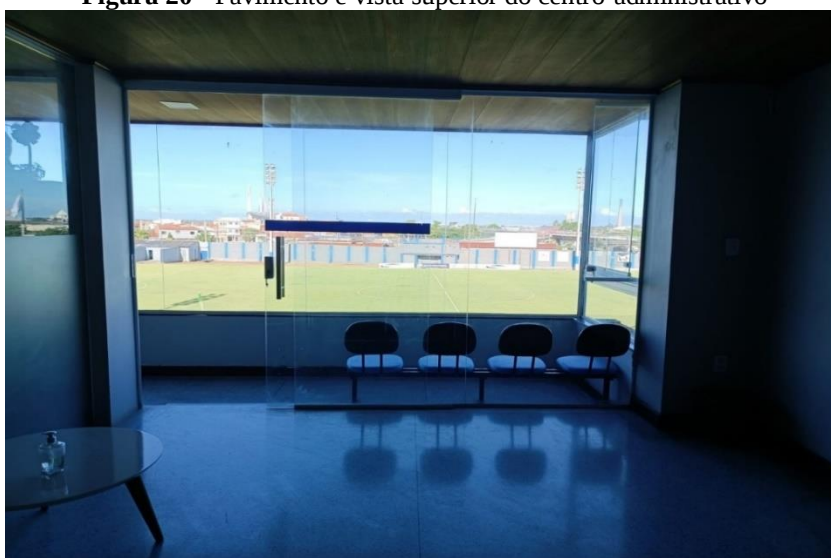


Foto: A autora, 2023.

Figura 21 - Espaço de funcionamento da parte administrativa



Foto: A autora, 2023.

Figura 22 - Vestiário do clube



Foto: A autora, 2023.

Figura 23 - Sala de fisioterapia

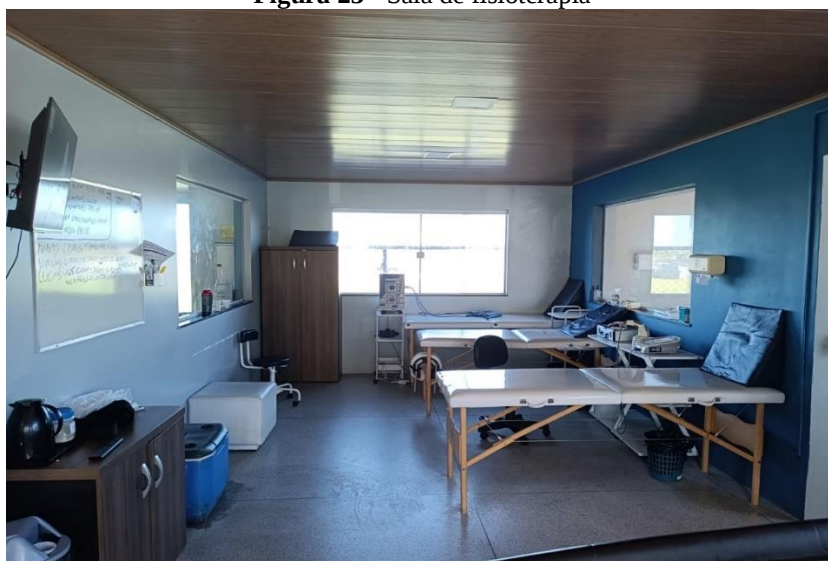


Foto: A autora, 2023.

Figura 24 - Sala de academia



Foto: A autora, 2023.

Figura 25 - Sala de imprensa



Foto: A autora, 2023.

Figura 26 - Patrocinadores da equipe estampados na sala de imprensa



Foto: A autora, 2023.

O time conta com profissionais variados, distribuídos em diferentes áreas – porteiros, cozinheiros, pessoal da limpeza, roupeiros, fotógrafo, assessor de imprensa, médico, fisioterapeuta, fisiologista, massagista, preparador físico, treinador de goleiros, analista de desempenho, diretores de marketing/financeiro/administrativo, entre outros.

A rotina do clube varia de acordo com os compromissos. O funcionamento envolve os três turnos – manhã, tarde e noite –, nos quais os atletas recebem uma programação semanal e treinam em um período do dia, geralmente pela tarde. Caso algum deles necessite fazer recuperação – na academia ou na fisioterapia, por exemplo – vem em um período contrário para realizar o reforço. Os jogadores em processo de recuperação têm uma rotina diferenciada

dos que estão em condições físicas favoráveis, envolvendo fisioterapia, transição de treinamento ou outras atividades montadas pelo setor da saúde.

O Confiança preza pela divulgação da sua marca, sendo o clube do estado mais seguido na rede social Instagram, com $\cong 188$ mil ⁷²adeptos. Outro canal de comunicação usado corresponde ao site institucional (Figura 27), dividido em diferentes seções.

Figura 27 - Site oficial do Confiança

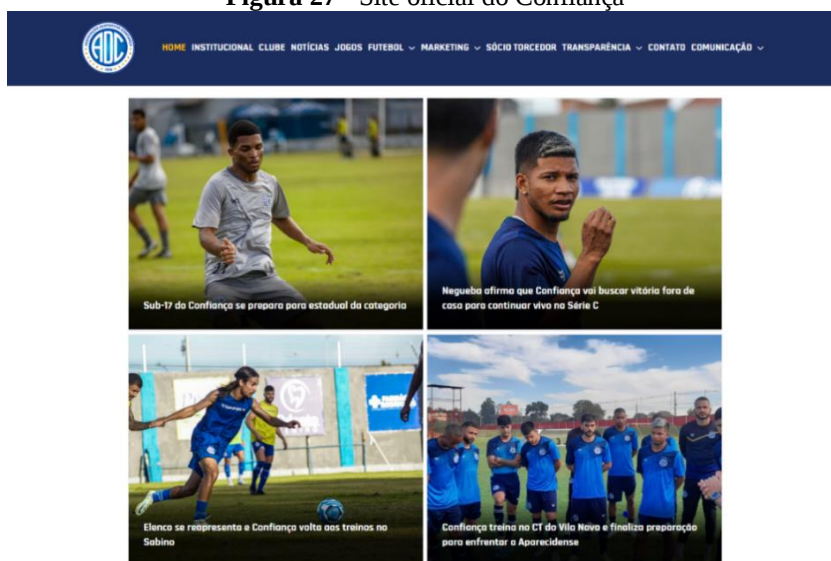


Foto: <https://adconfianca.com.br/>.

A aba **home** destaca o resumo das informações mais relevantes, classificação, partidas, patrocinadores e link para o site do sócio-torcedor e algumas abas, como a **institucional**, que traz o hino e o escudo do time, bem como a apresentação da diretoria, com nomes e funções; a aba **clube**, que evidencia a história, os títulos e a estrutura do time azulino; a aba **notícias** preconiza os assuntos em destaque, como releases de jogos, entrevistas, contratações e informações de vendas de ingressos; a aba **jogos**, que mostra a classificação geral nas competições e os compromissos passados e futuros; a aba **futebol**, que realça o elenco e a comissão técnica; a **marketing** enfatiza as marcas e as lojas oficiais; a aba **sócio-torcedor** leva o azulino diretamente ao site de cadastro no programa, podendo optar pelo plano que melhor se adequa a sua realidade financeira, além de detalhar a rede de parceiros do clube, que oferecem descontos e condições especiais para sócios adimplentes; a aba **transparência** frisa as informações referentes ao demonstrativo financeiro, balanço patrimonial, estatuto e

⁷² Os dados relacionados a redes sociais são alterados instantaneamente, variando positiva ou negativamente dia após dia. Neste sentido, a informação acima apresentada compreendeu ao dia 20/03/2024.

borderô; a aba **contato** ressalta os canais de comunicação com o clube – Assessoria de Imprensa, Sócio Dragão Maior e Escolinha Fábrica de Atletas; e por último a aba **comunicação** foca no press kit dos jogos e fotos das atividades da equipe – partidas, treinos, apresentação de atletas e coletivas.

Ao entrevistar o Sr. Matheus Milet, vice-presidente administrativo do clube, com formação em Direito e pouco mais de um ano no cargo, ele nos relata que as jornadas de trabalho são intensas e por vezes se estendem de domingo a domingo: “Quando não estou no clube, estou no celular, resolvendo coisa do clube”. Observa ainda que nenhum membro da diretoria tem remuneração e que trabalha por amor ao futebol. Ele destaca a necessidade de capacitação regular e de uma busca recorrente de conhecimento por parte das pessoas envolvidas no futebol, sobretudo por não existir uma faculdade específica para isso. No Confiança, por exemplo, a diretoria é composta por profissionais de diferentes formações, como Administração e Direito. “Eu vejo muita gente no futebol que entrou do ‘dia para a noite’, algumas com mérito e outras que nem deveriam estar, que trabalham no achismo”.

Questionado sobre os principais percalços enfrentados, ele destaca o quadro financeiro. Na entrevista realizada no dia 10 de maio de 2023, o diretor admitiu que, atualmente, a situação financeira do clube é de déficit estimado em R\$ 10 milhões em dívidas. A folha salarial mensal abarca em torno de R\$ 300 mil, somente em despesas com atletas. “[...] Hoje o “x” do futebol brasileiro é justamente a parte financeira, por causa dos débitos que os clubes têm. São coisas passadas e as gestões atuais têm de equacionar para o time poder respirar e andar tranquilamente”.

As fontes de receitas são variadas, dentre as quais Milet destacou, preponderantemente, a relevância dos patrocinadores (Figura 28), a renda dos jogos e a arrecadação obtida com o programa sócio-torcedor (Figura 29), contando momentaneamente com 910 membros⁷³, – número baixo associado aos insucessos do clube.

⁷³ O quantitativo de 910 associados correspondeu ao dia 10/05/2023, embora este número tende a sofrer variação diária, seja com novos adeptos ou com a exclusão voluntária de outros.

Figura 28 - Marcas parceiras e investidoras do clube



Foto: Site oficial do Confiança

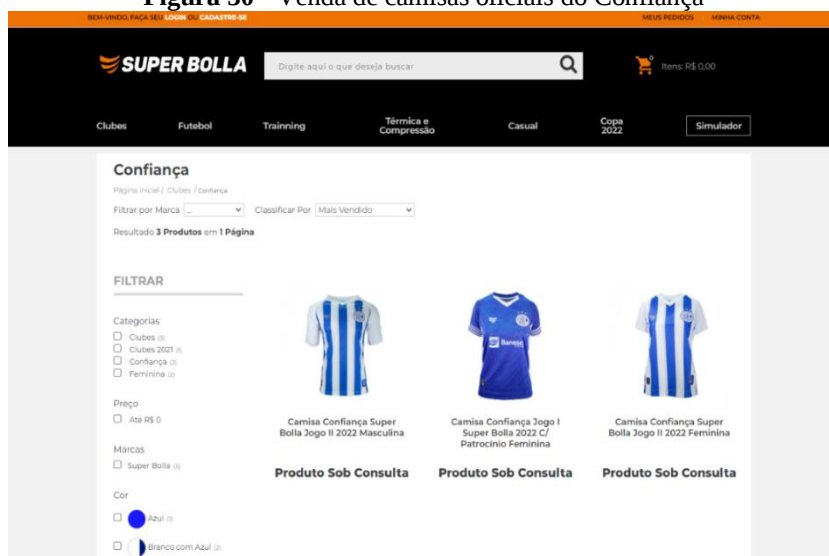
Figura 29 - Planos do programa sócio-torcedor



Foto: Site oficial do sócio Dragão-Maior

Para o ano de 2023, valores de cotas de TV em relação à transmissão da série C não tinham sido definidos até o momento da entrevista. Mas a concessão dos direitos, posteriormente, envolveu o streaming “Nosso Futebol” e a TV Atalaia.

O Confiança não dispõe de franquias esportivas. Há seis anos atrás, o “Dragão” tinha uma loja dentro do Estádio Sabino Ribeiro. Hoje, o que existe apenas são lojas independentes. As vendas são realizadas pela Super Bolla, empresa responsável pelo fornecimento de material esportivo do clube (Figura 30).

Figura 30 - Venda de camisas oficiais do Confiança**Foto:** Site oficial da Super Bolla

Atualmente o Confiança conta com duas lojas oficiais na capital sergipana: a “Shopping do Dragão”, localizada nos bairros 13 de Julho e Getúlio Vargas (Figuras 31 e 32).

Figura 31 - Loja oficial do “Dragão”, no bairro Getúlio Vargas**Foto:** A autora, 2023.

Figura 32 - Produtos à venda na loja oficial

Foto: A autora, 2023.

O proprietário chamou atenção para o fato de que duas lojas do Confiança são suficientes. Para ele, não há condição para mais lojas. “[...] Eu digo a você com honestidade, se abrir uma outra, alguém fecha, pode ter certeza disso. Principalmente agora que o clube está sem jogar [...] a gente não sabe como vai sobreviver com quatro, cinco meses sem jogo. É difícil demais” (E26, 2023).

As lojas são licenciadas e possuem contrato com o clube. Este, recebe os royalties, uma porcentagem acordada entre o mesmo e a fornecedora de material esportivo, neste caso a Super Bolla, empresa de Goiás. É ela também quem patrocina o fornecimento do material do time “azulino”. Segundo o E26, proprietário, a loja é independente de forma parcial, já que necessita seguir as regras e o que rege o contrato, embora a administração seja impessoal. A questão de preço quem determina é a fábrica, que possui valores tabelados. O sócio-torcedor tem 10% de desconto nos produtos e, quem não é associado, paga o valor normal. Para o clube é vantagem receber royalties “porque em cima do que eu compro para revender, se a nota fiscal somar R\$ 10 mil, por exemplo, existe a porcentagem em cima desse valor, ou em dinheiro ou em troca de material esportivo para o time usar (E26, 2023). A “Shopping do Dragão” presta serviço ao clube em venda de ingressos, cadastro de sócio-torcedor, recebimento de pagamento, entre outras ações. “Uma troca que a gente tem, em contrapartida de ter o direito de licenciamento da marca Confiança” (Ibid, 2023). Em relação às bases contratuais, normalmente a diretoria do time proletário fica três anos no cargo, optando por assinar o contrato durante o triênio ou fazer uma renovação anual. Conforme observa o E26, “como o clube está na série C, o valor é um. Se sobe para a B, automaticamente aumenta.

Também não sou obrigado a cumprir o contrato. Se amanhã não estiver dando certo, informo à diretoria e a gente encerra”.

Além da adversidade dos calendários inativos de competições, o proprietário reforçou a preocupação com despesas fixas, como água, energia, internet, funcionários, entre outras. Por fim, também ressaltou o período pandêmico, no qual muitos lojistas fecharam e outros, ainda hoje, sentem o reflexo na economia nos negócios.

Pensando nos projetos do clube a médio e longo prazos, o diretor do Confiança definiu como prioridade a gestão interna, capacitando-a e qualificando-a para obter bons resultados.

[...] Ganhar título, deixar um legado realmente não só na parte esportiva, mas interna, principalmente. Quando eu falo essa parte da gestão interna, envolve capacitação, abatimento de dívidas. Trabalhar nesse sentido, porque quando a gente tiver esse pensamento que o Confiança vai durar, não vai ser só a gestão que está, ele conseguirá ser muito mais saudável financeiramente e desportivamente. Então as pessoas que vierem, posteriormente, vão encontrar um clube tranquilo (Milet, 2023).

Uma das temáticas abordadas compreendeu a possibilidade futura de o Confiança se transformar numa SAF, possibilidade que o diretor vê com bons olhos, mas que requer o cumprimento de certas exigências.

Primeiro tem que mudar o estatuto. Mas eu creio que essa questão de SAF no Brasil, eu lhe digo que vai ser 100%, o que vai depender é o fato de os clubes poderem receber a SAF. Existem pré-requisitos, não é somente você querer. Tem um conselho e um estatuto que precisa ser modificado. As empresas, que possivelmente vão querer transformar o clube em SAF, pegam as demandas de contabilidade (Ibid, 2023).

Sob os aspectos da importância e da representatividade do time no estado, o vice-presidente foi enfático: “O Confiança é o maior que tem. Com os outros eu não faço nem comparativo no futebol sergipano, para lhe ser bem sincero. É o maior do estado, pela história, pelos títulos, pelo acesso à série B, pela torcida, o que não tem comparação com nenhum outro” (Milet, 2023).

O calendário anual do clube em 2023 foi enxuto - Campeonato Sergipano e série C. Em 2024, por ser finalista do Estadual, disputou a pré-Copa do Nordeste, Copa do Brasil, série C e Sergipano, propiciando melhores perspectivas de arrecadação para o ano em questão.

Outro aspecto desafiador para o vice-presidente do clube é a questão do calendário das competições:

O calendário é muito prejudicial porque hoje um atleta de alto rendimento, dependendo do esporte, tem que ter 48 horas de descanso para poder recuperar bem, mas a gente sabe que não consegue trabalhar com essas 48 horas. Jogou, no outro dia ele se reapresenta no clube para fazer o regenerativo. Tem todo um aparato para poder ver esse comparativo de desgaste do corpo e sair trabalhando em cima disso. Os que estão mais cansados, seguram o treino, fazem algum complemento, tudo muito mais individualizado. O ideal é 48 horas de descanso pós-jogo, mas a gente sabe que não tem como, infelizmente. Quando tem viagem, tem toda uma logística. O descanso conta muito, porque quando você está na partida o desgaste do atleta é muito alto. Por exemplo, Fábio, no jogo contra o CSA, correu 12,8 km em 90 minutos, é um desgaste muito grande (Ibid, 2023).

Reclamações em torno do calendário não são recorrentes apenas nas divisões inferiores do futebol nacional. Da série A à série D, dos campeonatos regionais aos estaduais, persistem os conflitos entre clubes, federações e demais envolvidos na condução das competições.

4.2 A experiência do Club Sportivo Sergipe (CSS)

Assim como na realidade do time adversário, também o Club Sportivo Sergipe é administrado por um funcionário público, que atua como advogado, o que o impede de exercer dedicação exclusiva, mas uma jornada de trabalho diária de cinco horas. Para o Sr. Ernan Sena, presidente do “colorado”, existem muitos desafios em torno do cargo que ocupa: desde a garantia de respostas positivas aos torcedores em uma realidade financeira que não corresponde às condições exigidas, até questões administrativas.

A estrutura do time, também chamado de “Gipão” pelos torcedores, engloba um centro de treinamento com três campos de futebol, dois alojamentos, academia, setor de fisioterapia, refeitório, piscina, salão de reuniões, salas – setor administrativo, financeiro, comunicação, área verde e outros espaços. As figuras de 33 a 42, dão destaque:

Figura 33 - Vista lateral do Estádio João Hora



Foto: A autora, 2023.

Figura 34 - Campo principal de treinamento



Foto: A autora, 2023.

Figura 35 - Espaço de funcionamento da academia

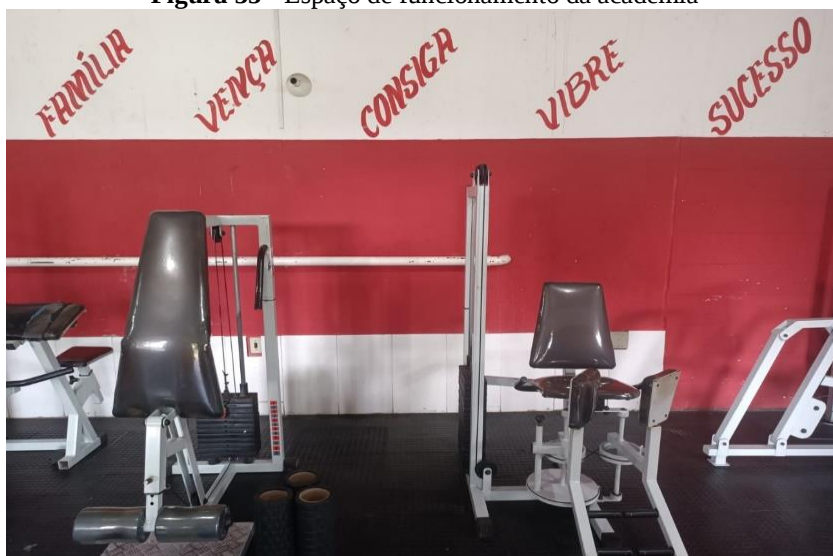


Foto: A autora, 2023.

Figura 36 - Setor de estacionamento



Foto: A autora, 2023.

Figura 37 - Sala da presidência



Foto: A autora, 2023.

Figura 38 - Espaço voltado ao setor administrativo



Foto: A autora, 2023.

Figura 39 - Cozinha do clube



Foto: A autora, 2023.

Figura 40 - Salão para reuniões ampliadas

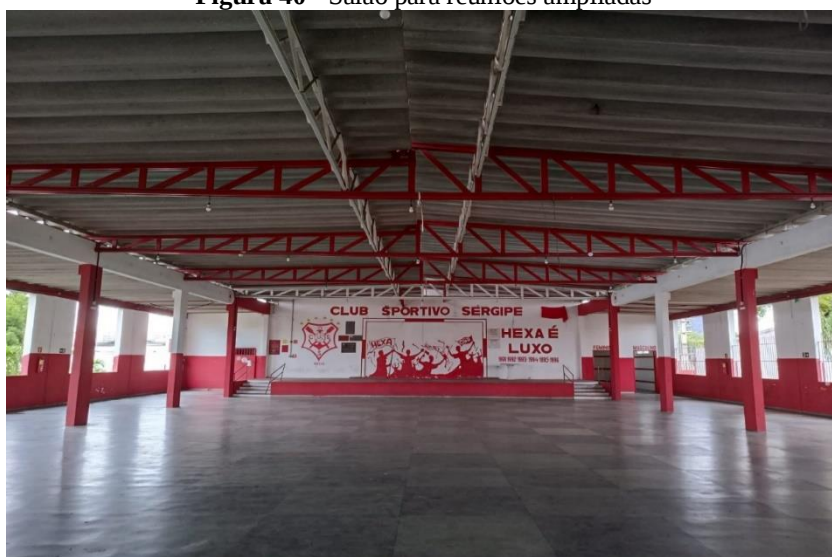


Foto: A autora, 2023.

Figura 41 - Espaço de lazer e condicionamento físico



Foto: A autora, 2023.

Figura 42 - Ambiente de socialização dos profissionais



Foto: A autora, 2023.

O quadro fixo de funcionários envolve em torno de 30 pessoas – pessoal da limpeza, da manutenção, da cozinha, dos uniformes e da portaria. Já o quadro móvel, modificado a cada temporada, compreende os trabalhadores que atuam diretamente com os atletas do profissional e da base, mais ou menos 40 pessoas.

A média salarial do pessoal do quadro fixo é de um salário-mínimo e a do pessoal que trabalha com os atletas é em torno de três mil reais. O treinador da equipe recebe uma renda maior. O clube conta ainda com um suporte psicológico reconhecidamente qualificado, com formação em doutorado e conhecimento na área da Psicologia do Esporte, o que de acordo com o presidente “é necessário para o fortalecimento da equipe” (Sena, 2023).

Considerando, também, os atletas, os gastos médios com o pessoal fixo e temporário, gira em torno de R\$ 250 mil/mês, a depender de cada temporada. Em 2024, por exemplo, a folha fixa chegou a R\$ 300 mil.

Como em todos os clubes, é o calendário esportivo quem define a rotina. Quando o Sergipe disputa duas competições de forma concomitante, como por exemplo a Copa do Nordeste e o estadual, joga no meio e no fim de semana. Tal quadro pressiona a programação porque praticamente os treinos são regenerativos. De acordo com o presidente:

Você joga numa quarta, descansa na quinta, na sexta-feira faz um regenerativo, no sábado já faz um treino para o jogo do domingo. Tem essa dinâmica. Quando você joga somente nos finais de semana, aí você joga no domingo, na segunda tem uma folga, na terça faz o regenerativo, na quarta faz um trabalho físico, na quinta e na sexta geralmente envolve treinos mais táticos e no sábado treina para o jogo seguinte. Então tudo depende da quantidade de jogos que você tem durante a semana na temporada (Ibid, 2023).

Nos períodos de inatividade, sem as competições oficiais profissionais, o olhar se volta para as categorias de base, que contempla escolinha, sub-15, sub-17 e sub-20.

Antes da nossa gestão, o clube ficava parado, sem qualquer atividade. Nós recuperamos, retornamos e, hoje, durante os períodos de inatividade do profissional, temos a base atuando, atletas que são provenientes da base e que são ativos do clube. Temos um trabalho para fazer a manutenção desses jogadores para transformá-los em contratos profissionais, inclusive utilizando alguns deles no futebol profissional (Sena, 2023).

Atualmente há investimentos nas redes sociais do clube. O Instagram é a mais importante forma de visibilidade do time e de contato com o torcedor “alvirrubro”, com $\cong 74$ mil⁷⁴ seguidores. Além deste, outro canal de relevância compreende o site do clube (Figura 43), que está fragmentado em abas e dispõe de dados de naturezas variadas.

⁷⁴ Os dados relacionados a redes sociais são alterados instantaneamente, variando positiva ou negativamente dia após dia. Neste sentido, a informação acima apresentada compreendeu ao dia 20/05/2024.

Figura 43 - Site oficial do Sergipe



Foto: <https://www.csssergipe.com.br/>

A home page destaca o resumo de notícias, vídeos da CSS TV, fotos e informações sobre o calendário de partidas. Apresenta as abas: **o clube**, que destaca a história, títulos, ídolos, diretoria geral e estatuto; a **galeria** traz uma série de fotos – treinamentos, jogos, elenco, Batistão, centro de treinamento, entre outros eventos; **notícias** detalha as matérias com os principais acontecimentos do time no decorrer dos dias; **futebol** evidencia a comissão técnica, o elenco profissional e as categorias de base; a aba **parceiros** retrata as marcas que apoiam o clube; A aba **loja** redireciona para o site da loja “Sergipe Mania”; há a aba **contatos** do clube e a opção **sócios**, onde o torcedor colorado tem acesso aos planos disponíveis para cadastramento no programa sócio-torcedor (Figura 44).

Figura 44 - Planos do programa sócio-torcedor

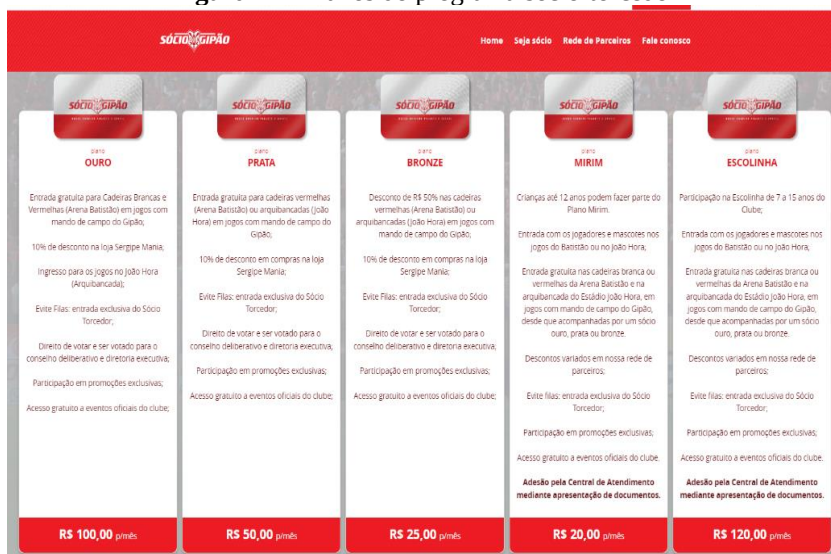


Foto: Site oficial do Sócio-Gipão.

A situação financeira do clube, de acordo com o presidente Ernan Sena, é de superávit mínimo, equalização e saneamento das contas, graças a uma receita anual de cerca de R\$ 3 milhões, oriunda de investidores, cotas de competições e renda de público e associados. Destrinchando esses valores, tem-se R\$ 1,5 milhão de cotas de TV; R\$ 1,3 milhão de patrocinadores; R\$ 500 mil de bilheteria; e R\$ 720 mil do programa sócio-torcedor, que hoje conta com um quantitativo de 1.100 associados⁷⁵. O maior investidor e patrocinador fica por conta do governo do estado, por meio do Banese; além disso, conta com empresas de casas de apostas esportivas; e, também, com o apoio da rede de supermercados GBarbosa, que retornou o patrocínio aos clubes da capital. Estes são os principais responsáveis por darem a sustentação financeira ao time.

Quando nós assumimos o Sergipe, em 2019, a situação econômica era bem difícil. O clube tinha uma dívida trabalhista milionária, de mais de um milhão e meio e uma dívida fiscal de mais de um milhão. Durante a nossa gestão, saneamos essa dívida e a dívida fiscal está 80% resolvida. Então, a situação financeira é muito melhor. A gente vai entregar muito melhor do que recebeu em 2019. Hoje o clube não tem as contas bloqueadas, tem patrocínios que não tinha anteriormente e competições que dão cota de participação (Ibid, 2023).

Em relação ao valor de mercado do clube, de acordo com o seu presidente, a mensuração deve ser sempre cuidadosa, tendo em vista os vários elementos a serem considerados, desde o patrimônio, a quantidade de sócio-torcedores, o número de atletas ativos. Ele destaca que, só de patrimônio, o clube tem mais de R\$ 60 milhões, além dos atletas, da marca etc. Então é uma mensuração difícil de ser feita.

O Sergipe possui parcerias para concessão de uso da marca a terceiros. Neste sentido, equipes de outros esportes podem utilizar o escudo do clube, a exemplo de equipes de natação, ginástica e futsal. Esta última disputou o Campeonato Brasileiro de 2024. As parcerias estabelecidas com outras modalidades consistem uma estratégia de divulgação da marca, na qual o “Alvirrubro” oferece uma ajuda financeira compensatória e os clubes esportivos usam sua imagem na disputa de competições.

A loja “Sergipe Mania” (Figuras 45 e 46), no bairro Siqueira Campos, atua na venda de produtos oficiais e ingressos do “Gipão”.

⁷⁵ O quantitativo de associados compreendeu ao dia 11/05/2023, embora número tende a sofrer variação diária, seja com novos adeptos ou com a exclusão voluntária de outros.

Figura 45 - Loja “Sergipe Mania” no bairro Siqueira Campos



Foto: A autora, 2023.

Figura 46 - Produtos do clube licenciados à venda



Foto: A autora, 2023.

De acordo com o presidente em exercício, a loja “Sergipe Mania”, hoje, pertence ao clube. Optou-se por uma gestão compartilhada com a empresa pernambucana *LWGA Company*, que fabrica material esportivo para alguns clubes do Brasil. Ela fornece uniforme ao time e a loja serve como fomentadora da imagem do clube. É de onde o time retira um retorno financeiro com a venda dos produtos (camisas, uniformes casuais e outros materiais), além da divulgação da imagem do Sergipe em todo o estado, incentivando a ter mais sócios, fomentando o torcedor a comprar ingresso para o jogo. É uma parceria consolidada. Na ocasião da entrevista, o presidente pontua que o time possui relação com a fornecedora de material já há três temporadas, atuando concomitantemente na loja “Sergipe Mania”. O E27,

funcionário da loja, reforçou a condição do clube no cenário nacional na série D. Segundo ele, se a situação fosse melhor, ao menos semelhante ao arquirrival Confiança, teria potencial para mais lojas. Todavia, para o momento, é o suficiente.

Em relação aos projetos do clube a médio e longo prazos, o presidente se mostrou contente com os resultados obtidos:

Eu posso dizer que a gente projetou e executou, já que eu estou saindo agora em outubro de 2024. Quando a gente entrou, tinha um cenário de o clube não ter um calendário nacional, estar com dívidas trabalhistas e dívidas fiscais grandes, bloqueios judiciais e desorganização administrativa e financeira. Foi um trabalho de recuperação da imagem do clube. Conseguimos resolver toda a parte financeira, saneamos a dívida trabalhista. Quase saneamos totalmente a dívida fiscal, organizamos o clube administrativamente. O Sergipe, hoje, tem todas as condições para ajudar e qualificar os atletas e o time. A gente conseguiu trazer patrocinadores, recuperar a imagem, dar calendário em todos os anos. Nestes cinco anos, fomos bicampeões estaduais, duas vezes vice-campeões e uma vez terceiro colocado e vamos entregar o clube com calendário cheio para o ano de 2025, com Pré-Copa do Nordeste, Copa do Brasil, Brasileiro série D e Estadual. Então realmente foi um trabalho de recuperação financeira e imagética do clube. A gente praticamente conseguiu cumprir com tudo que planejou, menos o acesso à série C, que era um dos objetivos, esse foi o único ponto que a gente não conseguiu cumprir (Sena, 2023).

Sobre a pretensão do clube virar uma SAF, ressaltou que o próximo presidente a assumir o posto vai precisar entender e pensar sobre a temática junto aos novos conselheiros eleitos, mas deixou evidente sua posição contrária:

Eu estou de saída, mas a minha opinião é de que não seria interessante transformar o clube numa SAF. O Sergipe é do povo, não tem dono. O dono do clube é a torcida e a gente tem alguns exemplos bem ruins no Brasil, onde foi feito esse projeto de SAF a qualquer custo. Poucas SAF's foram benéficas a seus clubes. Então eu não vejo com bons olhos (Ibid, 2023).

Numa avaliação da quadra atual do futebol sergipano, Sena ressaltou o baixo investimento público e privado, que o coloca no segundo escalão em relação à região Nordeste e nos últimos escalões em relação ao resto do Brasil, evidenciando, ainda, a necessidade de apoio e suporte financeiro, comparando com outras realidades circunvizinhas:

Os estados vizinhos têm uma capacidade superior ao nosso devido aos investimentos que são feitos, tanto pelo poder público, como pelos empresários desses estados. Os clubes daqui estão mostrando que estão se organizando cada dia mais e passando credibilidade. O nosso clube é o principal do estado, o maior vencedor de títulos estaduais e o que mais tempo esteve nas competições nacionais, série B, entre outras situações. Tem a maior torcida. Porém, o momento do clube, hoje, no cenário nacional, não é o melhor. Há alguns anos o Sergipe está na série D e a gente precisa

melhorar neste sentido. Conseguir alcançar as séries superiores para retomar um pouquinho dessa hegemonia que sempre existiu e, com certeza, ainda existe em termos de torcida e de representatividade no estado. Agora a gente precisa desse retorno do poder público e dos empresários para que a gente possa alcançar voos maiores. Nós temos condições totais de estar com mais de um clube na série B, mas a gente precisa realmente desse retorno financeiro para poder conseguir esse feito (Sena, 2023).

O conhecimento da realidade de ambos os clubes permitiu ter uma visão mais precisa acerca das condições estruturais e financeiras. O Confiança, participante da série C, divisão superior em relação ao seu arquirrival Sergipe, possui uma estrutura física mais eficaz e variada, retratada nos espaços e instrumentos utilizados na preparação e recuperação física. Isso reflete na maior projeção alcançada no cenário nacional, fato que também contribui para um maior poder financeiro, tanto que a maior parte dos atletas do time azulino possuem rendimentos melhores em relação ao Sergipe.

Ao associar os dois times da capital à região na qual fazem parte, a situação dos sergipanos está longe das potências nordestinas. Tendo como exemplo o Bahia, do Grupo City, o elevado poder financeiro está retratado na receita de R\$ 177 milhões, em 2023. O Fortaleza, outra referência regional, alcançou um número ainda mais expressivo, R\$ 259 milhões no mesmo ano. Ao expandir esse comparativo para os times de renome nacional, dentre os quais muitos dispõem de estrutura física no padrão europeu, as altas arrecadações falam por si, evidenciadas nas receitas de Flamengo, com R\$ 1.348 bilhão; Corinthians, R\$ 932 milhões; e Palmeiras, com R\$ 829 milhões. Estes faturamentos enfatizam um distanciamento demasiado em relação ao futebol local, que ainda se apresenta com traços de amadorismo.

4.3 Os sujeitos da pesquisa: perfis, condições socioeconômicas, mobilidade do trabalho e expectativas

Quem são os jovens que se entregam ao desejo de se tornar um grande atleta? As respostas a essa pergunta permitem entender os desafios das suas trajetórias.

Essa realidade nos fez dar ênfase, nesta subseção, às questões relacionadas à identidade dos jogadores e as condições às quais eles estão expostos – condições de trabalho e mobilidade, as expectativas pessoais, dificuldades no itinerário, patrimônio, qualidade de vida, impacto do esporte nas suas condições materiais e outros aspectos que possibilitam caracterizar a face do futebol sergipano, com base nas vivências dos atletas. Optamos por

iniciar pela caracterização da idade e seus perfis étnico-raciais, além dos níveis de escolaridade (Quadro 21). Importante ressaltar que os entrevistados ocupam posições táticas⁷⁶ variadas no campo de jogo, o que acabou contribuindo para não privilegiar determinadas posições⁷⁷, em detrimento de outras.

Quadro 21 - Perfil etário, étnico-racial e escolaridade dos atletas

Atleta	Idade	Cor/Raça	Escolaridade
E1	29	Branca	Médio completo
E2	22	Parda	Médio completo
E3	24	Preta	Médio incompleto
E4	22	Preta	Médio completo
E5	22	Preta	Médio completo
E6	20	Branca	Superior incompleto
E7	29	Preta	Médio incompleto
E8	25	Preta	Médio completo
E9	25	Branca	Superior completo
E10	33	Branca	Pós-Graduação
E11	21	Preta	Médio completo
E12	23	Parda	Médio completo
E13	32	Branca	Médio completo
E14	20	Branca	Médio incompleto
E15	21	Parda	Médio completo
E16	32	Preta	Médio completo
E17	26	Preta	Médio incompleto
E18	28	Parda	Fundamental completo
E19	25	Preta	Médio incompleto
E20	27	Preta	Médio incompleto
E21	36	Preta	Médio incompleto
E22	24	Preta	Médio incompleto
E23	29	Preta	Médio completo
E24	29	Parda	Superior incompleto
E25	34	Parda	Fundamental incompleto

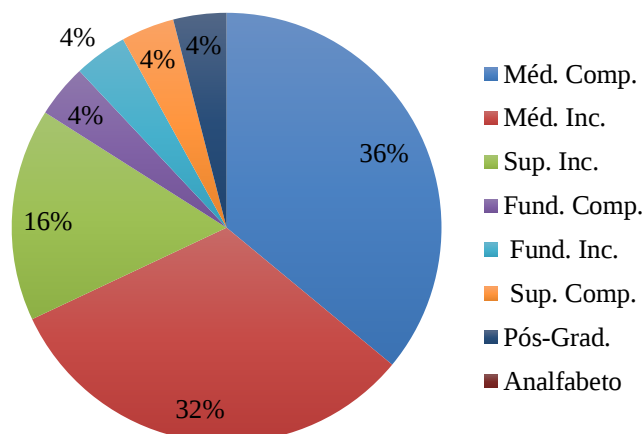
Organização: A autora, 2023.

No que concerne à faixa etária, 52% encontram-se entre 18 e 25 anos; 36% possuem entre 26 e 32 anos; e outros 12% detêm de 33 a 40 anos. Não houve nenhuma fonte com idade inferior a 18 anos, nem superior a 40 anos. A maioria dos entrevistados, autodeclarados pretos e/ou pardos, reafirmam a forte ancestralidade negra presente na composição da população brasileira.

A maioria dos atletas possui Nível Médio completo e 76% deles têm a vida escolar atrelada apenas a algum nível da Educação Básica, evidenciando, de modo geral, o baixo grau de instrução (Gráfico 9).

⁷⁶ Os atletas entrevistados compreendem todas as posições (goleiro, lateral, zagueiro, volante, meia, atacante). A opção por não especificar no quadro de perfil permite uma maior garantia de confidencialidade das fontes.

⁷⁷ Esse aspecto é importante, sobretudo no âmbito da discussão sobre remuneração – discutida no tópico mais à frente, pois as posições podem refletir em diferenças salariais, visto que algumas são mais valorizadas que outras.

Gráfico 9 - Nível de escolaridade dos atletas

Fonte: A autora, 2023.

Alguns atletas concluíram o Ensino Médio recorrendo a métodos como o Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos (Encceja⁷⁸). Este fenômeno, típico da realidade brasileira, corrobora com a inexpressiva posição crítica em relação às suas condições no trabalho, constituindo uma “subcultura ocupacional esportiva”, definida pelos interesses dos clubes, visível, inclusive, em metáforas obsoletas e chavões⁷⁹ rotineiros e sem criatividade, oriundos da ausência de uma base educacional e intelectual. Além disso, falta participação social e conhecimento das leis, de modo a adquirir um status cultural profissional (Giulianotti, 2010).

Entre os atletas com maior escolaridade, o E9 possui formação superior em Gestão Financeira e, no momento, cursa a segunda graduação; o E10 possui bacharelado em Educação Física e especialização em Gestão. Além destes, o E6 e o E24 estão cursando nível superior em Educação Física e o E11 e E13 trancaram a graduação em Gestão Financeira e Educação Física, respectivamente.

⁷⁸ Prova única e gratuita que possibilita a conclusão do Ensino Fundamental e/ou Médio para quem não terminou a educação básica na idade escolar adequada.

⁷⁹ Algumas falas e/ou expressões acabam sendo ditas corriqueiramente pelos atletas, tais como: “Graças a Deus o time jogou bem e conquistamos os três pontos, que é o mais importante”. “Estou muito feliz de chegar no time X, clube do coração da minha família”. “Não tem nada perdido ainda, vamos conversar no vestiário, arrumar o que está errado e reverter o placar no segundo tempo”. “Agradeço a meus companheiros, o apoio da torcida, o professor que acreditou em mim desde o começo e dedico esse gol a toda a minha família”. “A gente não esperava essa derrota, mas não tem um culpado. O culpado é todo o grupo. Agora vamos levantar a cabeça e partir para o próximo jogo”.

[...] Não consegui conciliar. Naquele momento não tinha Ensino à Distância, hoje as coisas são mais fáceis [...] (E13).

Para o E6, a continuidade dos estudos é algo imprescindível, pois “[...] mesmo eu jogando profissionalmente, a educação é fundamental para eu me aprimorar no que faço, e pensando no pós-carreira também”. Mas conciliar a carreira de jogador de futebol com os estudos não é uma tarefa das mais fáceis. Treinos, viagens, concentração e jogos, em meio a um calendário instável dificultam, consideravelmente, realizar as duas coisas de modo simultâneo. Questionados sobre as razões pelas quais não prosseguiram os estudos, a motivação referente a se tornar profissional foi hegemônica, já que praticamente a totalidade dos atletas teve que renunciar aos estudos em algum momento da vida, uns mais cedo que outros, em detrimento da opção de seguir pela via de futebol.

Eu morava em Fortaleza e não conseguia conciliar os estudos com a profissão. Estudei ainda uns anos do ensino médio, mas fui reprovado por falta duas vezes, por causa de treino, viagem. Só ia para fazer as provas, mas em relação às faltas, reprovava (E20).

Estava sobrecarregado. Às vezes treinava de manhã e de tarde (E14).

[...] Saía de um clube para outro, não dava para conciliar (E25).

Muitas viagens, chegava cansado do treino (E17).

Eu não conseguia administrar tudo ao mesmo tempo, era muita coisa para a minha cabeça e acabei tendo que largar os estudos (E22).

Trabalhava pela manhã, treinava à tarde e estudava à noite. Eu chegava tão cansado que, querendo ou não, tive que escolher. A partir do momento que eu vi que o futebol dava para suprir as coisas e que, por um lado, eu não precisaria mais do estudo, nem de outro trabalho, eu foquei somente no futebol (E19).

Há ainda quem tenha a pretensão de retomar os estudos.

Depois que eu terminei o 3º ano, voltei para minha carreira profissional, mas futuramente pretendo voltar a estudar (E8).

[...] Parei no último ano, infelizmente. Mas eu pretendo terminar (E21).

A jornada de compromissos e trabalho desgastantes juntam-se ao depósito total de esperança em torno da carreira, sem contar com uma probabilidade considerável de insucessos pela frente. Os desafios, em meio à possibilidade de conciliar a vida escolar com a rotina dos

clubes, levam a opção da dedicação exclusiva à profissão, o que torna comum a existência de poucos exemplos de jogadores, no futebol brasileiro, que continuam ou continuaram os estudos pós-educação básica de forma paralela à carreira profissional (Quadro 22).

Quadro 22 - Jogadores/ex-jogadores no/com ensino superior

Jogador	Formação
Aylon	Recursos Humanos
César Sampaio	Gestão do Esporte
Danilo Fernandes	Administração
Fernando Miguel	Administração
Igor Rabello	Educação Física
Paulo André	Educação Física
Pelé	Educação Física
Rafael Cabral	Educação Física
Ricardo Berna	Educação Física
Sócrates	Medicina
Tite	Educação Física
Tostão	Medicina
Victor Leandro	Educação Física

Fonte: Globo Esporte.

Organização: A autora, 2023.

Um levantamento feito pelo portal de notícias GloboEsporte.com, no ano de 2016, consultou as 20 equipes da série A, mapeando os profissionais com Nível Superior⁸⁰. Dos mais de 600 ativos na competição, apenas 15 deles alcançaram tal êxito, ou seja, um percentual de 2%.

A baixa adesão ao campo dos livros permite reforçar a relevância da educação na vida dos atletas, sobretudo depois da atividade profissional, pois o itinerário costuma ser curto e duvidoso, com aposentadoria abreviada. Após os 35 anos, tende a ser corriqueiro o ato de pendurar as chuteiras. Aos mais longevos, passar dos 40 anos ainda em atividade significa algo incomum. Neste processo, o glamour da profissão, refletido em salários exorbitantes, alcança um quantitativo pequeno. Para a maioria, o pós-carreira representa uma instabilidade financeira e as incertezas de como prosseguir, pois a maior parcela destes não possui formação educacional que lhes possibilite ter boas profissões e manter uma renda próxima ao que recebiam durante o exercício da atividade futebolística (Silva et al., 2018).

Durante a trajetória, muitos atletas constroem suas carreiras modificando bruscamente suas vidas, inclusive deixando municípios pequenos ou áreas rurais em direção a centros maiores, onde as oportunidades sejam mais significativas. Entre os atletas entrevistados, a

⁸⁰ O mapeamento envolveu dados sobre profissionais formados, com cursos em andamento ou trancados.

pesquisa indica que 80% têm raízes urbanas, enquanto 20% procedem da zona rural. São jovens que provêm de famílias com uma média de três filhos.

A dinâmica e instável carreira de atleta impõe a realização de fluxos migratórios cada vez mais recorrentes. É comum a falta de criação de laços fixos e duradouros nos lugares por onde os profissionais passam. As passagens são ditadas pelos contratos mais longos ou mais curtos, a depender das condições dos clubes e/ou do desempenho dos jogadores. Para retratar tal realidade, o Quadro 23 evidencia a relação entre os locais de naturalidade; os de realização da formação de base; e o mais recente local de residência, anterior ao estado de Sergipe, auxiliando o entendimento dos mais diversos fluxos aos quais são submetidos os atletas.

Quadro 23 - Fluxos migratórios dos jogadores

Atleta	Naturalidade	Residência anterior	Clube(s) formador(es)
E1	Curitiba-PR	Campina Grande-PB	-
E2	Rio de Janeiro-RJ	Rio de Janeiro-RJ	Flamengo-RJ
E3	Recife-PE	Itabuna-BA	Botafogo-PB, Santa Cruz-PE
E4	Manaus-AM	Fortaleza-CE	-
E5	Jeremoabo-BA	Jeremoabo-BA	Confiança-SE
E6	Joinville-SC	Salvador-BA	Bahia-BA, Botafogo-RJ, Vitória-BA
E7	Dourados-MS	Rio Preto-SP	Desp. Brasil-SP, Guarani-SP, Paraná-PR
E8	Andirá-PR	Patos de Minas-MG	PSTC-PR, Juventude-RS
E9	Goiânia-GO	Paranaguá-PR	São Paulo-SP
E10	São José dos Campos-SP	Valinhos-SP	Madureira-RJ, Flamengo-RJ
E11	Salvador-BA	Porto-POR	Vitória-BA
E12	Bento Gonçalves-RS	Betim-MG	Juventude-RS
E13	Encantado-RS	João Pessoa-PB	Grêmio-RS, Internacional-RS
E14	Lagarto-SE	Lagarto-SE	Confiança-SE, Lagarto-SE
E15	Piumhi-MG	Fortaleza-CE	Cruzeiro-MG
E16	Cristinápolis-SE	Recife-PE	Grêmio-RS
E17	São Paulo-SP	Gov. Valadares-MG	América-MG, Marília-SP, Rio Branco-SP
E18	Aracaju-SE	Salvador-BA	Bahia-BA
E19	Brasília-DF	Palmeira dos Índios-AL	Vila Nova-GO
E20	Santana do Amapá-AP	Natal-RN	Ceará-CE
E21	Itabuna-BA	Feira de Santana-BA	-
E22	Santiago-RS	Manaus-AM	Grêmio-RS
E23	Duque de Caxias-RJ	Recife-PE	Desp. Brasil-SP, N. Iguaçu-RJ
E24	Campina Grande-PB	Lagarto-SE	Treze-PB
E25	Murici-AL	Porto Alegre-RS	Corinthians-SP

Organização: A autora, 2023.

O conhecimento da naturalidade dos atletas permitiu mapear as raízes deles, geralmente oriundos de estados/regiões diferentes e que “rodaram” o país até adentrar no estado de Sergipe. Para confirmar o fluxo e a mobilidade dos jogadores, perguntou-se sobre o último local de residência, e as respostas confirmaram que os profissionais transitam continuamente, a depender das oportunidades de trabalho ofertadas ao longo de cada ano.

Para se ter uma maior dimensão dos intensos fluxos migratórios vivenciados pelos atletas, o Quadro 24 mostra alguns dos clubes pelos quais os profissionais passaram nos últimos anos, evidenciando a intensa mobilidade dos jogadores.

Quadro 24 - Itinerário profissional dos atletas

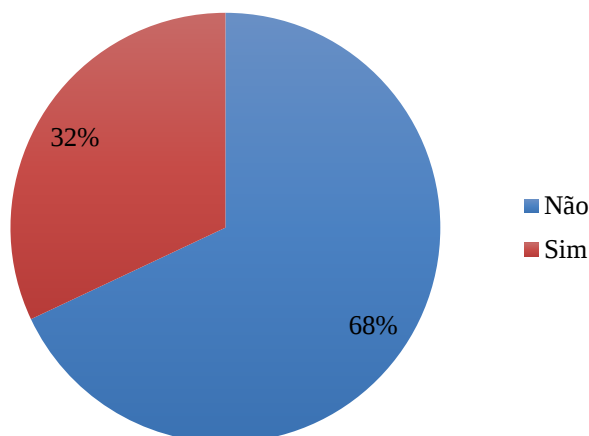
Atleta	Clube(s) com passagem	Regiões e/ou países
E1	América-RN, Campinense-PB, Operário-MT	Nordeste, Centro-Oeste
E2	Flamengo-RJ	Sudeste
E3	Chapecoense-SC, Icasa-CE, Itabuna-BA	Sul, Nordeste
E4	Fast-AM, Fortaleza-CE, São Raimundo-AM	Norte, Nordeste
E5	Bangu-RJ, Socorrense-SE	Sudeste, Nordeste
E6	Avaí-SC, Joinville-SC	Sul
E7	América-SP, Uberlândia-MG, São José-SP	Sudeste
E8	Bahia-BA, Juventude-RS, URT-MG	Nordeste, Sul, Sudeste
E9	Grêmio Prudente-SP, Louletano-POR, Rio Branco-PR	Sudeste, Portugal, Sul
E10	Goiás-GO, Guarani-SP, Náutico-PE, Vasco-RJ	Centro-Oeste, Sudeste, Nordeste
E11	Leixões-POR, Jacuipense-BA, RB Bragantino-SP	Portugal, Nordeste, Sudeste
E12	Athlético-PR, Boa Esporte-MG, Remo-PA	Sul, Sudeste, Norte
E13	Botafogo-PB, Criciúma-SC, Ipiranga-RS	Nordeste, Sul
E14	Confiança-SE, Lagarto-SE	Nordeste
E15	Cruzeiro-MG, Fortaleza-CE	Sudeste, Nordeste
E16	América-MG, Athlético-PR, Retrô-PE, Trofense-POR	Sudeste, Sul, Nordeste, Portugal
E17	Boca Júnior-SE, Marília-SP, Rio Branco-SP	Nordeste, Sudeste
E18	Bahia-BA, Botafogo-PB, Mogi Mirim-SP	Nordeste, Sudeste
E19	Atlético-CE, CSE-AL, Lagarto-SE, Vila Nova-GO	Nordeste, Centro-Oeste
E20	Ceará-CE, Lagarto-SE, Treze-PB, Paraná-PR	Nordeste, Sul
E21	CRB-AL, Itabuna-BA, River-PI, Salgueiro-PE	Nordeste
E22	Avaí-SC, Blooming-BOL, Ceará-CE, Grêmio-RS	Sul, Bolívia, Nordeste
E23	Portuguesa-SP, Santa Cruz-PE, URT-MG	Sudeste, Nordeste
E24	Bylis-ALB, Inter de Lages-SC, Linense-SP, Treze-PB	Albânia, Sul, Sudeste, Nordeste
E25	CRB-AL, Cuiabá-MT, Paraná-PR	Nordeste, Centro-Oeste, Sul

Fonte: O Gol, 2023. *Transfermarkt*, 2023.

Organização: A autora, 2023.

Nota-se um deslocamento espacial contínuo dos entrevistados, perpassando diferentes lugares, inclusive fora de suas regiões de origem, podendo chegar até outros continentes, como aconteceu com o entrevistado E16, o qual destaca: “Eu fiz um pouco de viagem. Joguei no Trofense, na segunda liga de Portugal, também no Pachuca-MÉX e na Áustria”.

Em meio aos processos migratórios necessários ao andamento da profissão, sabe-se que essas mudanças não costumam ser simplórias, exigem transformações que envolvem busca por local de moradia, novas instituições de ensino para os filhos, laços afetivos deixados para trás. No tocante a esta questão, apenas em torno de um terço dos jogadores declarou levar os familiares, enquanto o restante negou tal prática (Gráfico 10).

Gráfico 10 - Leva familiares ao realizar um fluxo migratório

Fonte: A autora, 2023.

Nota-se que a condição socioeconômica dos atletas em meio à constante mobilidade nem sempre é suficiente para fazer com que os familiares mais próximos abandonem suas rotinas e afetos. Tal fato envolve inúmeros motivos, a exemplo do alto custo de instalação numa nova cidade, o tempo limitado das competições, os vínculos de trabalho estabelecidos pelos membros da família e toda logística por trás de uma nova acomodação, entre outros aspectos, fato que contrasta com a realidade dos jogadores de outras séries e/ou que atuam nos campeonatos de referência internacional e possuem condições de manter seus agregados num padrão de vida confortável. Dentre os que conseguem trazer parentes próximos, destacam-se os que são seguidos por esposas, filhos, mães e pais:

Primeiramente sozinho, depois minha família se mudou (E10).

Trouxe minha esposa, meu filho, meu cachorro. Vem todo mundo (E13).

Para todos os lugares que eu vou, levo minha família (E25).

Inicialmente, não. Mas depois de um mês trouxe minha namorada e ela está aqui até hoje (E2).

Conseguir ter a companhia dos familiares não é um privilégio para todos, sobretudo em virtude dos altos custos, somado a um calendário incerto, com pouco tempo de permanência, o que não favorece mudanças abruptas.

A família, em geral, fica, por conta de trabalho, eles têm a vida deles [...] (E18).

Eles não gostam de sair da cidade, preferem ficar mais perto do restante da família. Se eu chamar o meu pai, ele vem, mas eu prefiro que ele fique com minha mãe (E15).

Só para passar alguns dias, eles têm o trabalho deles e tem que fazer a vida também. [...] Eu só saí de casa por causa do meu trabalho, senão estava lá (E1).

Nunca levo, não tem como. Meus pais e irmãos trabalham, têm a vida deles. Inclusive a esposa ficou por trabalhar, junto com a minha filha. (E16).

[...] Aqui para Aracaju eu não trouxe devido ao período curto. Minha filha só tem nove meses, aí para se deslocar de Natal para cá ia ser uma logística ruim. (E20).

Vieram, mas já fora embora, por questão financeira mesmo (E24).

Eu sou noivo, ela veio, passou um tempo, mas como ela trabalha, tem a vida dela, aí por enquanto estou sozinho. Meus pais também vieram, passaram dez dias e retornaram, porque é tudo muito temporário (E19).

Para os que estão iniciando a trajetória profissional, geralmente com salários menores, a dificuldade é ainda maior. Ainda é meu segundo ano engrenando no profissional. Eu estava na base, tem a questão do alojamento também (E11).

Por questões financeiras mesmo, mas também pelo fato de eu estar subindo em definitivo, inserido no profissional somente no final do ano passado. É uma coisa que eu acho arriscado (E6).

Não posso trazer ninguém porque eu moro em alojamento, não é em apartamento (E14).

Observa-se que o tempo vivenciado no novo local de trabalho raramente pode ser acompanhado de familiares. Devido à instabilidade que cerca a realidade dos jogadores, a questão financeira tem peso preponderante. Por isso, numa alternativa de economizar e poupar gastos, alguns optam por residir no próprio clube, sujeitos às condições oferecidas pelas equipes que defendem.

Apesar dos desafios impostos pelo trabalho, para esses jogadores, a profissão proporciona viver de maneira satisfatória, conforme apontam as respostas que seguem:

Dá para viver (E11).

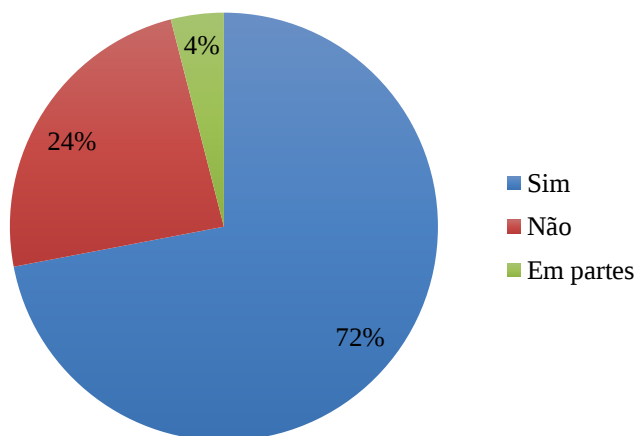
Eu posso dizer que hoje a situação está estabilizada, contas em dia, não passa necessidade, tem uma reserva. Desde que eu me tornei profissional, pensei sobre isso, fazer uma reserva, ter uma renda para quando precisar [...] (E19).

As condições são boas, não posso reclamar. No futebol é difícil porque tem muita insegurança e não tem tempo longo de contrato, pelo menos na série C, mas a gente tem uma boa condição e uma educação financeira bacana (E13).

A gente está no melhor momento de nossas vidas. Eu só quero que isso continue daqui pra frente (E1).

Um dos entrevistados, o E20 ressaltou a visão criada sobre a expectativa de sucesso financeiro em torno da profissão: “A gente vive bem dentro de uma realidade em que todo mundo imagina que o futebol é milionário, mas ele tem a sua porcentagem de quem é milionário”. Em geral, o sonho da criança ou do jovem que vem de uma realidade difícil consiste em transformar a própria vida e a dos seus próximos, possibilitando-lhes acesso a diferentes bens, serviços, formas de entretenimento e patrimônio. Entre os jogadores entrevistados, 72% consideram que a carreira profissional já contribuiu diretamente para a melhoria da qualidade de vida dos familiares; outros 24% avaliam ainda não ter alcançado tal êxito; e 4% estimam ter corroborado parcialmente (Gráfico 11).

Gráfico 11 - Contribuição da carreira na melhoria da qualidade de vida familiar



Fonte: A autora, 2023.

Neste sentido, cabe a reflexão de que, muitas vezes, por trás de um profissional da bola, independentemente da série na qual faça parte, existe uma rede de pessoas que dependem dele.

A profissão, para os que vivenciam a realidade das divisões de acesso, exige ter que residir em lugares distantes dos familiares, geralmente a condição financeira não permite uma

mudança brusca e que possa abarcar os mais próximos. Por isso, a distância se torna um dos principais entraves no processo.

A maior dificuldade é ficar longe da família [...] (E3).

Desde novos, nós jogadores, já abrimos mão da proximidade da família, da conexão dos amigos. A gente abdica de muita coisa em prol do treino, do jogo, do futebol. E, muitas vezes, não tem certeza se vai chegar ao profissional (E11).

Com relação à questão social, você acaba abrindo mão de certos momentos. A gente sempre está viajando, passa por situações nos campeonatos que não convêm sair para um lugar ou para outro. Então você acaba se privando em prol de sua profissão [...] (E10).

Algumas pessoas podem achar que não, mas eu acho muito difícil. Cada jogador sabe o que passa, mas para mim, o que pesa muito é estar longe da família, minha mãe e irmãos. Eu sou muito apegado. Somos nós quatro, eu não tive pai e isso me pega demais. Eu acho que as pessoas só conseguem te ver num sábado ou domingo dentro de um campo e acham que está tudo certo. Claro, é prazeroso você fazer o que ama, mas é difícil e a gente tem que se adaptar (E1).

Eu considero uma rotina pesada, mas satisfatória, por ser o meu sonho. Então se torna um pouco mais leve, eu penso que a pessoa tem que estar muito bem preparada, estabilizada, fisicamente e mentalmente, para suportar o dia a dia e as cargas que exigem dentro do futebol (E8).

A responsabilidade é grande. A gente perde muita coisa sendo atleta. No São João não fui nenhum dia para festa e só tinha banda boa. Fiquei trancado ou viajando para jogo. Perder noite desgasta. Eu poderia ter ido, teve Thiago Aquino na minha cidade. A tentação é grande (E16).

Tem que andar na linha, a gente ganha algumas coisas, mas perde outras. [...] E tem a questão também de concentração, você está com seus amigos numa sexta ou sábado à noite e a gente está concentrado para o jogo no domingo (E12).

Um trabalhador, que não seja no futebol em si, consegue ter uma longevidade grande, mesmo que ele receba dois mil reais, consegue se preparar para viver uma vida baseada naquilo. O jogador de futebol vive de altos e baixos, a profissão é muito curta [...] O fisioterapeuta daqui, por exemplo, foi para a Europa, ficou 15 dias lá, viajou tudo. E aí ele já comprou uma passagem para o ano que vem, por mil reais, ida e volta, para a Itália. Mas quando é que a gente vai ter a possibilidade de se programar para isso? Então eu acho que o futebol não permite, principalmente para que está num patamar de série D e C. Mesmo que o cara tenha uma reserva, para viajar em cima da hora, vai gastar muito (E7).

[...] Às vezes você se torna seco, uma pessoa fria, pelo fato de você quase nunca poder estar num único lugar, se apegando a algo, algum clube. Não é que jogador não tem amor, você tem uma amizade, mas logo sai (E24).

Chamou significativa atenção a última fala, sobre o fato de o jogador não criar e manter raízes nos lugares, tendo em vista a baixa longevidade por onde passa e a necessidade recorrente de mudanças. Ou seja, os deslocamentos não contribuem com o estabelecimento de laços mais profundos, mas em relações mais superficiais e abreviadas.

Para alguns, a carreira profissional, além de ser a própria fonte de renda, propicia ajudar outros membros familiares em diferentes aspectos. Muitos atletas mencionaram o subsídio financeiro voltado à compra de imóvel, pagamento de aluguel, alimentação, custeio da faculdade de familiares e demais tipos de contas.

[...] Eu já consegui muita coisa de conquista pessoal para minha família. Precisa comprar uma geladeira, ajuda para uma festa de aniversário, algo do tipo. Essas contribuições menores, uma grande parte vem do futebol (E23).

Quitei a casa dos meus pais, no interior de Goiás, e comprei um apartamento para eles em Caldas Novas (E9).

Comecei a pagar a faculdade da minha irmã, sustento o aluguel da casa da minha mãe e da minha irmã (E3).

[...] Consegui comprar móveis [...], estou ajudando minha mãe com algumas coisas, exames, o que ela precisa (E4).

[...] Com o futebol eu já consegui tirar minha mãe do trabalho, ela já fica em casa. Claro que se ela quiser trabalhar, ela vai. [...] Consigo ajudar meus irmãos na faculdade, alguma coisa de carro ou alguma necessidade que eles precisarem, mas tudo isso foi por causa do futebol (E1).

Eu consegui o que todo atleta que vem de uma situação mais fraca sonha, que é dar uma casa para minha família (E16).

Esse ano estou dando uma casa para minha mãe [...] (E22).

Hoje eu sou o carro-chefe da família. Meu pai e minha mãe só me acompanham. Eles não trabalham, a renda da casa fica sob minha responsabilidade (E8).

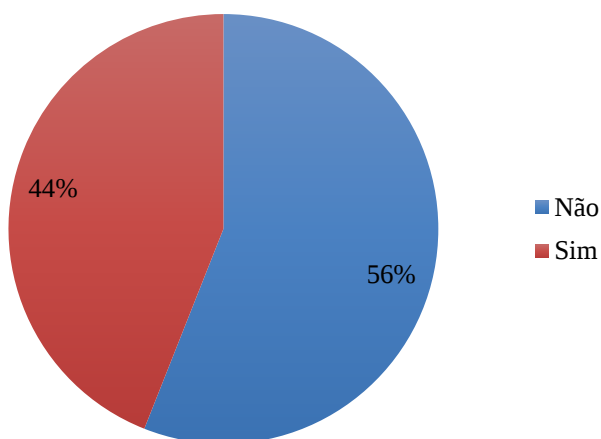
Há quem consiga ir além da ajuda à família, estendendo ações em prol da comunidade. Neste sentido, o E18 ressaltou o hábito de distribuição de cestas básicas. Porém, essa realidade não é comum para todos, pois muitos jogadores, sobretudo os de realidade financeira comprometida, não tiveram o privilégio de se dedicar apenas ao futebol. Muitos deles precisaram trabalhar em outras áreas, até boa parte da vida, para sustentar a si ou a sua

família, permanecendo na várzea até uma idade considerada avançada para um atleta. A luta pela sobrevivência torna-se objetivo primordial da existência.

Na análise da realidade dos jogadores em atividade nos clubes sergipanos, 88% tiveram formação de base, em detrimento de 12%, oriundos dos campos varzeanos e com início tardio no mundo da bola. Os atletas que advêm diretamente da várzea e não passam pelo processo formativo nas divisões de base até integrar-se ao profissional são casos raros no mundo da bola, mas verificáveis. Exemplo disso é o E4, que após passar numa peneira do São Raimundo-RR, tornou-se profissional após os 20 anos de idade. Os demais, muitas vezes, precisaram tentar a sorte em estados diferentes ou regiões mais longínquas, buscando uma oportunidade no mercado da bola.

Durante as entrevistas, questionamos também como fica a relação com a família quando eles estão inseridos em algum clube. Em muitas ocasiões, por motivações diversas, o futebol pode causar infelicidade à vida familiar, conforme responderam 44% dos atletas (Gráfico 12).

Gráfico 12 - Futebol causou infelicidade à vida familiar



Fonte: A autora, 2023.

Os motivos são variados e abarcam ameaças à família, sobretudo através das redes sociais; lesões; questões contratuais; desempenho individual ou coletivo ruins; resultados de jogos; entre outros.

Ano passado, quando eu lesionei aqui, tanto eu quanto minha família ficamos muito mal (E9).

Por resultado ou até mesmo por esperar uma coisa e ela não acontecer e frustrar todo mundo. Ainda mais porque meu pai e minha mãe estão no dia a dia, então eles sofrem a mesma coisa que eu sofro (E8).

Muitas frustrações dos jogos mesmo, principalmente na partida do Sergipe com o Botafogo, a pior de todas, disparada (E21).

Já fiquei chateado por ver um estádio me atacando e eu vendo minha família perto, e depois do jogo chegar pra mim e chorar. É o momento que o cara quer passar sozinho porque não quer que a família escute. O futebol tem os momentos bons e ruins, vive disso. Nem sempre dá para se poupar (E17).

Por isso, uma prática comum entre os atletas consiste em poupar os familiares sobre críticas, ameaças ou qualquer situação que possa causar maior preocupação aos seus próximos. O entrevistado E18 ressalta: “Nunca passo informações. Eu penso que quando você deixa sua família de fora da situação, ela não sofre muito”.

A carreira do atleta, com as obrigações corriqueiras, propicia aos jogadores uma rotina diferenciada das demais profissões. Viagens, concentração e jogos seguidos são apenas alguns dos desafios enfrentados por eles. Consequentemente, os aspectos listados compreendem inúmeras especificidades que compõem o itinerário dos jogadores (Tabela 26).

Tabela 26 - Opinião sobre a carreira de atleta

Motivações	Recorrência
Renúncia a noitadas	13.95%
Cuidado com o corpo	9.30%
Foco no trabalho	9.30%
Abdicação de momentos	9.30%
Rotina anormal	6.97%
Saudade da família	6.97%
Alta responsabilidade	6.97%
Carreira difícil	6.97%
Perda de laços afetivos	6.97%
Necessidade de hábitos saudáveis	4.65%
Desapego a lugares	2.32%
Sacrifício constante	2.32%
Profissão ingrata	2.32%
Preparação mental	2.32%
Críticas e elogios	2.32%
Carreira tranquila	2.32%
Viagens corriqueiras	2.32%
Escolha pessoal	2.32%

Organização: A autora, 2024.

A questão que envolve a famosa noitada foi a mais citada entre os atletas, que reconhecem o quanto as saídas, geralmente para baladas, podem atrapalhar o cotidiano. Neste

sentido, o zelo pelo descanso e a possibilidade de renunciar à diversão nesta etapa profissional se torna essencial.

Eu não posso me ver como uma pessoa normal porque é muito diferente. O futebol, hoje, é um esporte de alto rendimento e, se eu for para a noitada, se eu beber, no outro dia não vou conseguir treinar nem dar o meu melhor dentro do campo (E19).

[...] O futebol exige o corpo, requer descanso e boa alimentação. Coisas como noitadas ficam em segundo plano. Vai chegar o tempo que você vai poder ir (E18).

A noite te proporciona muita coisa e você vai acabar esquecendo o profissional. Atrapalha muito o rendimento (E22).

Outras situações enfatizadas dizem respeito à necessidade de ter uma vida regrada, prezando pelo cuidado com a parte física e por hábitos saudáveis, pois o bom condicionamento resulta na melhor performance no esporte. Para o E14, “o corpo é a ferramenta de trabalho, por isso tem que descansar bastante, dormir bem, se alimentar bem, beber muita água e trabalhar para alcançar os objetivos”. Sobre esse aspecto outros jogadores concordam que:

No momento em que você é atleta, sabe do seu corpo e precisa se cuidar para se sentir bem (E22).

É um trabalho que não é normal, a gente é figura pública. Mas requer muito sacrifício. A gente abriu mão de muita coisa, mas em qualquer profissão, se quiser ter êxito, vai ter que focar no que quer e, muitas vezes, as pessoas veem o futebol somente pelo jogador. Mas não é. A gente tem que treinar e entregar o nosso melhor para desempenhar bem (E13).

Assim, ficou evidente entender que a profissão tem que ser regrada, necessitando que o atleta abdique de muitas coisas e mantenha o foco na carreira.

4.4 As condições de trabalho

A rotina e a jornada de trabalho dos atletas estão relacionadas às condições estruturais e à programação semanal do clube, isto é, têm sua organização conforme o calendário de jogos, viagens, intervalo entre as partidas e outros aspectos. Durante a semana são realizadas atividades variadas – treinos táticos, “rachões”, academia, recuperação física/médica, descanso, compromissos de marketing, entrevistas, ações sociais e demais eventos.

Boa parte dos atletas optam por morar nos alojamentos oferecidos pela equipe, isto é, permanecem respirando o ar do clube durante as 24 horas diárias. A maior parte compreende atletas solteiros, que não precisam oferecer um grau de conforto para os familiares, ou jogadores com menores salários, visto que gastos com aluguel são inviáveis. Além destes, alguns profissionais casados, por não terem condições de trazer a família, escolhem viver nas dependências dos times, uma forma de conter despesas e economizar seus ganhos. Todavia, independentemente do local de residência, possuem uma rotina específica, seja voltada ao cotidiano no clube ou fora dele, conforme a Tabela 27.

Tabela 27 - Rotina de trabalho

Atividade(s)	Recorrência
Treinos diários	32.43%
Rotina regrada	16.21%
Refeição no clube	13.51%
Programação do clube	13.51%
Preparação física externa	10.81%
Reside no alojamento	8.10%
Recuperação física	2.70%
Concentração no clube	2.70%

Organização: A autora, 2024.

A atividade mais comum envolve os treinos diários (Figura 47), normalmente em um período, alternando entre os turnos matutino e vespertino, todavia, em algumas ocasiões, acontece em ambos.

Figura 47 - Atletas durante aquecimento pré-treino



Foto: A autora, 2023.

Geralmente, o jogador que precisa fazer tratamento específico ou recuperação física, comparece dois turnos, sendo que todos os espaços do clube ficam à disposição para uso, bem como oferece alimentação, cabendo ao atleta optar ou não por realizá-las no ambiente.

Minha semana é dentro daquela casa ali [alojamento]. Não saio para nada. Eu fico no CT, deitado, no celular, vendo Netflix. Ou então é aqui, em atividade, minha rotina é essa. Respiro o Sergipe (E16).

Eu moro no CT mesmo, fiz essa opção. Faço fisioterapia quando tem que fazer, alguma atividade na academia, quando tem a parte de recuperação de lesão. [...] Até o pessoal brinca que eu sou um dos que organizam a parte do dormitório (E21).

Uma questão relevante diz respeito à preocupação com a parte física. Por isso, alguns atletas afirmaram ter o hábito de cuidados fora do ambiente de trabalho.

Rotina bem regrada em questão de descanso, alimentação, cuidado, treinamento, preparação, tudo isso é importante. Eu cuido bastante, principalmente pós-jogo também, na recuperação física (E10).

[...] Vou na academia do condomínio, gosto muito de trabalhar até fora do clube (E3).

Geralmente meu dia a dia consiste em dois períodos de treino. Independentemente de ser um só no clube, faço a recuperação em casa (E6).

O costume habitual de uma boa alimentação no cotidiano também foi enfatizado pelos entrevistados.

Bem regrada. Passei por nutricionista e tudo, então tento seguir firme (E9).

A rotina é voltada para o que o clube oferece e a gente tenta ter uma alimentação boa. Agora eu estou parado, tentando comer menos, senão vou sentir muito na volta (E22).

A gente tenta sempre fazer a alimentação aqui no clube porque é o mais equilibrado e balanceado. Quando eu estou em casa depende muito do horário que a minha mulher sai do trabalho, de ela chegar, conseguir fazer janta ou eu ter que fazer. O meu filho está com dois anos e meio, então tem que brincar toda hora, é um treino a mais em casa. Às vezes tu não consegue comer direito, descansar também, depende muito dele. Então poder conversar muito com o treinador, explicar se dormi mal à noite, tirar o pé um pouco, ou se estiver bem, treinar mais forte. Tem toda essa questão de conversa, diálogo e relação (E13).

O intenso desgaste físico no esporte de alto rendimento leva à necessidade de práticas alimentares cotidianas que compensem o esforço do corpo, já que a reduzida ingestão de

energia pode ocasionar o “[...] fornecimento insuficiente de importantes nutrientes relacionados ao metabolismo energético, à reparação tecidual, ao sistema antioxidante e à resposta imunológica” (Panza et al., 2007, p. 683). Assim, o cumprimento das recomendações nutricionais favorece a manutenção da saúde do atleta.

A análise em torno da realidade das divisões de acesso do futebol brasileiro aponta para uma série de desafios, sobretudo no que concerne às condições de trabalho do jogador. Os percalços e as consequentes necessidades de melhoria variam de clube para clube. Quando questionamos sobre os principais desafios enfrentados, os atletas foram soltando situações vivenciadas que expõem lamentações, condições que dificultam o cotidiano dos treinos e a rotina dos jogos, entre outros aspectos. Nesta perspectiva, as maiores dificuldades apontadas correspondem a campos de treinamento, alimentação, estrutura física de modo geral, alojamento, academia, remuneração, entre outras questões.

Os jogadores pontuaram fatores de âmbitos variados, de acordo com suas andanças no mundo da bola.

A questão é mais de campo de treinamento. A gente sofre bastante com isso. Eu tive uma passagem no Athletico e lá tem 15 campos para treinar. Então eu acho que isso é insuficiente [...] (E12).

Tirando os times das séries A e B, que têm condições bem elevadas, pra gente que joga a série D, série C, as melhorias têm que ser nos campos para treinar e na alimentação. Falo isso num sentido geral, é o mínimo que a gente pede. [...] Já foi pior, tempos atrás foi pior (E21).

Os clubes necessitam ter uma estrutura completa, departamento médico, academia, fisioterapia, nutrição, estrutura de hotel/pousada/quarto para descanso. Tudo isso ajuda na carreira. Quem tem essa estrutura, sai na frente (E10).

Precisa melhorar a valorização dos atletas, que a gente acaba sendo muito descartável no mundo do futebol, em relação à estrutura, ao cuidado. [...] o corpo é nosso instrumento de trabalho, então a gente precisa de condição financeira e estrutura para estar bem (E11).

Existe também uma diferenciação na estrutura dos times, ainda que disputem séries similares, influenciada, sobretudo, pelo aspecto financeiro. As diferenciações das condições materiais de cada time têm repercussão no cotidiano do trabalho:

Varia muito entre os clubes. Tem time que tem estrutura boa, outros não. Aqui o Confiança oferece uma condição boa de trabalho, já outros clubes onde eu passei, não (E3).

Eu vejo uma coisa que é muito desproporcional, que é a diferença entre os clubes. Por exemplo, eu estava no CSE-AL e as condições estruturais não são tão legais, mas o pagamento é certo. Aí vim para cá [Sergipe], com uma estrutura bacana que o clube oferece para trabalhar, salário em dia, ainda que seja dentro da realidade dele (E19).

Alguns clubes conseguem dar um suporte, fazer com que o mínimo seja bem feito, em outros falta muita coisa, principalmente profissionalismo de quem está à frente do clube. [...] O jogador de futebol tem que ter as condições de trabalho, a questão financeira tem que estar em dia. A cabeça estando bem, o corpo vai responder bem também. De repente, fica com pensão atrasada, por exemplo, isso aí atrapalha em tudo [...] (E20).

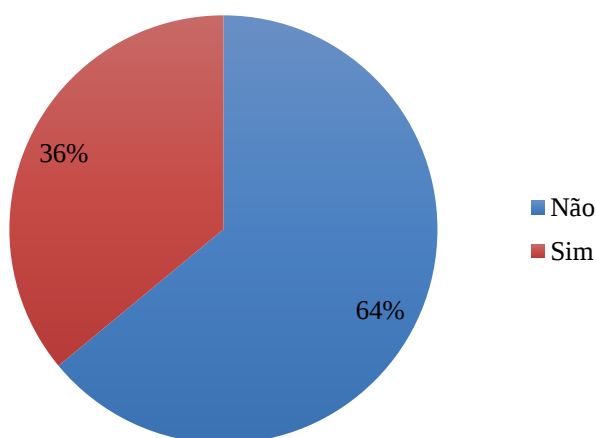
Alguns clubes prometem muita coisa e não cumprem. Tem time que promete salário, acerta um valor “x” e acaba não pagando, ou então atrasando. Isso fica chato porque tem jogadores que tem filho, esposa. Então a gente trabalha para receber e pagar as contas. Tem todas essas pessoas por trás disso, que dependem da gente (E17).

Outras observações também foram levantadas pelos jogadores. Segundo os E2 e E23, o principal desafio envolve equilíbrio e saúde mental e uma necessidade mais significativa de atenção psicológica por parte dos clubes contratantes. Já para o E24, a transformação de muitos clubes em SAF pode possibilitar uma maior sustentabilidade financeira para os atletas.

4.5 Trabalho e saúde mental no futebol

Pensar a profissão jogador de futebol e sua relação com a saúde mental ainda é um tabu e envolve uma gama de preconceitos, ainda que não seja especificamente para tratar de problemas consolidados, mas para prevenir os dramas e dilemas impostos pela vida. Na série A do Campeonato Brasileiro, por exemplo, no ano de 2023, dos 20 clubes, apenas metade deles dispõe de psicólogos no quadro de profissionais da equipe (R7 Esportes, 2023).

Alguns atletas entrevistados têm ou já tiveram problemas psicológicos durante o itinerário como jogador, necessitando, portanto, recorrer a terapias com profissionais, já que no desenrolar da carreira, algumas situações colocam em xeque a saúde mental do atleta, como transferências sem sucesso, problemas físicos, etc. O fato é que, durante o percurso, em meio a uma profissão de alta exigência física e mental, desafios dessa natureza costumam aparecer no caminho. Questionados sobre a ocorrência de problemas psicológicos relacionados ao trabalho, oriundos da carreira, os jogadores revelam o que se pode visualizar pelo Gráfico 13.

Gráfico 13 - Problemas psicológicos decorrentes da profissão

Fonte: A autora, 2023.

Esses sujeitos, que fazem o percurso habitual da carreira, precisam abandonar a rotina da vida comum e se adaptar a um itinerário voltado, exclusivamente, para o jogador. Convivem com a distância dos familiares, muitas vezes, incluindo filhos, o abandono do lazer, a pressão imediata por resultados, o medo da perda de contratos, entre outros entraves aos quais se submetem. Tais condições orientam para uma atividade sem autonomia, sugadora da energia individual para a busca pela vitória permanentemente. Com tantos pormenores e mudanças abruptas, o sujeito tende a adoecer por se constituir um produto a ser valorizado pelo clube, pelos patrocinadores e por quem dita o rumo do futebol.

Nota-se a necessidade de os clubes investirem no auxílio/tratamento psicológico, em meio à constante exigência por alta performance física e psíquica, para saber lidar com as frustrações e demais percalços que possam sair do esperado. Os motivos possuem relação direta com o desempenho em campo ou com entraves que atrapalhem ou comprometam a atuação dos atletas, a exemplo de lesões.

Achei que não ia conseguir voltar. Eu passava por médicos e ninguém descobria o que era. Fiz uma cirurgia errada, tanto que eu ganhei um processo agora contra o América-RN [...] Fiquei depressivo, parecia um bicho. Morava com um amigo em Ponta Negra e não saía do quarto. Estava com o cabelo enorme, parecia um doido. Evitava sair, estava mal, a cabeça ruim. A depressão me pegou pesado. A sorte foi o Retrô-PE na minha vida, senão eu teria parado. Eu sou muito grato porque eles me tiraram do América-RN e fizeram o tratamento correto. Eu tenho que tomar três injeções para lubrificar o joelho todo ano, cada uma custa R\$ 1.700,00 (E16).

Questões contratuais, de relacionamento ou opção da comissão técnica ou da diretoria também costumam causar chateações, situações de estresse ou problemas psicológicos.

Por conta de clube mesmo. Eu não tive oportunidades, nem em amistoso, nem em nada, os caras simplesmente me descartaram como se fosse nada, pra mim não se faz isso com ser humano. Agora eu estou bem, jogando. Fui feliz porque conseguiram me emprestar [ao Sergipe] (E22).

Chama a atenção o fato de muitos profissionais terem passado por situações complicadas, originando a necessidade imediata de ajuda, mas serem resistentes à procura de tratamento e ajuda psicológica.

Nunca fiz acompanhamento, mas em alguns momentos da nossa carreira a gente pensa coisas negativas (E18).

Não procurei nenhum profissional, mas consultei livros que me ajudaram bastante (E24).

Nunca tive nada atestado, mas passei por vários momentos difíceis (E6).

Fiquei mal, a visão embaçou, cheguei a passar mal, vomitar, por questão de ficar nervoso, ansiedade e tudo isso (E9).

“O treinamento psicológico deve estar associado aos planos de treinamento assim como o treinamento físico, atuando simultaneamente de forma apropriada com o trabalho físico, técnico e tático” (Marco, 2010, p. 17). O acompanhamento tende a melhorar o rendimento em campo, especialmente para saber lidar com o quantitativo de partidas por temporada, frustrações e momentos de euforia típicos da carreira. Essa importância está retratada nas falas a seguir:

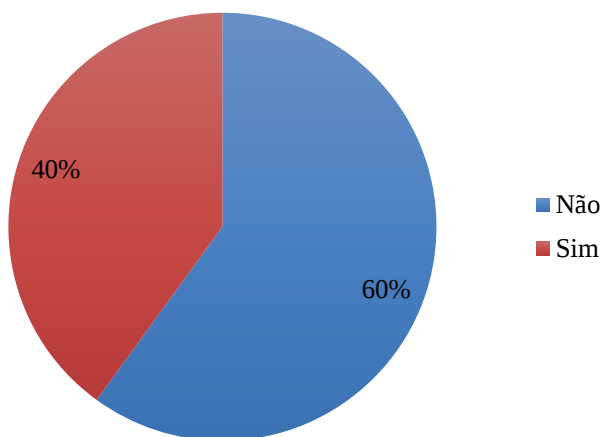
O atleta é o cara que mais precisa de um psicólogo, de um profissional para conversar, porque a pressão é muito grande, espera-se muito do jogador, em todas as séries, independente da qual. Para quem está de fora acha que a gente não pode errar e nem perder, mas futebol é feito de resultado, um dia você ganha, no outro você perde e tem que estar preparado para todos os momentos, nem sempre é fácil lidar com as derrotas e com a pressão que vem de fora, acaba afetando a família. Exemplo: você tem uma mulher e um filho dentro do estádio e veem você sendo xingado ou vai na rede social, até deles, inclusive. Para a cabeça do atleta fica difícil porque ele prefere passar certas situações sozinho (E1).

Eu faço acompanhamento. Tanto a carga do nosso dia a dia, como também familiar, pessoal. Eu acho que é uma situação que ajuda muito a ter o controle, o equilíbrio em todas as situações. Não é só por causa do futebol, mas eu faço terapia e gosto muito (E8).

A pressão exacerbada tende a causar estresse, interferindo no rendimento individual dos jogadores, evidenciando a necessidade de um acompanhamento psicológico contínuo.

Muitos jogadores vivem o dilema de ter que abrir mão de outras oportunidades de emprego pelo sonho de ser jogador, realidade comum para 40% dos atletas (Gráfico 14).

Gráfico 14 - Renúncia a emprego por causa do futebol



Fonte: A autora, 2023.

Entre os que tiveram que deixar suas ocupações anteriores, o E1, ex-vendedor de material elétrico, e o E20, que já foi proprietário de bar, abdicaram destas profissões em prol do futebol.

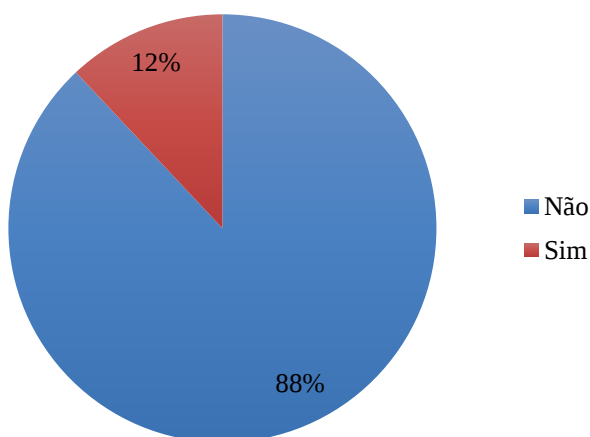
O futebol me proporcionou uma coisa engraçada, que foi ter um bar. Eu estava em Fortaleza e tive a visão de abrir um negócio. Tinha muito tempo livre, antes começou com uma brincadeira e foi se tornando algo grande, foi crescendo, tanto que passei quatro anos com o bar. Chegou uma época em que eu ganhava mais dinheiro com o bar do que jogando bola. Aí depois eu voltei e fiquei com o futebol (E20).

Logo, a condição de atleta, muitas vezes, exige renúncias, inclusive a trabalhos/empregos, em prol de dedicarem-se, exclusivamente, à carreira profissional.

Os jogadores, em sua maioria, são de famílias de baixa renda. Porém, o processo de construção da carreira profissional requer investimento financeiro, ou seja, apenas talento e técnica dificilmente serão suficientes para se chegar ao objetivo final e à concretização do sonho. Ainda neste âmbito, foi perguntado se os atletas possuem outra profissão paralelamente ao futebol, a fim de complementar a renda ou ter uma garantia quando não estão com vínculo ativo em algum clube. Destes, 88% não têm outra ocupação; em

contrapartida, 12% conseguiram estabelecer outros meios de expandir os rendimentos (Gráfico 15).

Gráfico 15 - Profissão paralela ao futebol



Fonte: A autora, 2023.

Entre os que afirmaram possuir outras ocupações, o E23 se autodenominou microempresário, salientando o negócio numa loja de roupas, ocupação similar ao E16; o E10, por sua vez, realiza consultoria esportiva on-line, tendo em vista sua formação em Educação Física.

Para investir na própria carreira, por diversas oportunidades pode haver a necessidade de o atleta se desfazer de bens materiais, única alternativa de prosseguir em busca do sonho. No âmbito da pesquisa de campo, quando questionados sobre tal necessidade, para 20% deles foi preciso vender bens ou algum patrimônio para aplicar na profissão. Por outro lado, 80% destacaram o fato de não possuir bens que pudessem servir de investimento.

Em algumas ocasiões, nos momentos de maior dificuldade financeira, esta se tornou a única opção. Além disso, teve quem recorreu à ajuda dos pais para se manter e dar prosseguimento no sonho.

Para me autossustentar, porque eu peguei um clube onde eu fiquei meses sem receber, mesmo tendo contrato, tive que me desfazer de algumas coisas (E23).

No início da minha carreira, por estar jogando em clubes menores, trabalhava uns quatro meses no time e aí terminava, daí tinha que vender a chuteira, luva, o que aparecia, jogava no amador (E13).

Meu pai vendeu a TV para custear minha ida para o primeiro teste no futebol. Pude compensar depois que comecei a ganhar dinheiro (E20).

A luta pela profissionalização envolve a participação, sobretudo, da família, aliada importante na busca por tornar o sonho real, independentemente da dimensão dos sacrifícios. Ela acaba sendo um agente motivador em diversos momentos, pois tende a alimentar o sonho de forma conjunta.

Quando são consideradas as condições salariais de atletas que provêm de uma realidade socioeconômica deficiente, muitos acabam deixando o sonho pelo caminho, não por opção, mas por ausência de recursos que lhes possibilitem trilhar as etapas necessárias.

A remuneração mensal de cada jogador varia consideravelmente de acordo com o clube para o qual o serviço é prestado. E as baixas remunerações de times fora da elite do futebol é um componente importante da frustração e do adoecimento mental.

4.6 A percepção dos jogadores em relação aos salários

Nos times de série A, por exemplo, as grandes estrelas recebem rendimentos vultosos, representando um momento de sobrevalorização, muitas vezes chegando à casa do milhão. Os atletas de menor prestígio obtêm salários menores em relação aos “craques”, mas exorbitantes quando comparados às demais profissões ou séries de acesso do futebol – 30, 50, 100, 200, 400, 800 mil reais – inclusive jogadores regulares e/ou de técnica e performance questionável (Tabela 28).

Tabela 28 - Salário dos jogadores do Flamengo-RJ no ano de 2023⁸¹

Jogador	Salário mensal ≈
Gabriel Barbosa	R\$ 1.719.000
Giorgian De Arrascaeta	R\$ 1.266.000
Bruno Henrique	R\$ 1.206.000
David Luiz	R\$ 1.176.000
Gérson	R\$ 1.146.000
Everton Ribeiro	R\$ 965.000
Everton Cebolinha	R\$ 965.000
Filipe Luís	R\$ 904.000
Pedro	R\$ 874.000
Agustín Rossi	R\$ 693.000
Erick Pulgar	R\$ 573.000
Rodrigo Caio	R\$ 452.000
Luiz Araújo	R\$ 392.000
Fabrizio Bruno	R\$ 392.000
Guillermo Varela	R\$ 331.000
Allan	R\$ 286.000
Pablo	R\$ 265.000
Ayrton Lucas	R\$ 256.000
Léo Pereira	R\$ 241.000
Thiago Maia	R\$ 241.000
Matheus Cunha	R\$ 238.000
Santos	R\$ 229.000
Victor Hugo	R\$ 196.000
Wesley	R\$ 193.000
Lorran	R\$ 60.000
Matheuzinho	R\$ 57.000
Daniel Cabral	R\$ 27.000
Gabriel Noga	R\$ 26.000
Santiago Ocampos	R\$ 23.000
Cleiton	R\$ 15.000

Fonte: *Salary Sport*

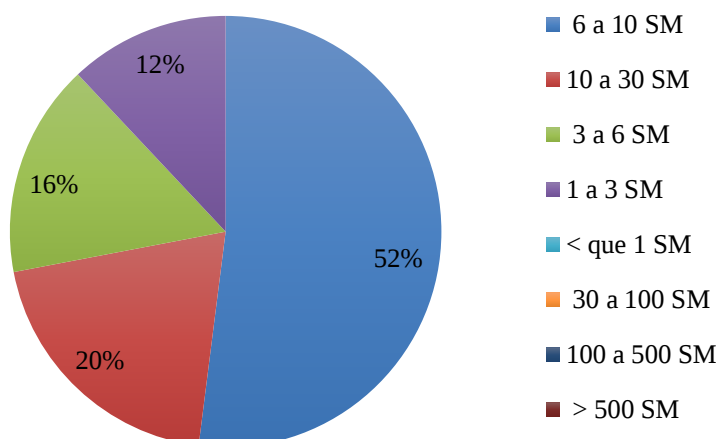
Organização: A autora, 2023.

Na análise salarial dos jogadores do Flamengo, o clube mais bem ranqueado e de maior arrecadação no futebol brasileiro no ano em questão, fator que tem se replicado recorrentemente, nota-se que os atletas em início de carreira, oriundos da base, mesmo dispondo de muitas rescisórias altas, recebem os menores vencimentos. Ainda assim, os, “salários mais inferiores” são demasiados quando comparado a outras atividades profissionais – 15, 23, 26, 27, 57, 60 mil reais.

No âmbito sergipano, considerando o salário mínimo de R\$ 1.320⁸², 12% dos atletas recebem até R\$ 3.960; 16% ganha entre R\$ 3.900 até R\$ 7.920; 52%, entre R\$ 7.920 e R\$ 13.200; 20% recebem entre R\$ 13.200 e R\$ 39.600 (Gráfico 16).

⁸¹ Os valores foram arredondados para facilitar o entendimento.

⁸² Valor do salário-mínimo vigente no período da pesquisa de campo – maio a junho/2023 – com base no reajuste válido desde 1º de maio – Medida Provisória (MP) 1172/23.

Gráfico 16 - Remuneração mensal

Fonte: A autora, 2023.

Entre os profissionais que possuem a maior faixa salarial, 80% pertencem ao Confiança, demonstrando a tendência de uma melhor remuneração na série C em relação à série D, na qual o Sergipe faz parte. Os que estão situados nas faixas salariais de 1 a 3 SM e de 3 a 6 SM, em sua maioria, são atletas mais novos, nas primeiras experiências profissionais ou oriundos de clubes de menor expressão, a exemplo do E14, que veio do Lagarto F.C. É válido também ressaltar que a realidade apresentada compreende às “potências estaduais”, que possuem maiores investimentos e inserção midiática, logo, isso não reflete o contexto geral do estado, que tende a ter clubes do interior oferecendo salários bem inferiores aos da capital.

Relacionando a realidade retratada entre um time de série A – com o maior faturamento do país – e os clubes sergipanos com as melhores condições no estado – nas divisões C e D – nota-se um hiato gigantesco. Não somente em termos de remuneração, visível na faixa salarial apresentada, mas sobretudo, em tempo de contrato. Enquanto os times de elite possuem calendários cheios e sem interrupções, acrescidos de pagamentos e bonificações vultosas, inclusive pela conquista de títulos, as equipes periféricas, como Confiança e Sergipe, tendem a ofertar contratos reduzidos, geralmente voltados especificamente para as competições em disputa e com encerramento do calendário esportivo ainda no início do segundo semestre de cada ano⁸³. Não obstante, os jogadores se deslocam

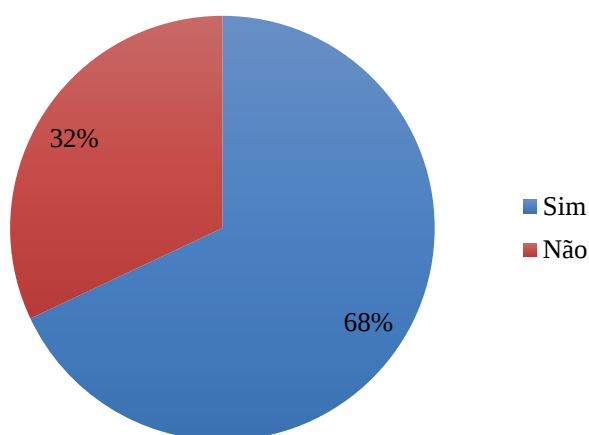
⁸³ Caso a equipe não seja finalista do Campeonato Estadual, corre sério risco de ficar com o calendário comprometido no ano seguinte, isto é, encerrar as atividades ainda no primeiro semestre.

para outros estados ou regiões, e os gastos com moradia e necessidades diárias comprometem boa parte dos rendimentos recebidos, deixando-os numa situação de vulnerabilidade.

Apenas uma parcela minoritária dos jogadores de futebol atinge o ápice financeiro e a fama, transformando-se em milionários, transitando em ambientes glamourosos e ratificando as expectativas. Aos demais, resta a luta pela sobrevivência em meio às incertezas dos dias futuros e possibilidades de novos contratos que lhes permita a garantia dos próximos meses e/ou anos pela frente.

Ainda sob esse aspecto, quando questionados se a remuneração recebida é compensadora, 68% responderam afirmativamente, em detrimento dos 32% que não concordam com o salário (Gráfico 17).

Gráfico 17 - Remuneração mensal compensadora



Fonte: A autora, 2023.

Dentre os que consideram a remuneração satisfatória, normalmente compreendem atletas em início de carreira, com menor rodagem, sem passagem pelo futebol internacional ou com formação na própria base do clube.

É o meu melhor salário de toda carreira. É um clube de muita visibilidade e torcida. Foi mais por isso que eu optei por vir [...] (E9).

Está compensatório, mas com fé em Deus, vai melhorar (E8).

[...] Acho que por conta da experiência também (E11).

Uma situação importante e recorrentemente citada diz respeito ao fato de que os jogadores costumaram reproduzir o discurso de que a remuneração está de acordo com a realidade financeira do time em que jogam.

Entre os que discordam dos valores recebidos e consideram a remuneração atual aquém do ideal têm os que possuem maior rodagem no futebol e estiveram acostumados com maiores salários.

Para o que eu já tive, hoje considero abaixo (E16).

Vindo para cá, eu reduzi muito meu salário, meio que para ajudar o professor Sena também, devido às situações do clube eu acabei entendendo, mas é uma coisa que normalmente eu não faço, e aqui eu fiz (E20).

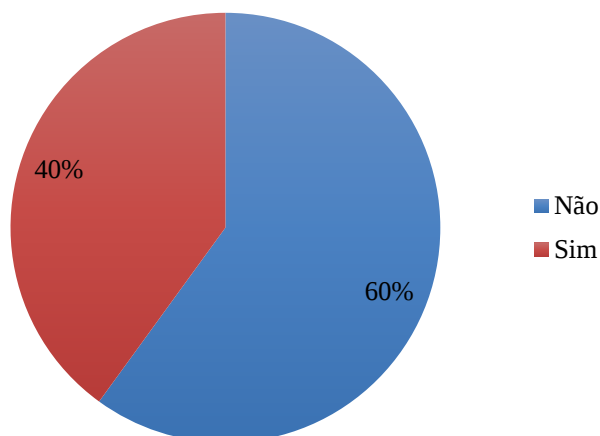
Dava para ganhar mais. Ano passado estive fora, ganhava bem e aí você vê a valorização que você tem fora daqui. Então não tem como achar justo receber menos da metade do que eu recebia lá (E22).

Eu acredito que na série C eu devo ser o goleiro que recebe o valor mais baixo, por ser um clube que a gente sabe da condição financeira e da realidade. Quando eu renovei o contrato, naquele momento talvez eu merecia o que foi acordado, mas hoje eu acho que poderia ter ganhado mais, até porque eu tive situações em que vieram atrás para pagar o dobro do que eu ganho aqui, mas por contrato e pelo fato da gente acreditar no acesso, a gente optou por ficar. [...] Por ter jogado todos os jogos do ano até aqui o último jogo, por ser uma referência do elenco, de liderança, tudo isso ajuda para ter uma valorização, então eu não acho justo [...] (E13).

Eu espero mais, a gente sempre quer mais (E3).

O atleta sempre espera ganhar mais (E17).

A estes atletas resta a perspectiva de melhorar os rendimentos nos próximos contratos firmados, chance aumentada de acordo com o nível e a estrutura oferecida pelo(s) próximo(s) clube(s) da carreira. Mas a busca por partidas extras se constitui alternativa para aqueles com baixa remuneração e em períodos de inatividade. Esta realidade costuma ser comum para os jogadores das séries C e D, alguns deles acabam aceitando partidas no futebol amador em troca de pagamentos acordados, prática corriqueira no meio. Dos atletas, 60% negaram tal ato, enquanto 40% possuem o hábito de jogar partidas extras e complementar seus rendimentos (Gráfico 18).

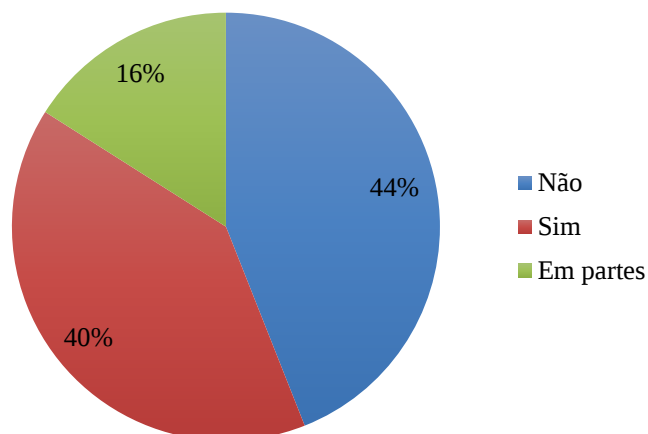
Gráfico 18 - Partidas extras como forma de complementação da renda

Fonte: A autora, 2023.

O E7 ressaltou que o motivo que o faz negar tal prática está associado à questão dos riscos e ao medo de contrair lesões e acabar prejudicando ou comprometendo a temporada dos campeonatos profissionais. Outros costumam aderir a esse tipo de partida, mas não necessariamente quando atuam em alguma competição profissional.

Os contratos temporários e o encerramento precoce dos vínculos podem favorecer a busca por uma renda, ainda que o preço a pagar possa ser alto, especialmente no tocante à saúde destes atletas.

Uma das grandes razões para se tornar um profissional da bola está atrelada à busca por uma estabilidade financeira permanente e que seja capaz de garantir qualidade de vida aos atletas e às suas próximas gerações. Aos que obtêm sucesso nesse universo, investimentos nos mais variados ramos e aplicações financeiras são algumas das medidas adotadas para fazer o patrimônio crescer, fato comum aos jogadores com carreira consolidada nos principais clubes brasileiros e, sobretudo, com rodagem no âmbito internacional, em especial nos gramados europeus. Ao perguntar se os jogadores se consideram estabilizados, 44% destes negaram; fato afirmado por 40%; e outros 16% consideram uma estabilidade parcial (Gráfico 19).

Gráfico 19 - Estabilidade financeira

Fonte: A autora, 2023.

As respostas evidenciam que, no pós-carreira, apenas uma parcela terá condições financeiras para se manter e ter um padrão de vida de qualidade, sem passar por significativas necessidades. Obter esse êxito não é tarefa fácil, até pelo fato de os salários não serem vultosos e permanentes para as séries atuais dos atletas (Silva et al., 2018).

Alguns dos que se consideram estabilizados declararam possuir outra fonte de renda. “Se acontecer de parar de jogar, eu consigo me manter trabalhando, pela questão da faculdade. Mas eu vou ter que trabalhar (E10). É importante preconizar que, para muitos deles, a estabilidade está atrelada apenas à questão de ter uma reserva financeira, o que implica diretamente na possibilidade de, mais à frente, abrir algum tipo de negócio. O fato de ter adquirido uma moradia também representa a estabilidade para alguns jogadores.

O maior quantitativo de respostas que apontou para o reconhecimento da instabilidade financeira, prezou pelo discurso de que as divisões de acesso do futebol nacional não oferecem condições para se chegar a este patamar.

Quero chegar nesse momento (E22).

Para eu parar e seguir a vida, ainda não (E8).

Empregado, sim. Desempregado, não (E13).

Tenho minhas coisinhas, mas financeiramente só dá para suportar uns dias (E24).

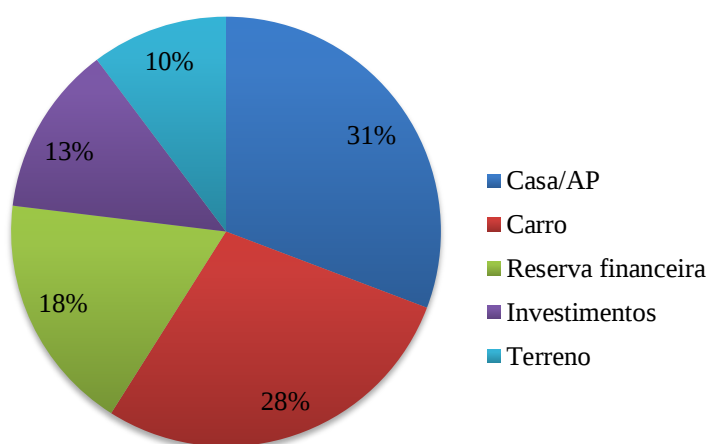
[...] o nível mais alto que eu joguei foi uma série B, ali eu tinha uma condição financeira melhor. Talvez se eu tivesse a mesma condição de salário que eu tinha

naquela época, eu diria que poderia parar de jogar com 38 ou 39 anos. Mas hoje não, é um trabalho normal que me dá um salário que eu consigo passar o mês sem dificuldade, mas que eu não consigo parar de jogar bola e amanhã não fazer nada (E13).

Neste sentido, a realidade mostra que, muitos destes atletas, enfrentam percalços, sobretudo pela instabilidade profissional, de somente estarem empregados em determinados meses do ano. A estes restam as incertezas do que virá, de novos contratos e chances de dar prosseguimento na carreira em clubes que deem condições favoráveis para, possivelmente, garantir uma estabilidade e segurança financeira mais adiante.

Consultados sobre o patrimônio alcançado durante a carreira profissional, 68% admitiram possuir algum(uns) oriundo(s) da profissão, em detrimento de outros 32%. Dentre os que conseguiram, os bens citados estão especificados no Gráfico 20.

Gráfico 20 - Patrimônio alcançado durante a carreira profissional



Fonte: A autora, 2023.

A maior parcela dos entrevistados citou mais de um bem de forma simultânea, na qual a parte mais significativa está ligada à aquisição de imóveis. Entre os atletas, 31% possuem casa/apartamento⁸⁴; 28% dispõem de automóvel; 18% admitiram ter uma reserva financeira, geralmente usada para os períodos de inatividade; 13% optaram por investimentos variados – clínica, sócio de uma chácara, sócio em loja de roupas, consultoria esportiva – e outros 10% adquiriram terrenos, considerando sua constante valorização.

⁸⁴ Considerou-se todos os elementos citados, embora não se tenha levado em conta a quantidade por entrevistado. Exemplo disso é que dois deles admitiram possuir dois apartamentos (neste caso, em cada item foi computada uma resposta).

Nota-se que os que possuem um patrimônio mais consistente, geralmente dispõem de uma carreira mais sólida, com alguma rodagem no exterior, por exemplo, como é o caso do E16, com passagens pela Europa e América do Norte.

4.7 Perspectivas do futebol sergipano pelo olhar dos jogadores

Ainda que o estado de Sergipe esteja longe dos holofotes midiáticos do futebol brasileiro, vários atletas locais escreveram e/ou continuam a escrever sua história no esporte. Ao longo do tempo, alguns ganharam notoriedade atuando em clubes da elite nacional ou do âmbito internacional, conforme demonstra o Quadro 25.

Quadro 25 - Atletas sergipanos de destaque no mundo da bola

Jogador	Naturalidade	Posição	Clube(s) com passagem	Principais títulos e/ou feitos
Agnelo Correia dos Santos (Nelinho)	Propriá	Zagueiro	Flamengo, Galícia-BA, Vitória	Baiano (3x)
Allyson Araújo Santos (Allyson)	Aracaju	Zagueiro	Bahia, Fortaleza, Juventude, Santa Cruz	Baiano, Cearense
Clodoaldo Tavares de Santana (Clodoaldo)	Itabaiana	Volante	Nacional-AM, Santos, Seleção Brasileira	Paulista (5x), C. Brasileiro, Mundial
Diego da Silva Costa (Diego Costa)	Lagarto	Atacante	Atlético de Madrid, Atlético-MG, Chelsea, Seleção Espanhola	Inglês, Brasileiro, Espanhol (2x), Copa do Rei, Copa do Brasil
Diogo Douglas Santos Andrade Barbosa (Diogo)	Estância	Lateral	Ceará, Corinthians, CRB, Sport	Copa do Brasil (2x), Paulista, Pernambucano (3x)
Edi Wilson José dos Santos (Dinho)	Neópolis	Volante	Grêmio, La Coruña-ESP, Santos, São Paulo	Brasileiro (2x), Libertadores (3x), Mundial (2x), Copa do Brasil (2x)
Elicarlos Souza Santos (Elicarlos)	Laranjeiras	Volante	Chapecoense, Cruzeiro, Figueirense, Náutico, Santa Cruz	Mineiro (2x), Sergipano
Fabiano de Freitas Santos (Fabiano)	Aracaju	Lateral	Bahia, Botafogo-PB, Santos	Baiano, Copa do Nordeste (2x), Sergipano
Fabio Júnior dos Santos (Fabio Jr)	Nossa Senhora da Glória	Atacante	Al-Ahly, Ceará, Flamengo, Internacional, Vasco	Gaúcho, Paraibano
Geuvânio Santos Silva (Geuvânio)	Ilha das Flores	Atacante	Athlético-PR, Atlético-MG, Flamengo, Santos	Paulista, Paranaense
Givaldo Santos Vasconcelos (Jacozinho)	Gararu	Atacante	ABC, CSA, Santa Cruz	Alagoano (5x), Pernambucano
Hugo Teixeira Santos (Hugo)	Itabaiana	Zagueiro	Internacional, Ituano, Santa Cruz, Vasco	- Melhor zagueiro da Série B de 2007
Jandson dos Santos (Jandson)	Maruim	Atacante	América-MG, Avaí, Brasiense, Juventude	Catarinense, Copa da Tailândia, Toyota League Cup
João Natailton Ramos dos	Umbaúba	Atacante	Dínamo Moscou-RUS,	Liga Búlgara,

Santos (Joãozinho)			Krasnodar- RUS, Portuguesa-SP	Supertaça Búlgara
José Adagilton Alves Santana (Gil Sergipano)	Tobias Barreto	Volante	Bahia, Náutico, Santa Cruz, Vitória	Baiano (2x), Brasileiro
José Carlos dos Santos (Zé Carlos)	Aracaju	Atacante	ABC, Fluminense, Guarani, Santa Cruz	Seleção Olímpica Brasileira
José Ilson dos Santos (Tailson)	Nossa Senhora da Glória	Atacante	Athlético, Bahia, Botafogo, Braga-POR, Sport	Baiano, Cearense - Seleção brasileira sub-20
José Luiz Lima (Lima Sergipano)	Itabaiana	Volante	Bahia, Flamengo, Palmeiras, Sport, Vasco	Baiano (4x), Pernambucano
José Wellington Bento dos Santos (Detinho)	Propriá	Atacante	Paços de Ferreira-POR, Leixões-POR	Bicampeão Português (2ª Divisão), Taça de Hong Kong
Luis Guilherme Lira dos Santos (Luis Guilherme)	Aracaju	Meia	Palmeiras, West Ham-ING	Brasileiro, Copa São Paulo de Futebol Jr (2x), - Seleção Brasileira Sub-20
Márcio Caetano Alves (Canindé)	Canindé de São Francisco	Meia	Criciúma, Paraná, Remo, Santos	Brasileiro
Narciso dos Santos (Narciso)	Neópolis	Zagueiro	Flamengo, Santos	Brasileiro, Rio-São Paulo, Copa SP de Futebol Jr, - Seleção Brasileira
Paulo Otacílio de Souza (Paulo Lumumba)	Aracaju	Atacante	Grêmio, Fluminense, São Paulo	Brasileiro, Gaúcho (6x), Sul-Brasileiro
Róbson Luíz Nascimento Oliveira (Róbson Luís)	Estância	Meia	Bahia, Ceará, Santos, Santos Laguna-MÉX, Vasco	Liga Mexicana
Sandoval Luís de Oliveira (Sandoval)	Porto da Folha	Meia	Athlético, Coritiba, Internacional, São Paulo	Gaúcho, Sergipano (4x), Copa Master Conmebol
Willian Thiego de Jesus (Thiego)	Aracaju	Zagueiro	Bahia, Chapecoense, Ceará, Grêmio	Catarinense, Cearense, Gaúcho, Copa Sul-Americana
Váldson Mendes Bezerra (Váldson)	Aracaju	Zagueiro	Botafogo, Corinthians, Flamengo	Sergipano (4x)
Victor Andrade Santos (Victor Andrade)	Aracaju	Atacante	Benfica-POR, Remo, Santos, Vitória de Guimarães-POR	Liga Portuguesa, Recopa Sul-Americana, - Seleção Brasileira (sub-16, sub-18 e sub-20)

Fonte: O Gol, 2023. Transfermarkt, 2023.

Estes foram apenas alguns exemplos de jogadores que construíram uma carreira futebolística importante Brasil afora. De modo geral, são jogadores que possuem uma história relevante no futebol – marcam/marcaram época em diferentes clubes do país e do mundo, inclusive com passagens por seleções, títulos expressivos, idolatria alcançada e outros feitos.

Durante as entrevistas, quando questionados sobre ter algum sergipano como referência, tal fato foi negado por 88% das fontes. Neste sentido, apenas três possuem

admiração significativa por algum “filho da terra”, sendo que dois deles são sergipanos. Neste caso, os atletas locais de maior projeção, considerando o fato de terem sido lembrados, foram Diego Costa, citado duas vezes, e Lima, em uma ocasião. Inclusive nota-se um desconhecimento dentro do próprio estado, e isto se reflete nos profissionais que aqui chegam para atuar profissionalmente.

A maior parte dos entrevistados ressaltou o crescimento e evolução do futebol sergipano, em aspectos como estrutura e organização, sobretudo, nos últimos anos. Todavia, embora muitos elementos possam convergir positivamente, muitos atletas também salientaram problemas (Tabela 29).

Tabela 29 - Avaliação do futebol sergipano

Visão	Recorrência
Crescente/Evolução	23.80%
Necessidade de melhorias	21.42%
Estruturado	7.42%
Potencial de crescimento	7.42%
Problemas estruturais	7.42%
Organização da FSF	7.42%
Estadual forte	4.76%
Qualidade	4.76%
Invisibilidade	4.76%
Abaixo dos outros estados	2.38%
Desnível capital x interior	2.38%
Competição discriminada	2.38%
Preconceito	2.38%
Nível técnico similar a outros estados	2.38%

Organização: A autora, 2024.

O crescimento e evolução citados estão atrelados ao desempenho recente, especialmente, do Confiança, que disputou a série B no ano de 2020, gerando uma visibilidade ao estado. Atualmente, a participação regular na terceira divisão coloca-o como o time sergipano em maior evidência no cenário nacional.

[...] O crescimento dos times sergipanos nos campeonatos nacionais, tentando acessos, valoriza mais. Não tem muita diferença dos outros estados, é mais em questão de clube mesmo (E18).

[...] O que conta muito é essa questão dos times que, se estiverem em divisões maiores, a visibilidade, óbvio, vai ser maior (E21).

Entre os entrevistados, especialmente para os que vêm de outros estados, a condução organizacional por parte da FSF foi motivo de elogios.

[...] na organização, a Federação dá um show, inclusive melhor que o paraibano. O modo com a FSF faz o campeonato é espetacular (E24).

[...] Eu gostei da organização da Federação, tem tudo para crescer. Alguns lugares, em questão de campo, não são muito satisfatórios. Mas tem o Batistão, onde ocorre a maioria dos jogos (E10).

O futebol sergipano também pode ser considerado uma importante vitrine, sobretudo para os que estão iniciando a trajetória profissional, no sentido de ganhar experiência, visibilidade e rodagem para depois atuar em clubes de maior expressão e/ou de origem. Esse é um dos aspectos que contribuem/contribuíram para que o atleta considere a possibilidade de atuar nos gramados locais. Além deste, outros aspectos foram lembrados pelos profissionais:

[...] a primeira impressão foi que ia ser um campeonato fácil de jogar, [...], mas quando chegou na hora decisiva, a gente percebeu que não era por ser um clube do nível um pouco mais baixo de competição que se tornaria fácil ser campeão. Então eu acho que está numa crescente, [...] tomara que consiga dar sequência no trabalho e evoluir cada vez mais (E13).

Me surpreendeu. Eu conhecia o clube, mas não tinha muita dimensão. Não conheço muito da estrutura dos rivais, mas pegando a base do Confiança, é um estadual forte, as pessoas pensam que não (E1).

Já passei pelo futebol paraense e o nível por lá é bem mais baixo mesmo, aqui está mais elevado do que alguns lugares que passei, mais estruturado em questão de competição. Não dá para tirar as principais ligas, paulista, carioca, mas coloco o sergipano no top 5 (E12).

[...] O único estadual que se sobressai é o paulista, o carioca na questão financeira, mas em questão de competição não tem muita diferença (E18).

No próprio estadual dá para ver uma diferença importante entre os ‘grandes’ e os times do interior (E23).

Alguns jogadores destacaram que o futebol sergipano ainda está aquém dentro da própria região, apresentando muitas limitações, a exemplo da qualidade técnica e da parte tática. A disparidade regional também foi um ponto lembrado.

Precisa-se melhorar em muita coisa [...] hoje fica atrás de alguns centros, o que é normal, e no Nordeste fica um pouquinho atrás também (E20).

Espero que consiga ficar entre as três, quatro potências de campeonato estadual do Nordeste (E9).

[...] Precisa melhorar para estar perto dos outros lugares (E14).

A gente acompanha o estadual e vê que é um pouco abaixo em comparação a outros estados (E7).

A questão da visibilidade – representada na inexpressiva cobertura midiática, baixo investimento financeiro e performance nos campeonatos regionais e nacionais, por exemplo – também influenciam o futebol local.

[...] Poderia ter uma visibilidade maior. É porque o que conta muito é essa questão dos times que, se estiverem em divisões maiores, a visibilidade, óbvio, vai ser maior (E21).

A gente sabe a posição que a gente se coloca vindo para cá, então conhece o sacrifício que tem que fazer, mas é em prol de um bem maior. Só quando estiver acima, numa série melhor, vai dar mais condições para os jogadores, com maior infraestrutura (E2).

Nível de visibilidade muito fraco, mas em questão de disputa os jogos são bastante interessantes. Se você joga uma Copa do Nordeste, é bem-visto, mas não é tão bem visto quanto eu era no Sul. E eu joguei por mais de nove anos da minha carreira lá e os clubes de maior expressão me viam com bons olhos. Tive várias propostas diferentes [...] bem mais visado do que aqui (E22).

Há quem veja o futebol sergipano a partir de um viés diferente, sob a ótica de ser filho da terra, com propriedade para externar as experiências.

Temos dificuldade em relação a vários outros lugares por onde passei, ainda somos discriminados, muita gente não quer vim para cá. Pensam: – O que eu vou fazer no futebol sergipano? – Eu sofri muito com isso. É muito ruim falar de onde você é, o povo te olha com um certo preconceito. Eu sou daqui e tenho esse problema aqui no clube. Tem uma barreira, mas eu tenho a minha carreira também. Por exemplo, como você é daqui, as pessoas te olham diferente. Se chegar uma pessoa que está fazendo doutorado de São Paulo, do Rio Grande do Sul, iriam olhar como a linda, a maravilhosa, mas aqui não te reconhecem da mesma forma (E16).

A condição do futebol e o desempenho insatisfatório dos clubes locais nas competições regionais e nacionais contribuem para a replicação dessa visão. Outros estados nordestinos, por exemplo, em comparação a Sergipe, costumam atrair muito mais atletas. Sob esse aspecto, a mídia tem importância estratégica.

4.8 A mídia esportiva sergipana e a construção da imagem do futebol e seus sujeitos

A relação do esporte com a imprensa no estado associa-se à criação da Associação dos Cronistas Esportivos de Sergipe (ACES), em 1949, “com o propósito de realizar torneios,

incentivar e premiar jogadores e torcedores, promover a aproximação com o comércio e, sobretudo, cobrar do poder público municipal” (Ribeiro e Pires, 2005, p. 6). Além disso, propicia um intercâmbio entre as associações de cronistas nos estados do Nordeste. O órgão possibilita apoio à imprensa na divulgação das práticas esportivas. Ao desempenhar seu papel de levar informação esportiva ao público, recebia 1% do borderô⁸⁵ das partidas, valor que mais tarde chegou aos 5%. Transformada em Associação dos Cronistas Desportivos do Estado de Sergipe (ACDS), antiga ACES, a associação aproxima os profissionais do esporte e estabelece uma relação mais harmoniosa entre os veículos de comunicação do estado, fortalecendo, sobretudo, o rádio sergipano, sobretudo na perspectiva atual, com as rádios web's, concomitantemente às comerciais. Dentre as emissoras de rádio que cobrem o futebol sergipano, destacam-se: Rádio Cultura, Aperipê, Transamérica, Jornal, ACDS Web, Juventude FM, Boca da Mata FM, Comunidade FM, Tropical FM, Princesa da Serra, entre outras, resistindo às inovações no processo de comunicação e buscando meios próprios de permanência na transmissão esportiva. A seguir, apresentamos algumas fotos das equipes esportivas em atividade nas emissoras onde atuam (Figuras 48 e 49).

Figura 48 - Equipe esportiva da Rádio Aperipê



Foto: Cruz, 2024.

⁸⁵ Renda do jogo.

Figura 49 - Equipe da Rádio Jornal**Foto:** Cruz, 2024.

Os meios de comunicação costumam ter influência em muitos aspectos da vida social. Habitualmente tendem a enaltecer o jogador de futebol e evidenciá-lo como um modelo de trajetória de sucesso, ignorando inúmeras decepções, percalços e/ou batalhas pelo caminho que, inclusive, fazem com que a maioria dos postulantes a profissionais fiquem pelo trajeto. Consultando a realidade dos jogadores, 60% negaram a interferência dos veículos de comunicação nas escolhas; outros 36% reconheceram a relevância dos meios midiáticos; e 4% consideraram uma influência parcial da imprensa.

A maior parte associou o desejo de se tornar jogador apenas ao interesse individual, geralmente de infância. Há também quem considerou o papel da família no incentivo, principalmente, por meio de matrícula em escolinha de futebol, desde os anos iniciais. Todavia, a parcela dos entrevistados que reconheceu a função dos veículos de comunicação na escolha individual, citou o hábito destes enaltecerem o glamour em torno da profissão, geralmente contando histórias de superação e sucesso.

Todo mundo que sonha é através da mídia (E20).

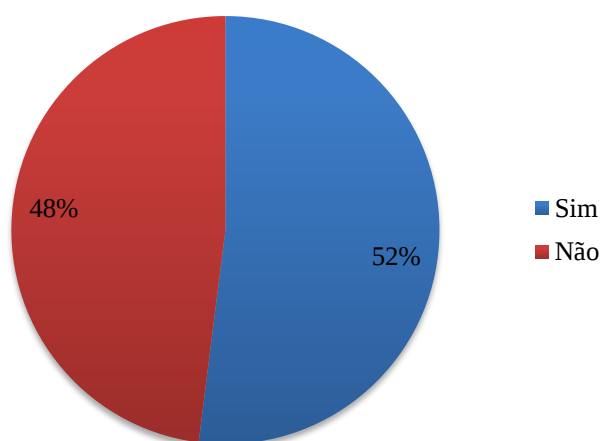
A gente assiste jogo na TV e isso influencia (E7).

Sem dúvida, porque a gente vê no dia a dia, nos jogos, na rotina dos atletas, então, influencia sim (E8).

A gente vê exemplos de casos bem-sucedidos e quer ser também (E11).

A mídia acaba sendo um mecanismo de formação de opinião, de manipulação social e criação de um imaginário social do jogador, por meio dos diferentes meios, influenciando os hábitos e os sonhos do público (Martínez, 1999). Inclusive, em grande medida fazendo os jovens acreditarem indubitavelmente que terão as mesmas possibilidades que jogadores internacionais. Essa forma de influenciar também é qualificada quando se tem acesso a uma Ascom atuante. É recorrente que os atletas, sobretudo os pertencentes aos grandes clubes, façam uso da assessoria na divulgação e projeção da sua própria imagem, mecanismo cada vez mais comum no zelo e na organização do itinerário profissional. Dos atletas entrevistados no estado, 52% dispõem de assessoria, enquanto 48% não contam com o serviço, optando por fazer a própria função (Gráfico 21).

Gráfico 21 - Presença de assessoria de comunicação



Fonte: A autora, 2023.

Por sua vez, é consenso que a comunicação se constitui mecanismo imprescindível, tanto para as organizações, quanto no âmbito individual, subsidiando na manutenção e promoção dos clubes e jogadores. Seu papel está atrelado à mediação do discurso e das ações com o público (Rego, 1986). Com base nisto, “um plano de assessoria de comunicação eficaz [...] é condição básica para a promoção da imagem, bom relacionamento com a mídia e sucesso no mercado” (Jesus et al., 2016, p. 1). A atuação do profissional permite a exaltação dos pontos fortes e da melhor perspectiva de aparência do seu cliente, gerenciando e conduzindo o relacionamento com o público externo. Em alguns casos, os profissionais destacaram a relação unificada entre empresário e assessoria no gerenciamento da carreira, ainda que estes não possuam formação acadêmica para o(s) cargo(s).

Mas há também quem não goste de redes sociais e publicidade. Alguns atletas não são ativos em relação a sua visibilidade.

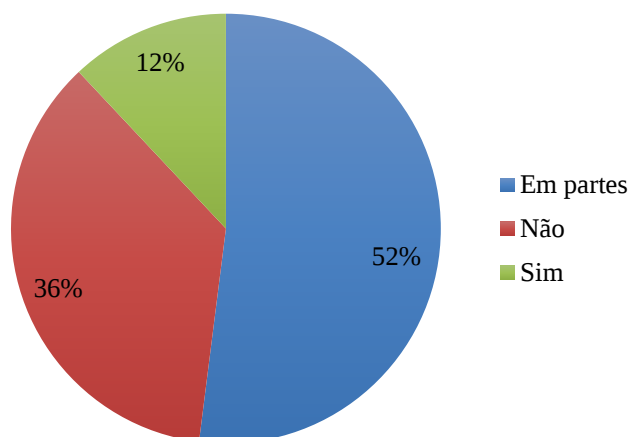
Não sou ligado nisso de rede social, sou mais matuto. Não gosto de ver nada. Comentários paralisam, tanto bons quanto ruins (E16).

De fato, a mídia dirige o futebol como um objeto que deve ser vendido ao mercado, modificando seu significado original e essência tradicional da modalidade, de atividade recreativa e prazerosa e entretenimento, quando ainda não existiam relações comerciais entre equipes e atletas. O interesse foi modificado e a mídia teve papel relevante nessa disseminação. Essa massificação midiática, em especial com chegada da televisão, favoreceu o processo de espetacularização do esporte, pautado em lucros elevados, torcedores consumidores e busca cada vez maior por audiência (Alvito, 2014).

4.9 Das perspectivas profissionais dos jogadores

Na construção do itinerário futebolístico do jogador, embora a maior parte tenha percorrido variados estados, regiões e/ou países, muitas vezes isso não é o suficiente para o contentamento em torno da carreira profissional. Questionados, 52% consideram ter alcançado parcialmente os anseios como atleta; outros 36% ainda não estão satisfeitos; e apenas 12% avaliam ter conquistado totalmente seus objetivos (Gráfico 22).

Gráfico 22 - Alcance dos objetivos profissionais



Fonte: A autora, 2023.

Para quem ainda não se sente totalmente contemplado na profissão, os objetivos traçados possuem motivações diversas, desde jogar nos campeonatos de elite do Brasil até alcançar a seleção (Tabela 30).

Tabela 30 - Objetivo(s) profissional(is)

Objetivo desejado	Recorrência
Jogar na Série A	29.26%
Jogar na Europa	21.95%
Jogar em grandes clubes	17.07%
Chegar à seleção	14.63%
Ganhar dinheiro	7.31%
Jogar no exterior	4.87%
Alcançar estabilidade	2.43%
Ser campeão sergipano	2.43%

Organização: A autora, 2024.

As experiências em inúmeros clubes, rodagem por diferentes lugares e algumas conquistas pessoais foram os principais fatores citados por quem se considera parcialmente contemplado na profissão.

Por tudo que eu passei na minha carreira, por todas as lesões que eu tive, por jogar no interior do Rio Grande do Sul boa parte da trajetória e depois conseguir jogar uma série B em pouco tempo. Então eu me considero um privilegiado, vitorioso na bola, mas ainda não conquistei tudo que eu almejo e vamos trabalhar para isso (E13).

Outros atletas possuem objetivos de carreira com teor mais simples.

Já fui vice-campeão sergipano duas vezes. Como eu nasci aqui e ainda não consegui, meu grande objetivo pessoal é ser campeão aqui (E18).

Meu maior sonho era ser profissional, vestir a camisa do Treze-PB. Também queria vestir outras camisas de time grande, mas não consegui. Mas dentro do contexto geral, fui em lugares que nunca imaginei, joguei a Europa League. Conheci vários países, tem coisas que pessoalmente não consegui, mas se eu parasse hoje estaria realizado (E24).

Mas também há quem ainda se veja longe dos objetivos profissionais. A vontade de disputar a primeira divisão do campeonato brasileiro é praticamente uma unanimidade, concomitantemente ao desejo de jogar no território europeu, tendo em vista a estruturação dos clubes, o calendário recheado, os salários convidativos e outras motivações de diferentes naturezas.

Eu trago na minha cabeça que eu tenho que jogar a primeira divisão, a série A. Penso que, se tem um jogador hoje na série D, que não sonha com isso, está fazendo errado. [...] Eu penso que, se eu estou na série D, ano que vem eu tenho que jogar a C, depois a B e assim e sucessivamente. Estando na B eu estarei a um passo da série A. E aí, dependendo das condições e de onde esteja, começa a sonhar com time fora do Brasil, com seleção. Hoje minha realidade é série D, mas eu sei que tenho potencial para a série A. Depende de mim, de trabalhar e me esforçar para que as coisas aconteçam (E20).

Apesar de estar com 33 anos, numa reta final de carreira, eu ainda penso em jogar no exterior, que é uma coisa que eu ainda não fiz, penso em dar um salto financeiro para poder fazer o meu pé-de-meia, aproveitar essa reta final (E10).

Está longe ainda. Meu sonho é estar no mais alto nível do futebol, na Europa, que é a referência, o auge (E6).

Jogar em clubes maiores, fora do país, série A, disputar campeonatos maiores. Esse é o maior objetivo de um jogador profissional, e não ficar só em clubes que disputam as divisões menores (E19).

Me vejo jogar em clubes como Flamengo, Vasco, até fora do país também. Se surgir a oportunidade, eu vou. Eu almejo grandes coisas para minha vida (E4).

Eu penso em dar uma maior estabilidade para a minha família, tenho vontade de jogar na Europa. Não digo nem ser famoso, mas por conta da estabilidade mesmo (E17).

Quero jogar na série A, na Europa, num nível melhor. Já joguei lá na terceira divisão, mas almejo tanto jogar na série A, quanto na primeira liga de fora (E9).

Meu sonho é jogar em alto nível, nos melhores campeonatos [Europa e série A]. Almejo também a seleção (E12).

[...] Eu pretendo chegar na prateleira do nosso futebol, na série A e, depois, consequentemente, ir para fora do país para ter outras experiências, outras culturas e também ser reconhecido em outros países (E8).

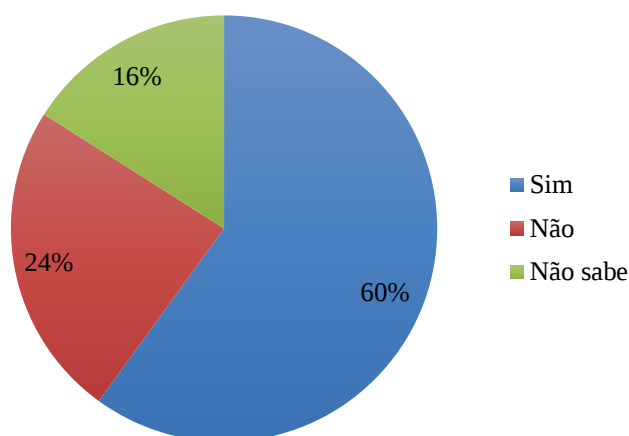
Almejo ainda, sei que é difícil por conta da minha idade, mas quero chegar à série A. Joguei todas as divisões, só não joguei a série A (E21).

Eu já tive uma vontade, que era jogar fora, e foi concretizado, mas não era onde eu queria. Penso em Europa, jogar na Espanha, Portugal, lugares que eu já me vi jogando e tenho potencial para isso (E22).

A busca pelo sucesso e pela garantia da própria sustentabilidade financeira e das próximas gerações, compõem uma carreira recheada de sonhos e objetivos profissionais. Porém, a maior parte fica pelo caminho, excluída do círculo restrito dos altos rendimentos e do prestígio no mundo da bola.

Sobre continuar trabalhando no universo futebolístico, inclusive depois da carreira profissional, 60% têm o desejo de permanecer na área; 24% pretendem mudar de ramo; e 16% ainda não sabem se preferem prosseguir no futebol (Gráfico 23).

Gráfico 23 - Desejo de continuar trabalhando na área do futebol



Fonte: A autora, 2023.

Enquanto alguns objetivam a permanência na área, a posteriori, especialmente em cargos de gestão ou de treinador de futebol, outros desejam cortar os laços com esse universo.

A questão das apostas e manipulação também possui influência no anseio de deixar o futebol. A manipulação de resultados, geralmente atrelada às apostas esportivas, ganhou ênfase desde 2022, com a operação Penalidade Máxima, desencadeada pelo Ministério Público de Goiás (MPGO), com denúncias sobre inúmeros jogadores de diferentes divisões do futebol brasileiro. Atletas que atuam em times de menor expressão e que disputam competições menos relevantes tendem a apresentar maior suscetibilidade para envolvimento nessa problemática. Algumas das condições que fomentam esta prática questionável, de acordo com Marchetti (2019, p. 5), correspondem à:

[...] má remuneração e/ou atrasos salariais; partidas não monitoradas; má governança nas entidades esportivas; dificuldade para investigar e aplicar punições; falta de confiança nos mecanismos de denúncia; falta de regulação do mercado de apostas esportivas; falta de compreensão sobre o tema; e contratos de curta duração.

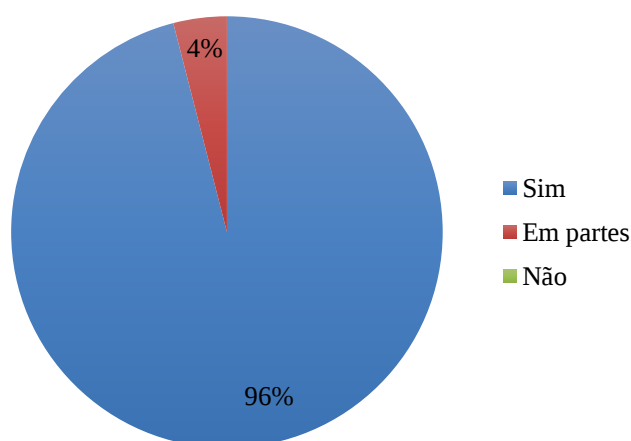
A manipulação envolve diferentes acordos – como cometer pênalti, levar cartão amarelo ou vermelho, tomar gols, ceder escanteios, entre outras ações. Há uma evidente fragilidade do sistema esportivo nacional, percebida por uma gama de criminosos. Estes, por

sua vez, atuam na tentativa de corrompimento de profissionais e organizações envolvidas na prática futebolística e que tem transcendido as divisões nas quais pertencem e/ou as dimensões dos clubes, constituindo-se numa ameaça constante à integridade do esporte.

Embora o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) tenha aplicado penas distintas, que variaram entre suspensão, multa ou até mesmo banimento do esporte, existem outras investigações em curso de outros atletas envolvidos no escândalo, o que deve deixar as autoridades do esporte ainda mais em alerta.

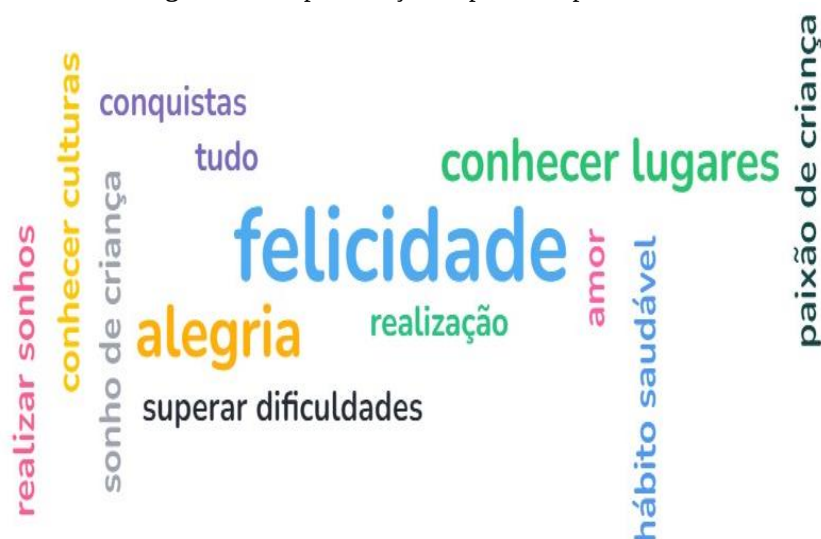
Por fim, a última questão da entrevista compreendeu a indagação sobre ser feliz na profissão escolhida. Neste sentido, praticamente a totalidade dos jogadores (96%), mesmo com todos os desafios envoltos na carreira de jogador, sentem-se felizes (Gráfico 24).

Gráfico 24 - Felicidade em relação à profissão



Fonte: A autora, 2023.

Em geral, os jovens idealizam a satisfação profissional. São sujeitos que não amadurecem sonhos em profissões comuns de alta remuneração. Isso os torna mais vulneráveis a viverem manipulações e serem coisificados para os lucros do capital – seja das empresas futebolísticas, midiáticas ou das corporações, como as patrocinadoras. Porém, independentemente das incertezas e percalços do itinerário, da realização profissional, do alcance ou distância dos objetivos de carreira ou de anseio de permanência ou abandono da área, chama atenção o grau de satisfação com a profissão escolhida. Motivações como viagens, conhecimento de outras culturas, possibilidade de ascensão profissional, ganhos financeiros e formação de novos vínculos afetivos compõem o aspecto satisfatório em torno da realidade vivenciada (Figura 50).

Figura 50 - Representação da profissão para a vida

Elaboração: A autora, 2024.

Um dos aspectos citados corresponde ao fato de o esporte proporcionar conhecer ambientes e culturas distintas.

Ele leva a gente a lugares que, numa vida normal, nunca imaginaria chegar (E20).

Me propicia conhecer [...] etnias, costumes, aprender com pessoas diferentes. É bom ter esse contato (E17).

A dinâmica do esporte também condiz com a filosofia de vida pautada num estilo de vida mais saudável ou, inclusive, do ambiente em si.

Eu gosto de correr, de suar, de academia, cuidar do meu corpo (E22).

Quando a gente entra ali, esquece todos os problemas, tudo o que está mal, seja com saúde, com familiar, com problema financeiro, a gente é feliz ali dentro. A adrenalina de estar num jogo, ver a torcida, comemorar um gol, é o que me motiva cada dia mais (E9).

A satisfação também está atrelada à realização pessoal, familiar e/ou profissional.

Eu realizei os sonhos dos meus e isso pra mim é o que importa (E16).

É um desafio diário de me superar e superar as dificuldades, uma coisa que dificilmente encontraria em outro lugar (E6).

Quando a gente trabalha com o que ama, já não vê como trabalho (E7).

Realizado, pois eu sou quem sou hoje por causa do futebol (E24).

[...] é trabalhar com o que a gente gosta e isso não tem coisa melhor (E12).

Me proporcionou as maiores alegrias da minha vida, que é ver minha família feliz. Claro, é triste estar longe deles, mas quando você conquista um título, um acesso, vê seus familiares felizes pelas suas conquistas, não tem preço (E1).

A concretização do sonho perpassa diferentes etapas da vida profissional. Alguns atletas contentam-se com o itinerário percorrido. Jogar em grandes clubes do mundo ou do Brasil pode ser apenas um dos objetivos não contemplado, mas o fato de ter alcançado a profissionalização, atuado no clube infância, conquistado bens materiais, adquirido prestígio local ou angariado outra conquista já pode representar a tão buscada satisfação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futebol conquistou a capacidade de mobilizar o Brasil e se consolidou como a grande paixão em solo nacional. Mescloou-se junto a outras instâncias da sociedade – como a política –, omitiu problemas estruturais, desencadeou revoltas, propiciou alegrias coletivas, lutos comunitários, esperança de superação de dilemas sociais. O futebol mobilizou e mobiliza as massas.

Dentro desse viés, o modo como o futebol se espacializa no território relaciona-se a uma série de condicionantes, refletindo a influência de diferentes tipos de capitais, dentre os quais destaca-se o econômico, visível na análise da realidade futebolística brasileira, a qual permitiu compreender a constituição dos principais times de elevado poderio e representatividade. Isto posto, a maior parte dos clubes ficam à margem de investimento e visibilidade, repercutindo as inúmeros desigualdades espaciais.

Os grandes clubes do país situam-se em regiões historicamente privilegiadas pela injeção de capital, a atividade industrial e/ou pelas mídias. Tal fato influencia no desempenho dos times brasileiros a partir da análise das principais competições do país, possibilitando classificá-los hierarquicamente – títulos, quantitativo de torcida e prestígio estabelecido. Nota-se uma hegemonia maciça do Sudeste, centro do capital e do futebol brasileiro; seguido da região Sul; nesta análise, o Nordeste detém menor relevância e compõe uma condição semiperiférica, embora disponha de dois clubes com títulos significativos; o Centro-Oeste e o Norte compõem a periferia. Enquanto o primeiro participa recorrentemente da divisão de elite, o segundo não disputa a série A desde 2005, e ambos não detêm conquistas nacionais.

Num recorte mais específico, o futebol sergipano está longe de ocupar as principais páginas da história futebolística nordestina, ficando muito aquém de estados como Bahia, Ceará, Pernambuco e Alagoas. Aliás, juntamente com o Maranhão e o Piauí, são os estados nordestinos há mais tempo sem disputar a primeira divisão, desde 1986. Os clubes sergipanos de maior renome – Confiança e Sergipe – apresentam problemas estruturais e financeiros, repercutindo diretamente na condição atual de séries C e D, respectivamente.

O calendário ‘murcho’ e comprometido das divisões inferiores resulta em profissionais empregados temporariamente, ainda que muitos se constituam enquanto o pilar econômico da família. Contudo, os meses sem ocupação laboral tendem a representar incertezas, informalidade e busca pela sobrevivência financeira até o próximo ano, recarregando a esperança de um novo contrato e a garantia de renda fixa, ainda que por pouco tempo. Esta

realidade é antagônica ao sinônimo de sucesso, revestido da figura do herói ou do ídolo, muitas vezes criado e alimentado pela mídia para enfatizar carreiras bem-sucedidas.

O futebol transformado em mercadoria, como assinala Marx em relação à mercadoria, foi generalizada pelo capitalismo, assim como mais recentemente, o jogador. Esse modo de produção que a tudo subordina ao lucro torna o jogador um produto. A apropriação do talento, do espetáculo do drible pelo capital subjuga sujeitos, aliena-o da sua condição diferencial, aliena a destreza, a habilidade, a inteligência e a subjetividade do jogador, também transformados em valores de troca. Essas características são subjugadas ao quanto ele pode captar para as corporações que detém o seu controle. O capital não desenvolve a menor consideração pela saúde, duração ou qualidade de vida do trabalhador, apenas o necessário para que ele continue funcional aos seus interesses. O dinheiro passa a ser fim.

A apropriação do esporte pelo sociometabolismo do capital tem que ser levada em consideração porque muda as leis e a configuração do futebol, beneficiando mais a quem tem o controle dessas mudanças, os agentes do futebol. Alcançar as determinações do mercado torna-se uma exigência individual dos jovens das periferias para alçar o sonho do sucesso. Por sua vez, apenas pouquíssimos atletas chegam a esse patamar, o que nos coloca o desafio de refletir sobre esse quadro com vistas a provocar avaliações do papel do esporte, da forma como se estrutura na contemporaneidade, para o entretenimento e o bem estar de quem o realiza, seus desdobramentos na vida dos jovens brasileiros.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINO, G. **Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional**. Rio de Janeiro: Faperj/Mauad, 2002.
- ALEXANDRINO, V. A. **A mulher no jornalismo esportivo: Análise da participação feminina no telejornalismo brasileiro**. 2011. 64 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo) – Faculdade Cristo Rei, Cornélio Procópio, 2011.
- ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas**. Londres: Verso, 1983.
- AREIAS, J. H. **Uma bela jogada: 20 anos de marketing esportivo**. Rio de Janeiro: Outras Letras, 2007.
- BARROS, A. de J. P. de.; LEHFELD, N. A. de S. **Projeto de Pesquisa: Propostas Metodológicas**. Petrópolis: Vozes, 1990.
- BIRLEY, D. **Esporte e a construção da Grã-Bretanha**. Manchester: Universidade de Manchester, 1993.
- _____. **Terra do esporte e da glória: esporte e sociedade britânica, 1887-1910**. Manchester: Universidade de Manchester, 1995.
- BONIFACE, P. **Football et mondialisation**. Paris: Armand Colin, 2006.
- BRITTOS, V. C. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 31, p. 9-34, 1999.
- BROWN, J. M. **Sociologia política do esporte**. México: Fundo de Cultura Econômica, 1982.
- CAMPOS, A. G. A Copa do Mundo como megaevento esportivo: afinal do que estamos falando? uma abordagem comunicacional sobre a maior festa do futebol. In: ROCCO JÚNIOR, A. J. **Comunicação e esporte: Copa do Mundo 2014**. São Paulo: Intercom, 2014.
- CAMPOS, F. A Copa da política em um país do futebol. In: MARQUES, J. C. **A Copa das Copas? Reflexões sobre o Mundial de Futebol de 2014 no Brasil**. São Paulo: Edições Ludens, 2015.
- CARLOS, A. F. A. **O Espaço Urbano: novos escritos sobre cidade**. São Paulo: FFLCH, 2007a.
- _____. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Edição Eletrônica/LABUR, 2007b.
- _____. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

CHAUÍ, M. Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil. In: _____. **Conformismo e resistência**. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

COELHO, P. V. **Jornalismo esportivo**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

_____. **Jornalismo esportivo**. 4ª ed. São Paulo: Contexto, 2014.

CORREIA, R. L. Corporação e espaço: uma nota. **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro, v. 53, n. 1, jan/mar. 1991.

DAMATTA, R. Antropologia do Óbvio: Notas em Torno do Significado Social do Futebol Brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n. 22, jun/jul/ago. 1994.

_____. **A bola corre mais que os homens**: duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

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

DAOLIO, J. **Cultura: educação física e futebol**. 3ª ed. Editora Unicamp, 2006.

_____. As contradições do futebol brasileiro. In: CARRANO, P.C.R. **Futebol: Paixão e Política**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

DREBES, F. S. **Abertura de capital de clube de futebol**. 2009. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Mercado de Capitais) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **Futebol popular na Grã-Bretanha medieval e moderna**. Ed. Dunning, 1970.

FAVERO, P. M. **Os donos do campo e os donos da bola**: alguns aspectos da globalização do futebol. 2009. 117 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas/USP, São Paulo, 2009.

FERNANDES, C. A. **Discurso e sujeito em Michel Foucault**. São Paulo: Intermeios, 2012.

FLEURY, F. A. **Proposta do Bom Senso FC: Fair Play Financeiro e Calendário do Futebol Brasileiro**. Universidade de São Paulo. Relatório técnico, abr. 2014.

FOER, F. **Como o futebol explica o mundo**: um olhar inesperado sobre a globalização. Zahar: Rio de Janeiro, 2005.

FONTENELLE, I. A. **O nome da marca**: McDonald's, fetichismo e cultura descartável. São Paulo: Boitempo, 2002.

FRANCO JUNIOR, H. **A dança dos deuses**: futebol, cultura e sociedade. São Paulo: Companhia das letras, 2007.

GALEANO, E. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L&PM, 1995.

_____. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIULIANOTTI, R. **Sociologia do futebol**: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 2010.

GORZ, A. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

GRANOU, A. **Capitalismo e Modo de Vida**. Porto: Edições Afrontamento, 1975.

GREENFIELD, S.; OSBORN, G. De servo feudal a grande gastador: a influência da intervenção legal no estatuto dos futebolistas profissionais ingleses. **Cultura, Esporte, Sociedade**, v. 1, n. 1, p.1-23, 1998.

GRUNEAU, R.; WHITSON, D.; CANTELON, H. Métodos e mídias: estudando o debate esportivo na televisão. **Lazer e Sociedade**, v. 11, n. 2, p. 265-81, 1988.

HARGREAVES, J. Esporte e socialismo na Grã-Bretanha. **Revista Sociologia do Esporte**, n. 9, p. 131-53, 1992.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 15ª ed. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2006.

HEDAL, R.; GORDON, C. A crise no futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, 2002.

HELAL, R. **Passes e Impasses: Futebol e cultura de massa no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1997.

HILL, M. M.; HILL, A. **Investigação por questionário**. Lisboa: Edições Sílabo, 2012.

HIRATA, E. **A mercantilização do futebol e os subterrâneos da legislação esportiva brasileira (1980-2010)**. In: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, São Paulo, julho de 2011.

_____. **Clube dos 13: ícone inacabado da modernização do futebol brasileiro (1980-2012)**. EFDeportes.com, Revista Digital. Buenos Aires - Año 18 - Nº 181 - Junio de 2013.

HJARVARD, S. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 2, n. 3, jul./dez. 2015.

HOBSBAWM, E. **Globalização, democracia e terrorismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HUTCHINSON, J. **A indústria do futebol**. Glasgow: Richard Drew, 1982.

JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2002.

JESUS, A. L. do C. S. de.; FONTES, A. R.; SILVA, A. dos S.; TAVARES, M. da S. **Plano de Comunicação para o Grupo de Estudo e Pesquisa em Informática e Educação (Gepied) da Universidade Federal de Sergipe**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru - PE – 07 a 09/07/2016.

KLEIN, N. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LADEIRA, F. T. **A criminalização das torcidas organizadas de futebol**. 2009. 112 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.

LEFEBVRE, H. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991.

_____. **A produção do espaço**. 4ª ed. Paris: Éditions Anthropos, 2000. Núcleo de Geografia Urbana da UFMG. Primeira versão: início – fev. de 2006.

_____. **Espaço e política**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

LUKÁCS, G. **Para uma ontologia do ser social**. Rio de Janeiro: Boitempo Editorial, 2012.

MARCHETTI, F. **Tipos, potenciais alvos e condições de suscetibilidade para a manipulação de resultados no futebol brasileiro**. Tese (Doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Educação Física, Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano, Porto Alegre-RS, 2019. 142 f.

MARCO, I. de F. **Aspectos psicológicos importantes no futebol**. Trabalho de conclusão de curso (Licenciatura em Educação Física) – Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro. Rio Claro: 2010. 28 f.

MARTÍNÉZ, F. S. Os meios de comunicação. Brasília: In: **Ministério da Educação Medianamente! Televisão, cultura e educação**, 1999.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**, livro I, v. I. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1985.

_____. **O capital: crítica da economia política**, livro I, v. I. São Paulo: Nova Cultural, 2004.

_____. **Elementos fundamentais para a crítica da economia política**. 20ª ed. México: Siglo Veintiuno Editores, 2007.

_____. **O Capital: crítica da economia política**. 27ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

_____. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da economia política**. São Paulo: Boitempo, 2011.

MASON, T. **Associação de Futebol e Sociedade Inglesa, 1863-1915**. Brighton: Harvester, 1980.

MATIAS, B. W. As finanças da CBF. **R. bras. Ci. e Mov.** V. 28, n. 3, p. 149-170, 2020.

MATTOS, S. **Um Perfil da TV Brasileira: 40 anos de história - 1950/1990.** Salvador: A tarde, 1990.

MELO NETO, F. P. de. **Marketing Esportivo.** 4ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MÉSZÁROS, I. Para além do capital: rumo a uma teoria da transição. São Paulo: Boitempo, 2002.

MEZZAROBBA, C. O esporte como elemento para se pensar o brasil, sua formação e sua contemporaneidade. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 29, n. esp., p. 197-217, dez. 2017.

MURPHY, P.; WILLIAMS, J.; DUNNING, E. **O futebol no banco dos réus: violência dos espectadores num desporto em mudança.** Oeiras: Celta, 1994.

NOGUEIRA, O. **Pesquisa social: introdução às suas técnicas.** 4ª ed. São Paulo: Nacional, 1977.

PANZA, V. P.; COELHO, M. S. P. H.; DI PIETRO P. F.; ASSIS M. A. A. de; VASCONCELOS F. de A. G. de. Consumo alimentar de atletas: reflexões sobre recomendações nutricionais, hábitos alimentares e métodos para avaliação do gasto e consumo energéticos. **Rev. Nutr.**, Campinas, 20(6):681-692, nov./dez., 2007. p. 681-692.

PAULANI, L. M. A crise do regime de acumulação com dominância da valorização financeira da situação do Brasil. **Estudos Avançados**, v. 23, n. 66, 2009.

PAULIUKONIS, M. A. L.; MONNERAT, R. S. M. Operações discursivas na enunciação. In: LARA, G. M.; MACHADO, W. E. **Análises do discurso hoje.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

PIMENTA, C. A. M. **Torcidas organizadas de futebol, violência e auto-afirmação: aspectos da construção das novas relações sociais.** São Paulo: Vogal, 1997.

PIRES, G. **Gestão do Desporto: Desenvolvimento Organizacional.** Porto: Apogesd, 2005.

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

REGO, F. G. T. do. **Comunicação empresarial/comunicação institucional.** São Paulo: Summus Editorial, 1986.

RIBEIRO, E. A. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Evidência**, Araxá, n. 4, p. 129-148, mai. 2008.

RIBEIRO, L. C. Por uma análise social e política dos megaeventos esportivos no Brasil. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 66, n. 2, jun. 2014.

RIBEIRO, S. D. D.; PIRES, G. de L. Jornalismo esportivo e futebol em Aracaju: recortes históricos de um “casamento feliz”. In: **XIV Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte**, Porto Alegre, 2005.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica**: guia para eficiência nos estudos. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SANTOS, A. C. dos; BENTO, D. L. da S.; RESENDE, A. L. Abertura de capitais: uma análise das possibilidades dos clubes de futebol brasileiros. In: **8º Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2011.

SANTOS, C. B. dos. **A influência da mídia e do meio nos times preferidos dos sergipanos**: uma questão discursiva. 2016. 32 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Letras-Português) – Universidade Federal de Sergipe, Itabaiana-SE, 2016.

SANTOS, T. C. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas**: paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.

SANTOS, W. J. F. **Franquias em campo**: uma leitura geográfica da mercantilização do futebol. 2015. 99 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SEVCENKO, N. Futebol, metrópoles e desastros. **Revista USP**, São Paulo, n. 22, p. 30-37, jun/jul/ago, 1994.

SIGNY, D. **Uma história pictórica do futebol**. Londres: Hamlyn, 1969.

SILVA, T. A. da.; MANHÃES, F. C.; DOPP, D. A.; DAINESSES, K. da S. A importância da educação para a formação do atleta de futebol. **Conexão Acadêmica**, vol. 9, julho 2018.

STRUTT, J. **Os esportes e passatempos do povo da Inglaterra**. Bath, 1969.

TAYLOR, P.; FLINT, C. **Geografia Política**. Madrid: Trama Editorial, 2002.

TEIXEIRA, M. F. A. S. H. **Jurisprudência comunitária na Europa supranacional**: o caso Jean-Marc Bosman. 2021. 121 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Centro Universitário Internacional - UNINTER, Curitiba, 2021.

THOMAS, D. Desenvolvimentos recentes nos mercados de trabalho esportivos: agência livre e nova escravidão? **Revisão de questões políticas**, v. 2, n. 2, p. 19-28. 1996.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TIESLER, N. C.; COELHO, J. N. O futebol globalizado: uma perspectiva lusocêntrica. **Análise Social**, p. 313-343, 2006.

TOLEDO, L. H. de. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Autores Associados/Anpocs, 1996.

TRIVINÕS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2008.

VAMPLEW, W. **Pague e jogue o jogo: esporte profissional na Grã-Bretanha, 1875-1914**. Cambridge: Universidade de Cambridge, 1988.

VASCONCELOS, A. A. de. **Identidade futebolística: os torcedores “mistos” no Nordeste**. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

WAGG, S. **O mundo do futebol**. Brighton: Harvester, 1984.

WALVIN, J. **O jogo do povo**. Edimburgo: Mainstream, 1994.

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

WITTER, J. S. **Breve história do futebol brasileiro**. São Paulo: FTD, 1995.

Sites

AQUINO, M. **Com Botafogo-PB e Portuguesa próximos de se tornarem SAFs, veja clubes que já adotaram o modelo**. Globo Esporte. 09 mai 2024. <https://ge.globo.com/pb/futebol/noticia/2024/11/09/com-botafogo-pb-e-portuguesa-proximos-de-se-tornarem-safs-veja-clubes-que-ja-adotaram-modelo.ghtml>. Acesso em 14 nov. 2024.

CBF, Confederação Brasileira de Futebol. <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/index/flamengo-e-o-lider-do-ranking-nacional-de-clubes-2022-da-cbf>. Acesso em 27 mai. 2021.

_____. RNC - Ranking Nacional dos Clubes 2020. Disponível em: <http://fcf.com.br/wp-content/uploads/2019/12/Ranking-de-Clubes-CBF-2020.pdf>. Acesso em 20 ago. 2021.

_____. RNC - Ranking Nacional dos Clubes 2021. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/202103/20210301193314_149.pdf. Acesso em 20 ago. 2021.

_____. RNC - Ranking Nacional dos Clubes 2022. Disponível em: <https://www.bangu.net/estatisticas/ranking-2022.pdf>. Acesso em 10 ago. 2022.

COCETRONE, G. **O que é a SAF, modelo que virou sensação no futebol brasileiro?**. UOL, 22 fev. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/colunas/lei-em-campo/2022/02/22/o-que-e-a-saf-a-nova-paixao-dos-clubes-brasileiros.htm>. Acesso em: 30 mar. 2022.

FIFA, Federação Internacional de Futebol Associado. <https://www.fifa.com/about-fifa/associations>. Acesso em 29 set. 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Nabi ameaça expulsar da CBF os 13 grandes clubes**. Folha de São Paulo, p. 15, 15 jul. 1987a.

FOLHA DE SÃO PAULO. **CBF está quebrada: Brasileiro 87 pode ser regionalizado.** Folha de São Paulo, p.18, 08 jul. 1987b.

GLOBO. **Jovens vivem longe de casa para realizar um sonho: ser jogador de futebol.** FANTÁSTICO, 10 fev. 2019. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7370806/>. Acesso em 27 mai. 2022.

INSTITUTO DATAFOLHA. **Flamengo é time mais popular do Brasil.** Folha, 17 set. 2019. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2019/09/1988413-flamengo-e-time-mais-popular-do-brasil.shtml>. Acesso em 23 abr. 2021.

_____. **Veja as maiores torcidas por cada região do país.** <https://ge.globo.com/pe/futebol/noticia/2024/11/29/datafolha-veja-as-maiores-torcidas-por-cada-regiao-do-pais.ghtml>. Acesso em 09 nov. 2024

JORGE, T. **Análise: Fortaleza festeja G-4, vai à Liberta e é o melhor do Nordeste no atual formato da Série A.** Globo Esporte, 10 dez. 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/ce/futebol/times/fortaleza/noticia/analise-fortaleza-festeja-g-4-vai-a-liberta-e-e-o-melhor-do-nordeste-no-atual-formato-da-serie-a.ghtml>. Acesso em 17 jul. 2022.

MAUAD, N.; SENECHAL, A. **Atlético-MG e Corinthians em alta, Flamengo em baixa: veja ranking de sócios por clube.** Globo Esporte, 10 mai. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/pr/futebol/noticia/2022/05/10/atletico-mg-e-corinthians-em-alta-flamengo-em-baixa-veja-ranking-de-socios-por-clube.ghtml>. Acesso em: 13 mai. 2022.

O GOL. Disponível em: <https://www.ogol.com.br/>. Acesso em 18 ago. 2021.

_____. Disponível em: <https://www.ogol.com.br/competicao/brasileirao>. Acesso em 04 set. 2022.

_____. Disponível em: <https://www.ogol.com.br/competicao/copa-do-brasil>. Acesso em 12 ago. 2023.

R7 ESPORTES. <https://esportes.r7.com/futebol/saude-mental-ainda-e-tabu-no-futebol-e- apenas-metade-dos-clubes-da-serie-a-tem-um-psicologo-na-comissao-21092023>. Acesso em 17 dez. 2023.

SPORTS BUSINESS GROUP DA DELOITTE. *Annual Review of Football Finance*. July. 2021. 64p. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance.html>. Acesso em 18 ago. 2021.

TRANSFERMARKET. Disponível em: <https://www.transfermarkt.com.br/>. Acesso em 19 mai. 2022.

_____. Disponível em: <https://www.transfermarkt.com.br/>. Acesso em 29 jul. 2023.

APÊNDICE A - Entrevista (Atletas)

➤ Caracterização do perfil

1. *Clube atual:* _____

1.2 *Posição:* _____

2. *Faixa etária:*

() < de 18 anos () 19 a 25 anos () 26 a 32 anos () 33 a 40 anos () > 40 anos

3. *Cor ou Raça/etnia:*

() Preta () Branca () Parda
() Amarela () Indígena () N.Q. Informar

5. *Escolarização:*

() Analfabeto () Fund. Inc. () Fund. Comp. () Méd. Inc.
() Méd. Comp. () Sup. Inc. () Sup. Comp. () Pós-Grad.

5.1 *Por que não prosseguiu os estudos?*

6. *Torce para algum time?* () Sim: qual? _____ () Não () N.Q. Informar

7. *Possui ídolo no esporte?* () Sim: qual? _____ () Não

➤ Base familiar: origens, condições socioeconômicas e qualidade de vida

8. *Sua família é oriunda da zona urbana ou rural?* _____

9. *Possui irmãos?* () Sim: quantos? _____ () Não

10. *Como você analisa as condições socioeconômicas de sua família?*

() Boa () Razoável () Ruim

11. *A sua carreira como jogador profissional contribuiu para melhorar a qualidade de vida dos seus familiares?*

() Sim: como? _____

() Em partes: como? _____

() Não: por quê? _____

12. *Alguma vez o futebol causou infelicidade à sua vida familiar?*

() Sim: como: _____ () Não

➤ Fluxos migratórios

13. *Naturalidade:* _____ - _____

14. *Local de residência anterior (Município/Estado):* _____ - _____

15. *Teve formação de base?* () Sim/Clube formador: _____ () Não

16. Qual(is) clube(s) marcam seu itinerário profissional?

Clube(s)	Localização

17. Ao realizar um fluxo migratório para jogar futebol, leva os familiares junto?

() Sim: por quê? _____

() Não: por quê? _____

18. Como faz para administrar o trabalho com as responsabilidades do lar, da família e das demais relações sociais?

➤ **Rotina, jornada e condições de trabalho**

19. Como é sua jornada/rotina de trabalho? (Considerar treinos, alimentação, descanso, etc.)

20. Quais os maiores desafios e o que precisa ser feito para melhorar as condições de trabalho do jogador de futebol?

21. Seus hábitos são saudáveis? (Considerar alimentação, hábito de beber ou fumar, entre outros)

() Sim: por quê? _____

() Em partes: por quê? _____

() Não: por quê? _____

22. O que faz no tempo livre?

23. Você se aperfeiçoa e/ou atualiza na profissão?

() Sim: como? _____ () Em partes: como? _____ () Não

24. O que você pensa a respeito da carreira de atleta (considerando as coisas das quais teve que abrir mão, as dificuldades, a rotina incomum e as obrigações da profissão)?

➤ **Aspectos financeiros**

25. Qual sua remuneração mensal?

() < que 1 SM () 1 a 3 SM () 3 a 6 SM () 6 a 10 SM

() 10 a 30 SM () 30 a 100 SM () 100 a 500 SM () > 500 SM

() Não recebo salário () N.Q. Informar

26. Você considera a remuneração compensadora?

() Sim: por quê? _____

() Não: por quê? _____

27. *Você possui outra profissão paralelamente ao futebol?*

() Sim: qual: _____ () Não

28. *Alguma vez já se desfez de bens materiais para financiar sua carreira de atleta?*

() Sim: Qual(is): _____ () Não

29. *Já jogou partidas extras no futebol amador para obter uma renda complementar?*

() Sim () Não

30. *Você conseguiu acumular algum patrimônio?* () Sim: qual(is): _____ () Não

31. *Você se considera estabilizado financeiramente?*

() Sim: por quê? _____

() Em partes: por quê? _____

() Não: por quê? _____

➤ Aspectos que compõem a carreira profissional

32. *Possui empresário?* () Sim () Não

33. *Possui assessoria de comunicação?* () Sim () Não

34. *Você considera que a mídia tem/teve influência na sua escolha profissional?*

() Sim: por quê: _____

() Em partes: por quê? _____

() Não: por quê? _____

35. *Já abriu mão de algum emprego por causa do futebol?* () Sim () Não

36. *Como foi sua vida profissional durante esses anos de pandemia?*

37. *Tem/teve problemas psicológicos oriundos da carreira de atleta?*

() Sim: qual(is): _____ () Não

38. *Como você analisa a questão da manipulação de resultados no futebol?*

38.1 *A depender da necessidade financeira, seria capaz de ceder a algum tipo de manipulação?*

() Sim () Não

➤ Futebol sergipano: visões e referências

39. *Algum atleta sergipano serve de referência?* () Sim: qual: _____ () Não

40. *Como você avalia o futebol sergipano em comparação à região Nordeste e ao resto do Brasil?*

➤ **Um olhar individual sobre o futebol: significância, interesses e continuidade**

41. Desde quando surgiu o interesse em ser jogador de futebol?

42. O que significa o futebol em sua vida?

43. Se tivesse a chance de voltar no tempo, escolheria ser jogador de futebol?

() Sim () Não () Não sei

44. De que forma o futebol afeta sua qualidade de vida?

() Positiva () Negativa () Positiva e negativa

45. Discussões, desapontamentos ou frustrações fizeram com que, em algum momento, tivesse vontade de parar de jogar?

() Sim () Não

46. Você alcançou seus objetivos profissionais?

() Sim: por quê? _____

() Em partes: por quê? _____

() Não: por quê? _____

47. Você pretende continuar trabalhando na área?

() Sim () Não () Não sei

48. Você é feliz na sua profissão?

() Sim: por quê? _____

() Em partes: por quê? _____

() Não: por quê? _____

APÊNDICE B - Entrevista (Dirigentes/Clubes)

❖ *Caracterização Geral do Perfil e Condições de Trabalho*

Entrevistado: _____

Formação: _____

1. Clube: _____

2. Cargo: _____

3. Tempo no cargo: _____

4. Qual sua jornada de trabalho?

5. Quais suas funções de trabalho?

6. Quais as maiores dificuldades encontradas na profissão?

7. Qual sua remuneração mensal?

() Até 1 SM

() 1 a 3 SM

() 3 a 6 SM

() Maior que 6 SM

() Não recebo salário

() N.Q. Informar

8. Você considera a remuneração compensadora?

() Sim: Por quê? _____

() Não: Por quê? _____

❖ *Caracterizando o Clube*

9. Qual a situação financeira atual do clube?

10. Qual a receita anual do clube?

Qual a receita oriunda:

10.1 Da venda de atletas; _____

10.2 De cotas de TV; _____

10.3 De patrocinadores; _____

10.4 De bilheteria; _____

10.5 De sócio-torcedores; _____

10.6 De outras fontes de recursos; (especificar quais) _____

11. Qual o número de torcedores associados?

12. O clube possui franquias esportivas? (se sim, especificar quantidade e localização)

13. Qual o valor de mercado do clube hoje?

14. Qual a situação econômica do clube? A realidade é de superávit ou de déficit? (Valor aproximado).

15. *Como está disposta a estrutura física do clube? (Especificar o que possui)*
16. *Qual a representatividade do seu clube dentro do futebol sergipano? (Considerar receita, divisão, títulos, torcida, relevância regional, entre outros aspectos)*
17. *Qual o calendário esportivo do clube?*
18. *Qual o tamanho do elenco?*
19. *Qual a folha salarial mensal do clube?*
20. *Qual a programação semanal do clube (Treinos, academia, recuperação física, alimentação)?*
21. *Qual(is) o(os) projeto(s) do clube a médio e longo prazos?*
22. *Como estão dispostos os recursos humanos do clube? (Cargos e quantidades)*
23. *O clube tem pretensão de se tornar uma SAF?*
() Sim: Por quê? _____
() Não: Por quê? _____
24. *Quais os grandes investidores do clube?*

❖ Visão e Perspectiva Geral

25. *O que significa o futebol em sua vida?*
26. *Como você avalia a quadra atual do futebol sergipano?*
27. *O que precisa ser feito para melhorar as condições de trabalho em SE?*
28. *Como você avalia o futebol sergipano em comparação à região Nordeste e ao resto do Brasil?*
NE: _____
BR: _____

APÊNDICE C - Entrevista (Profissionais das lojas oficiais)

- 1. Qual a relação entre a loja e o clube?*
- 2. A loja possui quantas unidades? É o mesmo sistema de funcionamento para todas?*
- 3. Qual a empresa/fornecedora responsável por fabricar os produtos?*
- 4. Qual o período estipulado para a concessão do licenciamento e uso da marca?*
- 5. Tem a pretensão de abrir nova(s) loja(s)?*
- 6. Caso opte pelo fim da parceria, a quebra de contrato é livre?*
- 7. Como foi o andamento do negócio durante o período pandêmico?*

APÊNDICE D - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

Eu, Andréia Reis Fontes, aluna do curso de Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Geografia – PPGeo, da Universidade Federal de Sergipe, estou realizando pesquisa, com observação *in loco* e aplicação de entrevista como instrumentos essenciais para a conclusão da presente pesquisa de Doutorado.

O estudo tem como objetivo geral compreender o fenômeno futebol enquanto mercadoria (re)produzida e ampliada pelo capital sob a ótica de uma espacialização que reflete as diferenças regionais, dando ênfase à realidade sergipana.

Como requisito para a conclusão dos trabalhos de tese, solicito por meio deste termo, a participação voluntária de atletas sergipanos e dirigentes de clubes de futebol, para fins de pesquisa acadêmica.

De tal forma, necessito que Vossa Senhoria responda a um roteiro de entrevista em que os resultados serão divulgados em meio científico, com garantia da manutenção da fonte consultada. Ainda, é relevante ressaltar que o entrevistado tem o direito de abandonar a sua participação no momento que assim o desejar.

São Cristóvão/SE, ____/____/ de 2023.

Andréia Reis Fontes
(Pesquisadora)

Declaro que as condições acima descritas foram lidas e explicadas a mim pela pesquisadora. Sendo assim, concordo com a minha participação voluntária na pesquisa, dentro dos termos descritos. Autorizo a utilização das informações acima mencionadas na Tese de Doutorado de Andréia Reis Fontes, doutoranda do PPGeo/UFS.

São Cristóvão/SE, ____/____/ de 2023.

Assinatura do Participante

APÊNDICE E - Termo de autorização de acesso

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE ACESSO

Eu, **Andréia Reis Fontes**, portadora do RG 03419546-7 SSP/SE, CPF 046.589.665-06, aluna do curso de Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe, matrícula nº 202011007415, estou realizando pesquisa, com observação in loco e aplicação de entrevista como instrumentos essenciais para a conclusão da presente tese de doutoramento.

A tese intitulada **“O FUTEBOL NA FORMA MERCADORIA: ESPACIALIDADE E DESIGUALDADE EM CAMPO”**, sob a orientação da professora Dra. Josefa de Lisboa Santos, tem como objetivo geral compreender o fenômeno futebol enquanto mercadoria (re)produzida e ampliada pelo capital sob a ótica de uma espacialização que reflete as diferenças regionais, dando ênfase à realidade sergipana. Além disso, buscou contextualizar e historicizar a prática futebolística como mercadoria no tempo e no espaço nas diferentes escalas; debater a natureza política das instituições, conglomerados e agentes que movimentam o universo do futebol; caracterizar a realidade estrutural e econômica dos principais clubes de futebol, inclusive do estado de Sergipe; e por fim, investigar as questões que envolvem a mobilidade, as relações interpessoais e profissionais do jogador de futebol sergipano.

No campo empírico, a viabilidade da pesquisa abrange a realidade sergipana como foco de estudo, com ênfase nos times de futebol Associação Desportiva Confiança (ADC) e Club Sportivo Sergipe (CSS), equipes do estado listadas no ranqueamento da CBF, com melhor performance nos anos da pesquisa – 2020/2023. Além dos clubes, compreende atletas e dirigentes, que juntos moldam e constroem o futebol sergipano.

Como requisito para a conclusão dos trabalhos de tese, solicito por meio deste termo, a autorização do espaço e estrutura do clube e a participação voluntária de dirigentes e atletas, para fins de pesquisa acadêmica.

São Cristóvão/SE, maio de 2023.

Respeitosamente,

Andréia Reis Fontes
(Pesquisadora)

JOSEFA DE LISBOA SANTOS:46564853572
Assinado de forma digital por JOSEFA DE LISBOA SANTOS:46564853572
Dados: 2021.10.04 13:05:26 -03'00'

Orientadora