

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

VITOR GOMES

JOGANDO NA RETRANCA:
a racionalidade neoliberal nos discursos e práticas do futebol-negócio brasileiro

São Carlos - SP
2025

VITOR GOMES

**JOGANDO NA RETRANCA:
a racionalidade neoliberal nos discursos e práticas do futebol-negócio brasileiro**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Sociologia do Centro de Educação e Ciências
Humanas da Universidade Federal de São Carlos
como parte dos requisitos para a obtenção do título
de Doutor em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Fábio José Bechara Sanchez

São Carlos - SP

2025



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Sociologia

Folha de Aprovação

Defesa de Tese de Doutorado do candidato Vítor Gomes, realizada em 26/08/2025.

Comissão Julgadora:

Prof. Dr. Fábio José Bechara Sanchez (UFSCar)

Profa. Dra. Jacqueline Sinhoretto (UFSCar)

Profa. Dra. Cibele Saliba Rizek (USP)

Prof. Dr. Arlei Sander Damo (UFRGS)

Prof. Dr. Francisco Xavier Freire Rodrigues (UFERSA)

O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia.

AGRADECIMENTOS

É clichê, mas também é verdade: não fosse a participação das pessoas citadas abaixo, esta pesquisa jamais existiria. Passei a metade final do doutorado desejando desistir, o que só não aconteceu por conta delas e deles. Por isso, agradeço.

À minha família por acreditar quando eu já não acredito e por enxergar mais em mim do que sou capaz.

Às amigas de São José, em especial André, Diogo e Marcelo, por ainda fazerem questão da minha presença após tantas negativas e sumiços.

Às amigas de Goiânia, Fernanda, Hugo, Jordanna e Mychelle, por tanto carinho e companheirismo mesmo à distância.

Às amigas de São Paulo, Daniel, Denis, Doc, Pedrão, Siddiq, Revih e Volas, por horas e horas de conversas sobre qualquer coisa que tanto me ajudaram nestes últimos anos.

À Diana, pela escuta e suporte em momentos difíceis. À Filó, a melhor companhia canina que um doutorando poderia ter, fonte inesgotável de carinho e risadas.

Às bancas de qualificação e defesa pelas observações críticas que tanto colaboraram com esta pesquisa, em especial à professora Cibele Rizek, pela leitura atenta e generosa.

Ao Fábio, meu orientador, que conduziu este processo com a paciência e a compreensão que tanto precisei nos momentos em que a vontade era jogar tudo para o alto.

À CAPES, pelo financiamento.

RESUMO

Em um contexto de contínua adequação do futebol aos modos empresariais de gestão, o neoliberalismo, interpretado como uma racionalidade, visa produzir uma nova cultura futebolística. Esta pesquisa teve como objetivo compreender como os discursos e as práticas deste futebol-negócio têm sido produzidos, reproduzidos e elaborados por diferentes grupos de agentes do futebol brasileiro. Para cumprir este objetivo, a pesquisa realizou análises documentais de variadas fontes, produzidas direta e indiretamente por agências de investimentos voltadas à análise esportiva, imprensa especializada, dirigentes de clubes e setores das torcidas no Brasil. Observou-se como a racionalidade neoliberal causou impactos sobre diferentes aspectos do futebol brasileiro. Em seu nível discursivo, a linguagem empresarial nota-se fartamente reproduzida de forma acrítica, em especial entre jornalistas esportivos e dirigentes de clubes, mas também entre setores das torcidas. Em um nível organizacional, o advento das SAF concretizou a solução neoliberal para a crise dos clubes associativos, estabelecendo-se como modelo de negócio e gestão a ser copiado. Constatou-se, ainda, que novas subjetividades torcedoras vêm sendo moldadas com o objetivo de produzir um sujeito torcedor-consumidor adaptado a esta nova cultura futebolística. Conclui-se que, com o foco na supressão da política, percebida como a atividade capaz de produzir tensões a uma ordem estabelecida, o neoliberalismo conseguiu se estabelecer, até este momento, como a ordem hegemônica no campo futebolístico.

Palavras-chave: futebol-negócio; racionalidade neoliberal; política.

ABSTRACT

In a context of continuous adaptation of football to business modes of management, neoliberalism, interpreted as a rationality, aims to produce a new football culture. This research aimed to understand how the discourses and practices of this football-business have been produced, reproduced and elaborated by different groups of agents of Brazilian football. To fulfill this objective, the research carried out documentary analysis from various sources, produced directly and indirectly by investment agencies focused on sports analysis, specialized press, club leaders and fan sectors in Brazil. It was observed how neoliberal rationality had an impact on different aspects of Brazilian football. At its discursive level, the business language is widely reproduced in an uncritical way, especially among sports journalists and club leaders, but also among sectors of the fans. On an organizational level, the advent of the SAF materialized the neoliberal solution to the crisis of the associative clubs, establishing itself as a business and management model to be copied. It was also found that new fan subjectivities have been molded with the objective of producing a fan-consumer subject adapted to this new football culture. It is concluded that, with the focus on the suppression of politics, perceived as the activity capable of producing tensions to an established order, neoliberalism has managed to establish itself, until this moment, as the hegemonic order in the football field.

Keywords: football-business; neoliberal rationality; politics.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 O futebol como campo de reflexão do tempo presente: neoliberalismo e política.....	9
1.2 Procedimentos metodológicos e estrutura do trabalho	13
 PARTE I: DISCURSOS E AGENTES DO FUTEBOL-NEGÓCIO	
 2 BREVE HISTÓRIA DO FUTEBOL BRASILEIRO: DO ASSOCIATIVISMO À HEGEMONIA NEOLIBERAL.....	 15
2.1 Caminhos da difusão futebolística no Brasil.....	15
2.2 Popularização e profissionalização do futebol no Brasil (1930-1980).....	21
2.3 Neoliberalismo e futebol: primeiras conexões.....	28
2.4 Experiências de empresarização e a neoliberalização do futebol brasileiro a partir dos anos 1990.....	32
 3 NA BARRIGA DO MONSTRO: FINANCEIRIZAÇÃO, GESTÃO E A FORMAÇÃO DO DISCURSO NEOLIBERAL A PARTIR DO MERCADO	 39
3.1 Quando o mercado entra em campo	40
3.1.1 Itaú BBA: do pioneirismo ao fim.....	40
3.1.2 Convocados: a nova casa.....	43
3.1.3 Ernst & Young: outras possibilidades de intervenção	48
3.2 As SAF e o problema da política	51
3.3 O mito da irracionalidade torcedora e a frieza empresarial	55
 4 A IMPRENSA ESPORTIVA E O FUTEBOL-NEGÓCIO COMO ÚNICO FUTURO	 62
4.1 O lugar da imprensa no futebol	63
4.2 As arenas esportivas pelo olhar jornalístico: novos espaços, novos sujeitos?	66
4.3 A imprensa esportiva e as SAF.....	77
4.4 Jornalismo x Entretenimento e a política no futebol	89
 PARTE II: SOCIEDADES ANÔNIMAS DO FUTEBOL E O NEOLIBERALISMO ENTRE CLUBES E TORCIDAS	
 5 O DISCURSO E A PRÁTICA: OS CLUBES DE FUTEBOL E AS SAF NO BRASIL	96
5.1 Novas SAF, a promessa de futuro e o “Não há alternativa”	96

5.1.1 A pressa cruzeirense.....	97
5.1.2 O Botafogo e a chegada do capital internacional.....	100
5.1.3 O Vasco da Gama e o primeiro fiasco.....	103
5.1.4 O Bahia e o City Football Group	105
5.1.5 O Atlético Mineiro e sua saída “caseira”	110
5.2 Palmeiras e Flamengo: gestão empresarial sem empresa	112
 6 A CHEGADA DAS SAF E AS PERCEPÇÕES TORCEDORAS	 116
6.1 Cruzeiro Esporte Clube	117
6.2 Botafogo de Futebol e Regatas	127
6.3 Clube de Regatas Vasco da Gama	136
6.4 Esporte Clube Bahia.....	141
6.5 Clube Atlético Mineiro	145
 PARTE III: NOVAS SUBJETIVIDADES E FORMAS DE TORCER	
 7 OS SUJEITOS TORCEDORES-CONSUMIDORES	 151
7.1 Sócios-torcedores, <i>fan token</i> e ferramentas de clientelização torcedora	151
7.2 As arenas e a busca pelo cliente.....	159
7.3 Sintomas da profissionalização do torcer	165
 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS: HAVIA ALTERNATIVA?.....	 171
 REFERÊNCIAS	 176

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa surge como um desdobramento de reflexões realizadas a partir de minha dissertação de mestrado (Gomes, 2020). Orientado pela noção bourdieusiana de campo, me interessava o surgimento de coletivos torcedores que apresentavam uma forma de torcer politizada, entre grupos antifascistas e LGBTQIAPN+.

A pesquisa, naquele momento, se desenrolou no sentido de buscar verificar como se dava a hierarquia interna do campo¹ futebolístico e o que estes novos agrupamentos adicionavam a esta dinâmica, com formas específicas de organização e manifestação de seus pertencimentos clubísticos conectados às mais diferentes reivindicações político-sociais. Se estas formas de torcer ainda podem ser encaradas como novidades atualmente, esta sensação era ainda mais presente há alguns anos. Como esperado, os coletivos ainda não conseguiam se estabelecer como atores capazes de alterar o cenário geral do futebol-negócio brasileiro, em geral pouco afeito à participação ativa das torcidas. Ainda que alguns avanços tenham sido observados neste intervalo de tempo, naquele momento até mesmo a presença física dos coletivos nos estádios de futebol no Brasil parecia uma possibilidade muito distante, em especial para aqueles grupos que colocavam em xeque a masculinidade heteronormativa tão característica na experiência torcedora brasileira. Minha hipótese era a de que, apesar de uma resistência bem-sucedida ao que o futebol contemporâneo apresentava como normalidade, não havia necessariamente a construção de um projeto alternativo ou uma proposta de transformação para o futebol, o que enfraqueceria a atuação destes coletivos.

Diante esta constatação, passou a me inquietar a força desta racionalidade que organiza o futebol hoje, mostrando-se capaz de inibir ou bloquear alternativas que a confrontem. Era, de certa forma, o entendimento de que seria necessário dar um passo atrás em relação à pesquisa anterior, no sentido de investigar de forma mais abrangente o campo de disputa em si. Ou, dito de outra maneira, conhecer melhor as regras do jogo. Assim, o que orientou a trajetória desta nova pesquisa foi compreender como os discursos e as práticas próprias do futebol-negócio, influenciados por pressupostos neoliberais, têm sido produzidos, reproduzidos e elaborados por diferentes grupos de agentes que compõem o futebol brasileiro.

¹ É importante notar que, na sequência desta tese, diferentemente da pesquisa realizada em meu mestrado, não mais utilizo a noção bourdieusiana de campo. Farei referência ao “campo futebolístico” em sua acepção mais abrangente e generalizada, apenas de maneira a indicar o espaço social em que as relações futebolísticas ocorrem, sem a pretensão de observar as especificidades da teoria de Pierre Bourdieu.

Em primeiro lugar, é justo indicar algum tipo de recorte em termos do objeto de pesquisa em questão. Mais do que um passo inicial básico em um projeto, este esforço se dá por uma imposição do próprio campo temático: não é suficiente anunciar que este trabalho se trata simplesmente de futebol, dada a existência de múltiplos futebolis no Brasil e da própria popularidade da prática em nosso país, pressupondo significados diversos para o mesmo termo. É preciso estabelecer que meu interesse recai especificamente sobre o que se conhece como futebol-negócio. Me refiro ao futebol transmitido em redes nacionais de televisão aos domingos e quartas-feiras, que engloba orçamentos estratosféricos, jogadores-celebridades e massiva atenção torcedora. Isto significa considerar o futebol como uma indústria, já marcada por intensos processos de especialização e na produção de uma mercadoria cultural.

Apesar de não os ignorar, o futebol amador ou de várzea e o futebol praticado por mulheres são objetos que demandariam uma abordagem por si só, provavelmente orientada por referenciais teóricos complementares aos que mobilizei, de forma que não é possível dar conta de tudo de uma vez. O âmbito desta pesquisa se limita, portanto, ao campo do futebol masculino profissional de elite no Brasil.

Entre a investigação do dito e do não dito, bem como das práticas orientadas por eles, o objetivo é o de investigar como esta racionalidade neoliberal aplicada ao futebol profissional tem se estruturado no Brasil a partir dos seguintes grupos de agentes que compõem o chamado campo futebolístico: instituições e consultoras financeiras, como representantes específicas do mercado; a imprensa esportiva especializada no futebol; os clubes de futebol; e, por fim, as torcidas.

Ainda em um sentido metodológico, nunca é demais reafirmar que o futebol não se produz em um vácuo histórico-social. Isto significa que o futebol não se entende por si próprio, sendo imperativo compreendê-lo a partir de um determinado contexto. Se o neoliberalismo e sua racionalidade foram capazes de se infiltrar em nossas relações sociais mais íntimas, seria surpreendente que o futebol existisse como uma ilha alheia aos seus efeitos.

Disto não se conclui que estruturas macroeconômicas ou racionalidades hegemônicas simplesmente se aplicam ao futebol de maneira automática. A identificação e observação do neoliberalismo no futebol precisa ser construída, não apenas tomada como um dado.

Neste sentido, Sam Dubal (2010) afirma que

Ao examinar as reações dos fãs de futebol à implementação da governança orientada pelo mercado, torna-se claro que a "neoliberalização", como a globalização, não homogeneiza o mundo em uma sociedade neoliberal singular, nem os "fluxos" neoliberais atravessam livremente as fronteiras nacionais. Em vez disso, os princípios governantes neoliberais são incluídos e excluídos, abraçados e negociados em todos os contextos locais, originando-

se através de atores específicos e tomando forma através de diferentes mecanismos. É dentro dessa negociação, ou atrito, que uma cultura do neoliberalismo se desenvolve. (Dubal, 2010, p. 124, tradução minha)

O que proponho é que esta etapa da mercantilização do futebol seja interpretada criticamente a partir dos estudos acerca do neoliberalismo, em especial no que diz respeito à produção de novas subjetividades calcadas na racionalidade neoliberal. Assim, será possível compreender como esta racionalidade atua no sentido de estruturar um campo de funcionamento “normal” do futebol brasileiro, definindo as possibilidades de participação de cada um de seus agentes.

1.1 O futebol como campo de reflexão do tempo presente: neoliberalismo e política²

Há muito que o futebol ocupa lugar relevante no imaginário social brasileiro. Seus impactos escapam ao campo esportivo, constituindo-se em fenômeno cultural, político e social de massa em nosso país³. De tal forma, seu estudo é capaz de nos dizer algo sobre o tempo em que vivemos e, complementarmente, a compreensão sobre este espírito do tempo possibilita pensar o futebol contemporâneo.

Desde sua “chegada”, na passagem entre os séculos XIX e XX, este esporte já ultrapassou as mais diferentes fases: foi abraçado pelas elites locais em seu caráter amador, se popularizou entre as camadas sociais mais pobres, se profissionalizou e, enfim, se tornou um negócio. Nesta trajetória, seus valores se transformaram, os grupos sociais que o compõe mudaram e os sujeitos responsáveis por sua existência também se orientaram por diferentes ideias.

Partido de tal premissa, o neoliberalismo será encarado aqui como fenômeno que ultrapassa os limites da economia, constituindo-se em uma racionalidade capaz de se infiltrar na subjetividade cotidiana, capaz de organizar a vida, os afetos e os desejos dos sujeitos de nosso tempo. O desafio será o de compreender como a racionalidade neoliberal tem se manifestado nas mais diferentes dimensões do futebol no Brasil, ou seja, o foco não estará somente nas transformações institucionais e jurídico-legais ocorridas nos últimos anos, mas em especial nos discursos que sustentam tais mudanças e em como estes discursos são recebidos e elaborados pelos diferentes grupos sociais que fazem o futebol existir.

² Sugiro que este breve tópico seja lido de forma a estabelecer alguns parâmetros teóricos para as discussões que se seguem, considerando as múltiplas interpretações possíveis para temas como neoliberalismo e política.

³ É possível citar obras clássicas que abriram as portas das análises neste sentido, como DaMatta et al. (1982), Antunes (1992) e Wisnik (2008).

Mais recentemente, a promulgação da Lei nº 14.193/2021, que apresenta a Sociedade Anônima do Futebol (SAF) como novo modelo de empresarização para os clubes, é um marco simbólico importante do momento em que vivemos. Por outro lado, não podemos nos enganar: as SAF não inauguram a neoliberalização e muito menos a mercantilização do futebol; é, de certa forma, a declaração de vitória da hegemonia neoliberal neste esporte, apresentando-se como a formalização legal daquilo que a racionalidade neoliberal aponta para o horizonte futebolístico.

Ao longo desta tese, será possível notar como os diferentes agentes que integram o futebol brasileiro contribuíram para este processo, desde a adesão empolgada às tímidas críticas. O estudo deste processo também permitirá notar quais as possibilidades da política em um ambiente mercantilizado, em especial a partir do mantra neoliberal de que “*não há alternativa*”.

Contudo, antes de mergulhar na discussão sobre a dinâmica entre futebol e neoliberalismo, sugiro começar pela questão: o que há de novo no neoliberalismo?

Em primeiro lugar, o neoliberalismo apresenta uma cisão radical em relação ao entendimento em torno da própria existência do mercado. Sabe-se que a essência do *laissez-faire* indica o caráter já dado e natural do mercado, em que qualquer tipo de intervenção estatal seria prejudicial ao seu funcionamento. Esta percepção é negada pelo neoliberalismo, que compreende o mercado como algo a ser constituído e “alimentado” com um tipo de intervenção estatal própria a esta nova ordem, ou seja, tendo a ação estatal não só como uma possibilidade, mas uma necessidade (Dardot; Laval, 2016).

De acordo com Casara,

O neoliberalismo, então, passou a se distanciar da tese do *laissez-faire*. Diante dos efeitos danosos produzidos pela inércia do Estado, a ideia de uma radical oposição às políticas intervencionistas passou a figurar no plano imaginário como uma negatividade. Também ganhou corpo, durante as discussões que fundaram as bases do modelo neoliberal, a tese de que o próprio regime liberal e a vida econômica eram construções que nasciam e se desenvolviam a partir de um quadro legal e, portanto, do intervencionismo do Estado. Passou-se, portanto, a negar a espontaneidade do mercado. (Casara, 2021, p. 110-111, grifo do autor)

Esta percepção, elaborada pelos chamados “pais fundadores” do neoliberalismo, pode parecer contraintuitiva até mesmo em nossos dias, se considerarmos que “neoliberalismo” é utilizado quase como um sinônimo de “menos Estado”. Não se trata, porém, de mais ou menos Estado, mas da elaboração de uma intervenção neoliberal do Estado. O valor da interferência não é quantitativo, mas qualitativo.

Em segundo lugar, se o liberalismo clássico apostava no elemento da troca como o principal alicerce de uma ordem mercantil, é a concorrência que assume este papel no

neoliberalismo (Dardot; Laval, 2016). Neste sentido, a intervenção estatal desejável e positiva passa a ser aquela que cria as melhores condições possíveis para que a concorrência entre agentes econômicos possa ocorrer. O Estado sai do seu papel de vigília e passa a agir, garantindo que as regras estabelecidas sejam respeitadas pelos agentes em questão. A concorrência é a essência desta nova forma de organização.

Em terceiro lugar, o próprio Estado passa a ser gerido de acordo com a forma empresarial. Ou seja, o Estado passa a jogar o jogo a partir das mesmas regras obedecidas pelo mercado. Não é por acaso que figuras da política partidária, inclusive no Brasil, passaram a assumir a alcunha de *gestores*, por exemplo, assumindo o léxico próprio do ambiente empresarial. Dardot e Laval, referindo-se a esta forma assumida pelo Estado, apontam que

[...] toda forma de autoisenção ou autodispensa de sua parte apenas o desqualificaria em seu papel de guardião inflexível dessas mesmas regras. [...] O Estado é obrigado a ver a si mesmo como uma empresa, tanto em seu funcionamento interno como em sua relação com os outros Estados. Assim, o Estado, ao qual compete construir o mercado, tem ao mesmo tempo de construir-se de acordo com as normas do mercado. (Dardot; Laval, 2016, p. 378)

Em último lugar, esta mesma razão empresarial se expande para muito além dos limites do Estado e do mercado, atingindo os indivíduos. É neste momento, sem ignorar a participação estatal e mercantil na criação das condições para que este movimento ocorra, que os sujeitos passam a assumir a condição de empreendedores, tornando-se empresas e empresários-de-si-mesmos. Possuindo um capital próprio e assumindo para si a mesma forma empresarial de conduta, as próprias relações pessoais mais básicas – entre família, amigos e amorosas – passam a ser orientadas pela razão empresarial.

A escolha por interpretar o neoliberalismo como racionalidade implica em algumas consequências. Em primeiro lugar, a própria noção de racionalidade precisa ficar explícita, e adoto aqui a proposta de Rubens Casara (2021), que considera que

A racionalidade, portanto, está ligada a uma espécie de **programação** para o funcionamento da sociedade que é positiva e, ao mesmo tempo, potencialmente negativa, composta de verdades e também de mentiras. E essa programação leva tanto a um imaginário, a um conjunto de imagens partilhadas, quanto a uma normatividade, um conjunto de mandamentos de conduta. (Casara, 2021, p. 35, grifo do autor)

Nossa percepção em torno da realidade passa por uma espécie de filtro moldado por uma racionalidade, seja ela qual for. Como resultado, a experiência ao entrar em contato com o mundo sensível nunca ocorre inocentemente ou sem algum tipo de percepção previamente estabelecida.

Em segundo lugar, e como consequência direta desta definição, a racionalidade em questão pressupõe a produção de um tipo de subjetividade e um tipo de sujeito. Neste caso, o sujeito neoliberal.

A este novo sujeito impõe-se a expectativa de que assuma a forma concorrencial em sua conduta profissional e pessoal, que adote as práticas que antes eram vistas como qualidade apenas das empresas, que busque incessantemente maximizar seus resultados, assumindo os riscos necessários e, porventura, assumindo também a responsabilidade por seus fracassos. O que se configura não é só uma nova forma de governo dos indivíduos de fora para dentro, ou seja, de uma ordem exterior que é imposta àqueles que integram a sociedade, mas uma forma de autogoverno, em que as normas e discursos a serem cumpridos e reproduzidos sequer precisam de uma ordem expressa, já estando incorporados em nossa maneira de compreender e agir no mundo.

A racionalidade neoliberal pressupõe, portanto, um imaginário próprio, um conjunto de práticas, ideias e discursos que circulam ininterruptamente, alimentando a subjetividade de cada um de nós e estabelecendo parâmetros de ação para que se alcance os objetivos. O sujeito torna-se o

Especialista em si mesmo, empregador de si mesmo, inventor de si mesmo, empreendedor de si mesmo: a racionalidade neoliberal impele o eu a agir sobre si mesmo para fortalecer-se e, assim, sobreviver na competição. Todas as suas atividades devem assemelhar-se a uma produção, a um investimento, a um cálculo de custos. (Dardot: Laval, 2016, p. 330-331)

Talvez o principal artifício neoliberal, que sustenta sua racionalidade, seja a capacidade de convencimento em torno desta potência individual para a resolução de quaisquer obstáculos. Ou seja, o conflito nunca é coletivo ou fruto de uma estrutura social. O sujeito autodeterminado, a empresa-de-si, deve contar apenas com suas capacidades individuais de superação destes obstáculos, sem esperar colaboração coletiva ou provinda de instituições, como o Estado.

A negação dos aspectos coletivos e sociais é ponto central do neoliberalismo na interpretação de Wendy Brown (2019). A concorrência entre indivíduos deve ocorrer a partir de regras bem definidas – e aqui está o papel do Estado ao regular a concorrência –, mas jamais a partir de uma direção pré-determinada ou de qualquer auxílio no processo. É neste sentido que qualquer noção de igualdade coletiva ou de justiça social passa a ser nociva ao funcionamento neoliberal idealizado e, portanto, deve ser repudiada.

Se levarmos em consideração o conceito de política para Jacques Rancière (2018)⁴ — que a considera como a prática de reconfigurar a ordem coletiva a partir do conflito — o que está em jogo a partir da racionalidade neoliberal é a diminuição do horizonte e do campo de ação da política. Se não há sociedade, se há apenas indivíduos, a orientação, a imaginação e os projetos políticos se reduzem apenas a esses espaços de curtíssimo alcance. Não há sentido em vislumbrar transformações coletivas e o campo de conflito se configura a partir de relações individuais e regras definidas rigidamente. Como consequência, é a própria existência da política que está em xeque.

É deste cenário árido imposto pelo neoliberalismo como racionalidade que parto para investigar suas conexões com o futebol brasileiro contemporâneo.

1.2 Procedimentos metodológicos e estrutura do trabalho

Do ponto de vista do material empírico, esta pesquisa se baseou em fontes documentais de variadas formas. As instituições financeiras, que foram alvo de análise no segundo capítulo, publicam relatórios anuais acerca da situação econômica do futebol brasileiro, oferecendo um acesso direto às suas perspectivas diante do futebol. Além disso, os posicionamentos de seus representantes também foram encontrados em entrevistas para as mídias especializadas (tanto em futebol quanto em economia/investimentos) e em textos de *blogs*.

Em relação à imprensa esportiva, realizei a assinatura dos jornais Folha de São Paulo, Estado de São Paulo e O Globo para verificar suas reportagens e textos de opinião publicados em torno dos temas de interesse desta pesquisa. Ainda foi possível, através de seus sites, investigar reportagens e textos mais recentes em relação aos mesmos temas.

Entrevistas concedidas aos mais diversos meios de comunicação por dirigentes esportivos também serviram como importante fonte, agora de caráter mais voltado às instituições próprias do futebol. A oferta deste tipo de material é farta no Brasil, considerando a popularidade do futebol e a posição de destaque ocupada pelos dirigentes em questão. Dados acerca de programas de sócios-torcedores, arenas esportivas e notas oficiais também foram utilizados neste sentido.

Já em relação às torcidas, foi possível encontrar material produzido pela própria imprensa esportiva na cobertura cotidiana dos clubes, em especial em relação aos protestos

⁴ De acordo com o autor, a política é [...] aquela atividade que rompe a configuração do sensível em que as “partes” e as partes ou sua ausência são definidas com base em um pressuposto que, por definição, não tem lugar: a de uma parte dos que não têm parte. [...] A atividade política é a que desloca um corpo do lugar que lhe era designado ou muda a destinação de um lugar; ela faz ver o que não cabia ser visto, faz ouvir um discurso ali onde o que só era ouvido como ruído (Rancière, 2018, p. 43).

realizados pelos diferentes grupos torcedores. Não menos importantes foram as publicações em redes sociais destes agrupamentos, permitindo um acesso mais direto a seus posicionamentos em relação aos temas desta pesquisa.

Para dar conta dos desafios propostos, este trabalho está estruturado em três partes, subdivididas em seis capítulos. O primeiro deles é dedicado a uma breve recapitulação histórica sobre o desenvolvimento do futebol no Brasil, desde sua introdução como ferramenta de distinção das elites, seguida de seus processos de popularização e profissionalização. O capítulo ainda trata das primeiras aproximações entre a lógica neoliberal e o futebol em nível internacional e em como estas ideias reverberaram nas estruturas do futebol brasileiro.

O segundo capítulo inicia a análise sobre o discurso neoliberal e empresarial a partir de documentos produzidos por agências de investimentos e bancos. Será possível notar a estrutura geral do discurso adaptado ao futebol, seus princípios e como a política é percebida neste contexto.

O terceiro capítulo se volta para a imprensa esportiva especializada no Brasil e em como se deu a cobertura das novidades trazidas por este novo momento no futebol brasileiro. Foram analisadas notícias e reportagens de diferentes jornais de grande circulação no país, além de colunas de opinião publicadas nestes jornais e na internet.

Já o quarto capítulo, inaugurando a segunda parte do trabalho, se volta para um cenário mais prático, ou seja, aborda como os clubes de futebol (e seus dirigentes) têm não só reproduzido este discurso frente às torcidas, mas também transformado ideias em realidade, como no caso das arenas esportivas e das SAF.

O quinto capítulo inaugura o foco voltado para as torcidas: tem o objetivo de observar como as torcidas de futebol receberam as transformações de suas agremiações em empresas através do modelo SAF e de seus tradicionais estádios em arenas esportivas.

O sexto, e último capítulo, integrante da parte final deste trabalho, tem como objetivo discutir como novas subjetividades torcedoras estão sendo moldadas a partir dos discursos e práticas empresariais e neoliberais colocadas em ação, tanto a partir dos clubes quanto das próprias torcidas em questão.

PARTE I: DISCURSOS E AGENTES DO FUTEBOL-NEGÓCIO

2 BREVE HISTÓRIA DO FUTEBOL BRASILEIRO: DO ASSOCIATIVISMO À HEGEMONIA NEOLIBERAL

Para chegar ao futebol-negócio, é necessário situá-lo historicamente, mostrando que, até se configurar no contexto da hegemonia neoliberal, o futebol brasileiro experimentou diferentes contextos e fases. Sendo assim, ainda que de maneira abreviada, percorreremos seus momentos-chave: de sua imediata apropriação pelas elites econômicas locais à popularização; de seu caráter amador aos primeiros passos de sua profissionalização; até chegar, finalmente, ao contexto de hegemonia neoliberal do futebol-negócio.

Pretendo apontar como os sentidos e valores atribuídos ao futebol mudaram ao longo do tempo através das transformações de suas formas organizativas, da constante presença e ação do Estado em parceria com o mercado, dos estádios e do lugar assumido pelas torcidas brasileiras.

Estudar a história do futebol no Brasil permite notar como, a todo tempo, o futebol influencia e é influenciado pelo contexto social, econômico e político que está inserido⁵. Não é possível compreendê-lo, apesar de suas particularidades e adaptações, sem um olhar atento ao redor. Como afirma Arlei Damo (1998), o futebol pode ser interpretado como uma linguagem, uma forma que sujeitos encontram para se expressar e, através dele, compreender o que se passa em outros campos da vida em sociedade. O primeiro passo deste percurso será dado ao conhecer um pouco melhor como esta prática esportiva chegou e se espalhou pelo Brasil.

2.1 Caminhos da difusão futebolística no Brasil

A prática futebolística no Brasil é produto direto do século XX, ainda que suas origens inglesas datem de período anterior, no século XIX.

⁵ Como manifestação sociocultural, ao buscar reconstruir a história do futebol no Brasil, não se pode entendê-lo nem desvinculado do contexto social e histórico em que se insere e nem, por outro lado, como um mero reflexo deste contexto. Pensando o futebol a partir das contribuições da Escola de Frankfurt, em especial Adorno e Horkheimer (2000) e Benjamin (2000), é preciso compreender o futebol como um campo de ação, o que significa tanto um campo de dominação e controle, mas também como um espaço em que pode se vislumbrar a emancipação através da atividade política.

Como aponta Gilmar Mascarenhas (2014), em trabalho que produziu uma perspectiva crítica e que foge de clichês que formaram uma narrativa generalizada sobre a introdução do futebol no Brasil,

Em linhas gerais, disseminou-se a avaliação superficial de que o caso brasileiro segue o clássico processo de introdução e difusão do futebol, isto é, aquele vinculado ao imperialismo britânico, que penetra pelo porto principal para depois se espalhar pelo conjunto do território nacional. Entretanto, a existência de vários portos distantes entre si e a dispersão espacial dos investimentos ingleses conformaram no Brasil um quadro peculiar, muito distinto daquele verificado na Argentina, no Chile e no Uruguai. (Mascarenhas, 2014, p. 48-49)

Sem descartar a influência inglesa e a importância da circulação de mercadorias entre os principais portos do país, o objetivo do autor é o de destacar como algumas particularidades brasileiras influenciaram diretamente na disseminação desta prática esportiva e não assumir um modelo explicativo pronto e automatizado. Disto se conclui que sequer é possível contar uma história única deste processo, mas compreender que diferentes regiões do país adotaram o futebol às suas maneiras. Ainda de acordo com Mascarenhas, apenas em regiões em que as colônias inglesas se encontravam em grande número foi possível notar um processo de “transmissão cultural” mais direto (Mascarenhas, 2014, p. 50), ao passo que, em regiões menos habitadas por ingleses, o futebol não logrou sucesso imediato, demandando um longo período de aceitação à prática. O próprio espírito cosmopolita e mais aberto às inovações estrangeiras identificado em algumas cidades de maior porte, como Rio de Janeiro e São Paulo, também cumpriu importante papel neste momento, tornando a recepção mais amistosa do que em demais localidades (Mascarenhas, 2014). Uma percepção mais abrangente em relação à disseminação do futebol no Brasil inclui, também, o olhar para outros agentes difusores da prática futebolística naquele momento:

Uma delas era a congregação católica marista e seus estabelecimentos educacionais. O fato de essa instituição privilegiar a prática esportiva em sua pedagogia propiciou a muitas localidades um contato positivo com os esportes, entre eles o futebol, sendo os maristas particularmente decisivos na introdução deste em cidades como Uberaba e Santa Maria. [...] Também os estabelecimentos jesuítas prestaram grande serviço à difusão do futebol, fato registrado na literatura desde Mazzoni, como os casos de Itu e Nova Friburgo. Percebemos ainda a influência determinante de educandários jesuítas em Florianópolis, quando em 1906 fazem aportar na cidade as primeiras bolas e as regras de futebol. (Mascarenhas, 2014, p. 52)

Além desta via religiosa, ainda é possível destacar o papel cumprido por jovens de origem abastada que retornavam das universidades europeias prontos a protagonizar a “modernização” dos hábitos e costumes presentes no país. Sabe-se que, na virada do século XIX para o XX, ainda eram raras as faculdades no Brasil, de modo que se tornou prática

comum, ao menos entre aquelas e aqueles com condições financeiras para tal, a experiência do intercâmbio e formação universitária no exterior. Como afirma Mascarenhas,

Face à escassez de estabelecimentos universitários no Brasil até o início do século XX, da Europa retornavam nossos jovens bacharéis, bem-informados quanto aos modismos europeus e desejosos de atuar como vanguarda civilizatória. Muito mais que os “alienígenas” agentes britânicos, os ilustrados filhos da aristocracia desfrutavam do suficiente reconhecimento da sociedade brasileira para legitimar inovações no plano cultural. (Mascarenhas, 2014, p. 54)

Este aspecto fornece uma primeira pista para compreender algumas das barreiras encontradas pelo futebol em seu processo de disseminação no Brasil: a identificação do esporte como uma prática essencialmente estrangeira, o que a tornava alvo comum entre diferentes forças políticas e sociais no país, como nos casos de nacionalistas e comunistas. O debate se tornou público e contou com a participação de figuras importantes da cultura brasileira, como Lima Barreto e Graciliano Ramos. O autor de “Vidas Secas” publicou, em uma coluna de 1921, sua impressão sobre as possibilidades do futebol se tornar prática comum no sertão brasileiro:

Pensa-se em introduzir o *football*, nesta terra [...] Vai ser, por algum tempo, a mania, a maluqueira, a ideia fixa de muita gente [...] Um furor dos demônios, um entusiasmo de fogo de palha capaz de durar bem um mês. [...] As grandes cidades estão no litoral; isto aqui é sertão. As cidades regurgitam de gente que pretende ser de outras raças; nós somos mais ou menos botocudos, com laivos de sangue cabinda e galego. [...] Estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho. (Ramos, 1990, p. 23-26 *apud* Mascarenhas, 2014, p. 63)

Em relação a Lima Barreto, Mascarenhas relembra passagem curiosa:

No Rio de Janeiro, podemos recorrer às palavras afiadas de Lima Barreto, que encarava o futebol como atividade alienante, embrutecedora e desprovida de elementos autóctones, além de provocar dissensão, referindo-se à liga oficial carioca como “liga Metropolitana dos Trancos e Pontapés”. (Mascarenhas, 2014, p. 67)

Barreto aponta para outro aspecto que contribuiu para a resistência ao futebol em um primeiro momento: seu potencial violento, embrutecedor, que, especialmente em relação aos jovens, roubava momentos que poderiam ser dedicados a atividades mais nobres como o estudo científico e as artes. O que estava em jogo era a aceitação de um novo uso para o corpo, em que, do ponto de vista da recepção crítica ao futebol, se via em disputa entre seu aspecto intelectual e físico.

Este não foi um embate ideológico específico do futebol no Brasil. Tal questão também gerou repercussão na França, na década de 1870, quando o primeiro clube de futebol do país foi fundado: a prática futebolística envolvia o uso de trajes muito diferentes dos habituais e cotidianos; os movimentos durante o jogo pareciam desengonçados, com excessivo contato

físico, de forma que seus praticantes eram ridicularizados, transformando a aceitação do futebol em um processo lento e cheio de obstáculos (Mascarenhas, 2014).

No Brasil, tais barreiras foram superadas, em primeiro lugar, nas cidades em que a prática esportiva de outros tipos já era mais comum e, em especial, já contava com a adesão das elites:

Na América do Sul, de modo geral, ao contrário do que se verificou nos Estados Unidos e na Europa, o produto inglês foi tomado pelas elites locais como símbolo da modernidade e do progresso industrial. [...] No Brasil, contudo, outros mecanismos de resistência à inovação se mantinham de prontidão, como a incipiente urbanização, a modernização incompleta e sua seletividade espacial, além de outros elementos vinculados à herança colonial. (Mascarenhas, 2014, p. 70)

O autor se refere principalmente à ideia, identificada como um legado colonial, que associava o sedentarismo e o costume de permanecer dentro de casa como distinções da nobreza. O futebol precisava quebrar este padrão, não só por envolver uma disputa física mais intensa – e menos nobre por isso –, mas ao enfrentar a ideia de que o desenvolvimento intelectual era algo superior ao desenvolvimento físico.

Estes pontos de resistência demonstram como o futebol foi encontrando reações diversas ao longo do território nacional, considerando seu desenvolvimento desigual, e foi encontrando soluções para cada uma delas. Além disso, apontam para como o futebol carregava uma série de valores e significados, e não apenas uma atividade corporal ou um esporte. Aderir a esta prática era aceitar e reproduzir tais valores como próprios. Como afirma o autor

Logo, em diversas régias do mundo, foi comum, num primeiro momento, tomar a movimentação estranha e ruidosa de uma partida de futebol como um distúrbio. Para que praticá-lo, enfim? Somente adicionando ao jogo um conjunto de sentidos e significados nobres, trabalho cultural realizado por bacharéis, educadores laicos e missionários, conforme apontamos anteriormente. (Mascarenhas, 2014, p. 68)

A participação de diferentes agentes e instituições realizando o trabalho cultural a que se referiu Mascarenhas (2014) demonstra como o futebol não se configurava simplesmente em uma prática esportiva, mas carregava valores e formas de ser e estar na sociedade⁶. Como lembra Arlei Damo (1998),

Via de regra, dá-se pouca importância ao fato de Miller ter trazido consigo duas bolas “oficiais”, um livro de regras “oficiais” e, o mais revelador de todos os “detalhes”, não saiu dando *shoots* no quintal do consulado, senão que organizou um meeting “oficial”; distribuiu os cavalheiros – ingleses ou descendentes da aristocracia e da alta burguesia paulista – em *teams* e as damas – de mesma procedência – na *assistance*. Miller não trouxe, portanto,

⁶ Esta dimensão do futebol, configurando valores e formas de ser e estar na sociedade, é um pano de fundo que informará todo este trabalho.

apenas uma prática esportiva, mas um modelo de sociabilidade, de associacionismo e de pertencimento. (Damo, 1998, p. 15)

Aderir ao futebol, identificado como prática estrangeira, era ser “moderno”, transmitir uma ideia de cosmopolitismo muito valorizada pelas elites brasileiras. Se enfrentava resistência pública de figuras da cultura nacional e de determinadas correntes políticas, o futebol foi abraçado com muito mais facilidade por estas elites que ansiavam por reforçar seus aspectos distintos do restante da população.

Damo (1998) nos apresenta alguns dos elementos que compunham esta forma de distinção através do futebol:

O culto ao corpo saudável, à formação do caráter, à juventude, à eugenia, à civilidade eram alguns dos baluartes do associacionismo, elementos sobre os quais a nova burguesia brasileira buscava se afirmar enquanto classe e modelo de sociedade. (Damo, 1998, p. 21)

A difusão destes valores, e do futebol em si, não ocorria por uma coincidência ou por geração espontânea. Pelo contrário, estava conectada a uma tendência muito mais generalizada e ligada ao avanço econômico de potências ocidentais. Como afirma Mascarenhas,

Tais ideologias em favor do esporte se difundiam pelas redes globais, sob impulso do avanço dos capitais. No plano internacional, um processo de “ocidentalização” do mundo, a partir do modelo europeu, encontrava-se no auge e atingia, naquele momento, até culturas tradicionais, como as do Japão e do Oriente Médio. O importante é notar que esse processo era conduzido em parceria com as elites locais, desejosas de cosmopolitismo e modernidade. (Mascarenhas, 2014, p. 83-84)

A própria fundação de clubes de futebol nas principais capitais nacionais naquele momento aponta para o protagonismo de imigrantes que chegaram ao país em busca de oportunidades em uma economia interpretada como crescente e promissora.

Para considerar os grandes clubes de futebol contemporâneos, sabe-se da influência da colônia italiana na formação de Corinthians e Palmeiras; no Rio de Janeiro, Fluminense e Flamengo – clubes das elites locais e que já existiam previamente ao futebol chegar ao país – possuíam ligação com imigrantes ingleses e alemães; o Vasco da Gama, no Rio de Janeiro, e Portuguesa, em São Paulo, são grandes exemplos de clubes conectados desde a fundação com a colônia portuguesa no Brasil.

Clubes mais “jovens”, formados nas primeiras décadas do século XX e especificamente para a prática do futebol, porém, lidavam com a “concorrência” de clubes esportivos mais tradicionais, controlados pelas elites econômicas locais, que adotaram o futebol a partir de sua lógica amadora já consagrada e conectada aos valores que gostariam de transmitir. Clubes como o Botafogo, fundado em 1904 (mas fruto da fusão entre Club de Regatas Botafogo e do Botafogo Football Club, de existência anterior), Flamengo e Vasco, fundados em 1895 e 1898

respectivamente, por exemplo, possuíam no remo seu principal esporte e sustentam o termo “regatas” em seus nomes oficiais até hoje).

Quando se afirma que o futebol foi recebido no Brasil como um símbolo da modernidade deve-se ter em mente, antes de tudo, que se está referindo à versão amadorística deste esporte, com todas as implicações que isto pressupõe. Do ponto de vista simbólico e, mais especificamente, em termos valorativos, o modelo de sociabilidade face a face entre consócios de status equiparado que o futebol contribuiu para solidificar [...] foi tão ou mais importante que a prática em si mesma. (Damo, 1998, p. 20)

O futebol, ao menos naquele contexto, deveria ter um valor encerrado em si mesmo e não visar qualquer tipo de ganho financeiro. Esta característica gerava uma rejeição a qualquer forma de profissionalização do esporte, o que poderia arranhar o aspecto nobre e distinto de sua prática. O voluntarismo contido nas atividades clubísticas fortalecia a noção de pertencimento a um grupo e, conseqüentemente, a capacidade de se mostrar diferente de outros. Disto se conclui que, apesar da rejeição a ganhos materiais diretos, a acumulação possuía contornos simbólicos e de *status* para esta elite.

Para praticar o esporte nos principais clubes da época, não bastava saber como jogar, mas pertencer a este grupo, possuir um sobrenome distinto, adotar seus modos de comportamento e convivência. O próprio vocabulário utilizado por jogadores da época era majoritariamente composto por termos em inglês, reforçando a distinção daqueles que praticavam o futebol. Desta maneira, experimentar o amadorismo no futebol não era simplesmente uma escolha, mas significava possuir as condições materiais e sociais necessárias para sustentá-lo (Silva, 2012). Possuir estes elementos de distinção econômica e social, inclusive, impedia a participação de pobres e negros, em especial se considerado o período em questão, nas primeiras décadas pós-abolição no Brasil.

Do ponto de vista da organização interna dos clubes, o associacionismo também possuía características que, de forma mais ou menos intacta, permanecem até hoje nos clubes de futebol que sustentam esta estrutura: sua natureza jurídica é de associação civil sem fins lucrativos, o objetivo principal era servir como ponto de encontro e socialização daqueles que fizessem parte do clube, o que pretensamente reforçava o caráter desinteressado do ponto de vista econômico. O presidente do clube é eleito por sócios, o que pressupõe a participação coletiva no andamento da administração da associação e, ao menos do ponto de vista formal, garantia a possibilidade de mudança dos rumos na administração; as regras para eleição e participação política interna ficam definidas no estatuto social do clube, que prevê uma série de direitos e deveres de seus associados.

É claro que, no período em questão, a participação na política do clube era tão restrita e elitista quanto a prática do futebol em si. Como afirma Eliazar Silva (2012),

As associações, através de seus dirigentes e atletas eram compostas por pessoas de sobrenomes ditos “tradicionais”, pelos estrangeiros endinheirados, e pelos recém- enriquecidos. Estas pessoas – via de regra – tinham condições políticas, econômicas e sociais para criar numa nova sociedade circunscrita no iminente universo urbano e industrial, iniciado neste período denominado de “Belle Époque”. Nesta perspectiva, os encontros futebolísticos funcionavam como verdadeiros encontros sociais. Tal ambiente era destinado às “boas famílias”; era requintado, e, sobretudo, a serviço das camadas sociais mais “distintas” do início do século XX. (Silva, 2012, p. 105)

Sabe-se, por outro lado, que a estrutura associativa dos clubes sobreviveu à profissionalização do futebol no país, quando tanto o perfil dos participantes quanto o lugar e significado do futebol na sociedade brasileira se transformam, como veremos a seguir.

2.2 Popularização e profissionalização do futebol no Brasil (1930-1980)

O aspecto amador da prática futebolística não durou muito. Ainda antes do período “oficial” de profissionalização do futebol no Brasil, comumente apontado como algo típico da década de 1930, um “profissionalismo marrom” (Damo, 1998, p. 19) já ocorria: determinados clubes, em busca de aumento em sua competitividade e melhora nos resultados esportivos, possuíam o costume de pagar bonificações aos jogadores em caso de vitória, o que hoje se conhece como “bicho” no futebol profissional.

O surgimento de práticas concorrenciais se deu apesar do esforço de associações que visavam a manutenção do amadorismo ligado ao futebol, como nos casos da AMEA (Associação Metropolitana de Esportes Atléticos), no Rio de Janeiro, e a APEA (Associação Paulista de Esportes Atléticos). Ambas as associações possuíam normas que proibiam jogadores de receber qualquer tipo de compensação pela prática do esporte, assim como exigia que jogadores desempregados comprovassem estar estudando ou possuir renda própria sob o risco de serem proibidos de atuar oficialmente (Yamandu; Junior, 2012). Esta era, porém, uma tendência difícil de ser contida: casos como o do jogador Cardosinho, do Atlético-MG, que recebeu um emprego público e incentivo educacional em troca de sua atuação pelo clube, se tornaram comuns como formas de driblar as proibições (Lage; Medeiros, 2014).

Estes eram sintomas do que estava por vir: a prática do futebol se tornaria cada vez mais popular, passando a ser adotada não mais de forma exclusiva pelas elites; além disso, o profissionalismo ganhava caráter cada vez mais comum e oficializado, tornando-se meio de vida para muitos sujeitos da classe trabalhadora no país.

O surgimento dos chamados clubes de fábrica nos ajuda a compreender como o futebol passou a ser utilizado e ressignificado para atender a outros interesses, afastando-se do ideal elitista do amadorismo. No contexto da industrialização no Brasil e do fortalecimento das organizações operárias, que já haviam logrado sucesso a partir de paralisações e greves, a administração fabril enxergava no futebol uma possibilidade de produzir maior controle e disciplina frente a seus trabalhadores. As equipes formadas por operários possuíam conexão direta com as fábricas, que cediam campos, sedes e equipamentos para a prática do esporte. A contrapartida se caracterizava a partir de regulamentos rígidos que proibiam, por exemplo, discussões políticas dentro dos times e a ocupação, por parte de diretores e gerentes das fábricas, de cargos de liderança dentro destes novos clubes. Este tipo de funcionamento se tornou comum entre os clubes de fábrica, como nos casos da Indústrias Reunidas Fábricas Matarazzo, em São Paulo, a Companhia Progresso Nacional do Brasil, no Rio de Janeiro, e as fábricas inglesas como Light & Power e São Paulo Railway (Kupper, 2023). Segundo Damo (1998),

além de aumentar o prestígio das empresas, entre seus próprios empregados e a população das vilas ou bairros operários, o futebol cumpria outras funções igualmente desejadas pelos industriais. Motivação no trabalho e controle do lazer constituíam-se um ganho secundário que compensava os gastos com campo, fardamento, “faltas justificadas”. “bichos”, etc. (Damo, 1998, p. 25)

Quebrava-se, portanto, a noção de exclusivismo e distinção antes conectada à prática do esporte e, conseqüentemente, o interesse das elites em praticá-lo. Isto não significava o abandono total do futebol, mas uma transferência de papéis: antes jogadores, as elites agora formavam o corpo dirigente dos clubes.

É neste sentido, inclusive, que, olhando para o contexto europeu, mas que neste caso se assemelha ao ocorrido no Brasil, Norbert Elias e Eric Dunning (1992) atentam para o que classificam como democratização funcional no futebol. Ou seja, o futebol ganhava mais praticantes, seus valores estavam relativamente bem compartilhados, mas o comando seguia nas mãos dos mesmos grupos, agora com a possibilidade de produção e acúmulo de riqueza e prestígio através de uma atividade profissionalizada.

O futebol passava de englobado a englobante. O que no princípio era apenas mais uma opção de lazer e sociabilidade tornara-se uma atividade fim, não mais um fim em si mesmo, como pregava o amadorismo, mas como um fim voltado para a competitividade entre agremiações e, por extensão, para o acirramento das rivalidades socioeconômicas, étnicas, locais e regionais. Nesse contexto, muitos clubes barraram o futebol, como foi o caso do Germânia, em São Paulo, e da Sogipa, em Porto Alegre. Outros conciliaram o amadorismo – festas, bailes, esportes amadores, etc. – com o profissionalismo – representado pelo futebol – e, por fim, houve os que se deixaram tomar, quase por completo, pelo futebol. Neste caso, a parte se tornou o todo. (Damo, 1998, p. 20)

É interessante notar como, a partir de uma mudança estrutural profunda no futebol, saindo de uma atividade produtora de distinção às elites para uma atividade mercantilizada como qualquer outra, dessacralizada e fonte de riqueza e prestígio para seus dirigentes, novos valores, sentidos e significados foram criados. Era preciso deixar de lado o exclusivismo do futebol para poucos e vender a ideia de uma abertura, de um futebol para todos.

Citei anteriormente a ideia de democratização funcional, cunhada por Elias e Dunning (1992), que evidentemente contém uma perspectiva crítica. O discurso em torno do futebol naquele momento, é claro, anunciava o futebol apenas como uma abertura democrática inocente, deixando de lado a necessidade econômica da integração de novos grupos sociais ao negócio em si, tornando-o mais lucrativo.

Um exemplo clássico neste sentido é o livro escrito e publicado pelo jornalista Mário Filho em 1947, “O negro no futebol brasileiro”. Filho (1964) destacava como o futebol, em seu primeiro momento no Brasil, sistematicamente excluía qualquer possibilidade de participação negra em sua prática, mas que, a partir de sua popularização, se apresentou como meio de ascensão social para estes mesmos sujeitos. Nada disso era necessariamente falso; por outro lado, a perspectiva de Filho não só idealizava esta aparente conquista – sempre em termos individualizados, quase como a trajetória de um herói –, como ignorava qualquer tipo de visão crítica relacionada aos papéis permitidos aos atletas negros neste novo contexto. Podem ser contados nos dedos, mesmo em dias atuais, quantos são os dirigentes e/ou treinadores negros no futebol brasileiro, de forma que sua integração e ascensão dentro dos clubes foi permitida desde que cumprissem seus papéis enquanto atletas-trabalhadores e de acordo com os interesses econômicos envolvidos.

Estava em curso, portanto, uma resignificação do futebol que, consciente ou não, colaborava no processo de mercantilização da prática. Mascarenhas afirma que

Assim, os clubes, que originalmente eram uma associação de indivíduos, por livre iniciativa de cada um e totalmente isenta de interesses materiais, reunindo jovens mobilizados para desfrutar dos benefícios do esporte e da vida associativa, além de conquistar notoriedade e prestígio no restrito circuito das elites, foram paulatinamente se transformando. Tornaram-se entidades dispostas a vencer, mais que jogar ou se exhibir. Isso implicava maior organização, cobrança interna, tensões, exercícios físicos, disciplina tática e, sobretudo, privilegiar os atletas mais “competentes”, independentemente de sua cor ou origem social. (Mascarenhas, p. 119-120)

Ou seja, a seleção de integrantes para um clube obedecia agora a critérios racionalizados voltados ao desempenho, não mais ao pertencimento a um grupo distinto da sociedade. Este ponto tensiona as narrativas que buscavam apontar o futebol como democrático, inclusivo e

aberto a demais grupos sociais historicamente subalternizados. Estes sujeitos eram aceitos, desde que agregassem esportivamente ao clube.

Por outro lado, isto não significava uma passividade ou ausência de ganhos para estes novos sujeitos recém-admitidos no futebol. Uma pista neste sentido é fornecida por Bruno Abrahão e Antonio Soares (2012), que investigaram o início da participação negra no futebol brasileiro sob o olhar da chamada Imprensa Negra:

Naquela sociedade pós-escravocrata, a Imprensa Negra representava um dos poucos espaços que permitiam aos seus pares construir uma nova identidade. Nesse sentido, é importante ressaltar a inclinação desse periódico para contestar os estereótipos negativos, mas sem se esquecer de exaltar os positivos. Pensar a positividade da raça era potencializar o capital dos negros para espaços estratégicos, no caso específico, para o futebol. (Abrahão; Soares, 2012, p. 73)

Ou seja, mesmo que a intenção dos clubes estivesse permeada por interesses econômicos e de aumento de seu desempenho esportivo, a presença negra também foi vista como oportunidade de reverter simbolicamente o valor social negativo atribuído a eles a partir de sua participação em um espaço de prestígio.

Questão semelhante poderia ser feita acerca dos clubes de fábrica, ou seja, este era uma iniciativa visando controle dos operários das fábricas ou espaço para desenvolvimento de solidariedade e consciência de classe? Para Damo (1998), os clubes de fábrica

deixaram importante contribuição para as próprias classes trabalhadoras, demonstrando, através das performances irregulares, que se ganha ou se perde, mas se permanece num mesmo lugar. Contribuíram também para a coesão social nos bairros e vilas operárias e para a consolidação, no âmbito do pertencimento clubístico, de uma série de valores morais, entre os quais se inclui a noção de fidelidade ao clube pelo qual se torce, especialmente quando este clube, como no caso dos clubes de fábrica, representava não apenas a patronagem, mas, fundamentalmente, a ascensão do operariado. (Damo, 1998, p. 29)

O que se nota é consolidação do futebol como um campo de disputas, não só esportiva, mas de significados e sentidos. Quebrada a noção exclusivista de um futebol feito por e para a elite, o esporte se tornou uma plataforma que conformava os mais diferentes interesses e potencialidades. Do ponto de vista do negócio, novos grupos participantes significava a possibilidade de maior ganho financeiro.

A mudança do sentido geral atribuído ao futebol, do amador ao profissional, do exclusivista ao popular, também produziu ecos na imprensa da época. A ausência de consenso apontava para disputa que a profissionalização precisou vencer para se tornar ordem. A partir da pesquisa de Sarah Mayor e Silvio Silva (2020), que buscaram reportagens das décadas de 1920 e 1930 nos jornais Estado de Minas, em Minas Gerais, e Jornal dos Sports, no Rio de

Janeiro, é possível sintetizar os principais argumentos em jogo: entre os favoráveis, apontava-se para a necessidade de evitar o êxodo de jogadores para outros países, a possibilidade de geração de renda, o potencial de disciplinarização do jogo (visto como violento) e maior organização dos clubes. Do lado dos argumentos negativos, estavam a desvirtuação dos valores tradicionais do esporte, a transformação dos clubes em meros negócios e a ausência de garantia que problemas como corrupção e meio ilegais de obtenção de vantagem esportiva seriam de fato solucionados (Mayor; Silva, 2020).

O desenvolvimento do futebol como prática profissionalizada passou a exigir um aparato técnico e estrutural cada vez mais complexo. Por onde se olhe, seja para o desenvolvimento das vestimentas e equipamentos próprios para a prática, seja na divisão do trabalho contida na nova estrutura organizacional dos clubes ou no próprio discurso acerca do futebol, tudo passava por intensa transformação.

A construção de estádios é um bom exemplo para aprofundar este tema. Desde o surgimento dos primeiros equipamentos do tipo, entre as primeiras décadas do século XX, alguns elementos se repetiam de acordo com a aceitação do futebol nas cidades brasileiras. Como afirma Mascarenhas,

[...] nossos primeiros estádios eram destinados exclusivamente às elites. Sua geografia é inequívoca: localizados nos bairros mais nobres, e como equipamentos de pequeno porte (geralmente de uma única estrutura edificada que sequer cobria toda a extensão de um dos quatro lados do campo), apresentavam uma arquitetura mais assemelhada a um confortável teatro, porém, a céu aberto. Como os atletas eram igualmente egressos das camadas sociais privilegiadas, eram seus familiares e amigos que compareciam para assistir às exibições do novo *sport* inglês que fazia sucesso na Europa. O estádio era, então, um ornamento da onda civilizadora de cunho eurocêntrico, e de acesso muito restrito. Verdadeiro espaço de fruição das elites. (Mascarenhas, 2014, p. 107-108)

Ou seja, em um primeiro momento, a localização, a arquitetura, o público-alvo e todos os demais elementos que compunham a construção destes espaços estavam de acordo com a recepção positiva por parte das elites ao futebol. O estádio era deles e para eles. A questão é que, como já dito, o futebol foi se tornando prática cada vez mais comum entre as camadas populares, em especial a partir dos clubes de fábrica, que mostraram aos demais grupos sociais integrantes do meio urbano que o futebol também poderia pertencer a eles.

Agora na condição de dirigentes dos clubes de futebol (e de demais esportes), a elite composta majoritariamente por empresários de diferentes ramos, entendeu que o modelo de estádios pequenos para públicos selecionados não era viável e, mais importante ainda, menos rentável. A popularização, concomitante à profissionalização do esporte e a industrialização das

grandes cidades, efetuou uma mudança sensível na paisagem urbana a partir da construção de novos e maiores estádios de futebol. O futebol começava a ser uma atividade comercial, uma indústria bastante promissora e que necessitava de investimentos para prosperar.

Este processo de modernização das estruturas futebolísticas – e da sociedade em si – contou com participação central do Estado brasileiro.

No período do Estado Novo (1937-1945), uma série de estádios foram construídos como forma de demonstrar este novo momento do país. O próprio Maracanã, grande símbolo e legado estrutural da Copa do Mundo de 1950, realizada no Brasil, foi idealizado ainda com Getúlio Vargas no comando do país, em 1938.

O recebimento da Copa do Mundo de 1950, mesmo que não possuísse o mesmo impacto que um megaevento causa hoje em dia em suas cidades sedes, foi um marco importante para a continuidade do desenvolvimento do futebol no Brasil. A realização de um torneio de caráter mundial solidificou o papel de centralidade do futebol na ideia de uma cultura popular brasileira.

Por outro lado, ainda havia um desafio a ser superado: a concentração das atividades futebolísticas mercantilizadas nas principais cidades do país e a dificuldade de nacionalização da prática – e, conseqüentemente, da indústria futebolística. A Copa, em 1950, foi realizada em seis cidades-sedes: Rio de Janeiro, com jogos no Maracanã; São Paulo, no Pacaembu; Belo Horizonte, no Estádio Independência; em Porto Alegre, no Estádio dos Eucaliptos; Curitiba, no Estádio da Vila Capanema; e em Recife, no Estádio do Arruda. Ou seja, regiões inteiras como Centro-Oeste e Norte ficaram de lado e apenas uma cidade nordestina recebeu jogos, com a maioria deles concentrada nas regiões Sudeste e Sul.

Este processo de integração nacional já havia dado seus primeiros passos durante o Estado Novo, em especial a partir da criação do Conselho Nacional de Desportos, em 1941, que implicava na submissão das federações estaduais a um ente nacional. Por outro lado, neste momento ainda não havia qualquer campeonato de caráter nacional sendo disputado. A primeira iniciativa neste sentido foi a realização da Taça Brasil, apenas em 1959, um campeonato de curta duração que visava indicar os dois melhores clubes brasileiros para a disputa da Taça Libertadores da América, torneio continental recém-criado (Mascarenhas, 2014).

A partir de 1964, com o golpe empresarial-militar que instituiu uma ditadura no Brasil, o tema da integração ganhou novo ânimo: além de financiar parcialmente a construção de estádios com grande capacidade de público espalhados pelo território nacional, novas competições nacionais foram criadas. Em 1967, a Taça Brasil foi disputada pela primeira vez. Em 1971, em período de escalada da repressão violenta da ditadura, o governo federal bancou

inteiramente a realização do campeonato nacional que substituiu a Taça Brasil. A ditadura assumia, de forma pouco discreta, o uso do futebol em benefício próprio. Retomando Mascarenhas,

A ampliação exagerada do campeonato se explica pelo contexto político. Por meio de manobras político-partidárias, facilitadas pelo regime de exceção, muitas cidades e clubes de menor expressão ingressaram na competição sem qualquer mérito técnico. Trata-se da gestão (1975-1980) do almirante Heleno Nunes na presidência da Confederação Brasileira de Desportos (CBD, entidade máxima do futebol brasileiro até 1979). Ao mesmo tempo, o almirante era também o presidente da ARENA no estado do Rio de Janeiro. O critério para inclusão de novos clubes a cada ano era basicamente de cunho político-partidário: por meio do futebol, buscar apoio popular para o governo. Tornou-se notório, na época, o ditado: “Onde a ARENA vai mal, mais um clube no nacional”. (Mascarenhas, 2014, p. 155)

Como explica o autor, tal integração nacional, realizada a toque de caixa para atender aos interesses militares (e de mercado), produziu efeitos nocivos ao chamado ecossistema de clubes no Brasil: os gigantescos estádios construídos pela ditadura, configurados em nova fonte de renda, concentraram o poder econômico em poucos clubes localizados em cada estado da federação. Os clubes pequenos se viram asfixiados economicamente, forçados ao papel de meros fornecedores de “pé-de-obra” para os clubes de maior poder aquisitivo (Mascarenhas, 2014). Era, portanto, um desenvolvimento desigual e insustentável, com um verniz “democrático” que levava o futebol para outras regiões do país, que, em parte, conformou a hierarquia clubística até os dias de hoje.

Após este período de construção acelerada de estádios de grande porte, em especial entre as décadas de 1970 e 1980, uma nova realidade econômica passou a inverter a tendência: a partir do período de redemocratização da política nacional e da política econômica de recessão, a própria participação estatal no fomento destas grandes obras se retraiu de maneira decisiva. Seja pelo cenário econômico de crise ou por novos hábitos adquiridos, como a popularização da televisão e a transmissão de partidas de futebol, a presença de público nestes estádios foi consideravelmente reduzida (Mascarenhas, 2014).

Tanto do ponto de vista da política e economia nacionais quanto das adaptações futebolísticas a este cenário, fato era que uma nova racionalidade econômica, já em pleno vapor internacionalmente, começava a colocar suas primeiras impressões digitais no Brasil. Se avizinhava a ordem neoliberal e a intensificação da mercantilização do futebol brasileiro.

2.3 Neoliberalismo e futebol: primeiras conexões

Por mais que o futebol brasileiro esteja no centro de minha pesquisa, seria um erro ignorar processos mais abrangentes no futebol mundial, ao menos de forma introdutória, considerando sua capacidade de influência e estabelecimento das estruturas em que se desenrolam as relações a partir daí. Portanto, neste primeiro momento, tratarei de alguns dos elementos mais gerais que serviram como sustentação para a neoliberalização do futebol brasileiro posteriormente.

Em primeiro lugar, é preciso dizer que, ainda que os processos de mercantilização e neoliberalização do futebol estejam intrinsecamente conectados, o primeiro é evidentemente mais antigo do que o segundo, como visto em tópico anterior. Contratos profissionais, salários, patrocinadores, venda de mercadorias relacionadas aos clubes, cobrança de ingressos, transmissão das partidas e todo o conjunto que compõe o que se entende por futebol profissional surgiu muito tempo antes da elaboração neoliberal. Richard Giulianotti (2002) sustenta que

Desde a década de 1960, a economia política do futebol passou por uma rápida modernização, uma vez que seus famosos jogadores e clubes foram incorporados mais profundamente na maior mercantilização da cultura popular. A experiência do futebol tornou-se cada vez mais sinônimo de placas de publicidade, patrocínio das camisas, comerciais de televisão, patrocínio de ligas e copas e a comercialização da parafernália do clube. Perto do final da década de 1980, os clubes mais profissionais do Reino Unido objetivavam ganhar mais dinheiro com suas atividades fora do campo do que com a renda da bilheteria paga pelo torcedor médio. (Giulianotti, 2022, p. 118)

A neoliberalização⁷, portanto, ocorreu em um contexto futebolístico já mercantilizado. É preciso buscar os elementos que diferenciam estes processos, tornando-os reconhecíveis. O primeiro deles diz respeito à passagem do brasileiro João Havelange pela presidência da Federação Internacional de Futebol (FIFA), entidade central da regulação futebolística mundial, entre 1974 e 1998. Segundo Antonio Cruz (2010),

a FIFA, durante a presidência de Havelange, deu o primeiro passo no sentido de inserir o futebol no processo de globalização mundial, adotando planejamentos globais de marketing, através da associação comercial da organização e do esporte a corporações multinacionais (Cruz, 2010, p. 38)

A política de globalização do futebol adotada por Havelange foi tão radical que a entidade passou a contar com mais filiados do que as Nações Unidas (são 211 contra 193), dado que a FIFA forneceu reconhecimento enquanto países independentes a territórios que não possuem esta classificação para outras organizações. Este movimento produziu um mercado

⁷ O que classifico como neoliberalização, é preciso pontuar, já recebeu outras nomenclaturas, como hipermercantilização (Giulianotti, 2002) e mercantilização agressiva (Santos, 2016), variando de acordo com diferentes interpretações. O consenso, porém, aponta para a década de 1990 como o momento chave desta transformação.

muito mais amplo e atrativo para potenciais patrocinadores privados, mesmo aqueles que, até então, jamais haviam estabelecido qualquer conexão com o esporte. Ainda segundo Cruz (2010), a FIFA, de cofres vazios em 1974, quando Havelange foi eleito, lucrou R\$ 1 bilhão e 369 milhões apenas no período 2003-2006, entre a Copa do Mundo no Japão/Coréia do Sul em 2002 e a Copa do Mundo na Alemanha, em 2006. Este salto dá a dimensão de como o futebol, em nível internacional, passou a ocupar lugar de destaque no mercado de entretenimento, sendo percebido como uma mercadoria altamente rentável, moldando uma nova forma de ver e vivenciar o esporte.

Apesar de ser oficialmente uma entidade sem fins lucrativos, a FIFA é quem detém o monopólio do futebol profissional no mundo, de forma que sua influência nos rumos do esporte jamais deve ser subestimada. Neste período em questão, a FIFA, além de assumir para si a forma-empresa, adotando a razão empresarial em sua própria gestão, produziu as condições para que o futebol, em nível global, estivesse pronto para também se tornar um mercado atrativo. Não por acaso, como lembra Wagner Matias (2020), os primeiros parceiros comerciais de Havelange no comando da entidade foram marcas de destaque como Adidas e Coca-Cola, que não só passaram a direcionar recursos em forma de patrocínio, mas também organizaram uma série de eventos esportivos em conjunto com a FIFA.

Havelange assume a entidade com a promessa de expandir a prática da modalidade de forma profissional pelo globo, descentralizar a realização dos eventos, dentre eles a Copa do Mundo [...] A visão era que o futebol precisava expandir e circular pelo planeta como os demais produtos da ação humana. Para fazer isso, a entidade precisava de recursos e pessoal com expertise para tais tarefas. Como não tinha nenhum desses itens, Havelange começa a trabalhar no plano de marketing. (Matias, 2020, p. 132)

Partindo de um contexto mais amplo, como no caso da FIFA, para um recorte mais específico, como o do futebol inglês, talvez seja possível verificar com mais facilidade os impactos causados por esta transformação em debate. Hoje facilmente percebido no senso comum futebolístico como o exemplo a ser seguido em termos de competitividade esportiva e organização (sempre de acordo com os parâmetros de mercado, é bom lembrar), o contexto do futebol inglês foi profundamente transformado a partir do fim da década de 1980, produzindo um ambiente mais favorável, para dizer o mínimo, para que a racionalidade neoliberal – já em prática no governo de Margaret Thatcher desde 1979 – se tornasse hegemônica. Conhecer o caso inglês é como cortar o caminho para compreender o caso brasileiro mais à frente.

Foram três os eventos-limite que fizeram com que o futebol inglês passasse por uma reforma radical, com participação direta do governo à época, que estabeleceu parâmetros que são percebidos até os dias atuais no futebol ao redor mundo. Dois deles ocorreram no ano de

1985: 1) em uma partida disputada pela terceira divisão inglesa, um incêndio destruiu as arquibancadas de madeira do estádio Valley Parade, na cidade de Bradford, ocasionando 56 vítimas fatais e mais 265 feridos; 2) na final da Copa dos Campeões da Europa, 39 torcedores da Juventus, da Itália, morreram e mais 454 ficaram feridos após tentarem escapar de uma perseguição praticada pelos *hooligans*⁸ do Liverpool, no estádio de Heysel, na Bélgica (Cruz, 2010). O terceiro evento, em 1989, é a tragédia mais conhecida: a final da FA Cup⁹ disputada entre Nottingham Forest e Liverpool no estádio de Hillsborough, em Sheffield, foi interrompida após a superlotação do estádio, ocorrida após a abertura de portões para os torcedores sem ingresso que se localizavam na parte externa. Foram contabilizados 96 mortos e mais de 700 feridos que foram esmagados contra a estrutura que separava as arquibancadas do campo de jogo. Rapidamente, os *hooligans* foram apontados como os responsáveis pelo desastre, algo que investigações posteriores provaram ser falso, indicando a responsabilidade das forças policiais. Neste sentido, Giulianotti afirma que

Nesse período, disseminou-se uma ecologia do medo em muitos campos ingleses, que passaram a ser vistos como espaços públicos caóticos e tofóbicos que ameaçavam a segurança do torcedor. (Giulianotti, 2002, p. 102)

O Relatório Taylor, realizado por ordem do governo Thatcher para investigar as causas daqueles incidentes e propor maneiras de evitar novos desastres, apontou diretamente para um alvo: a estrutura dos estádios de futebol. A recomendação, posteriormente decretada pelo Parlamento inglês, era de que todos os estádios da primeira e segunda divisões da Inglaterra, bem como os da primeira divisão do futebol escocês, precisavam instalar cadeiras em todos os assentos já para a temporada 1994-1995, como forma de adicionar segurança ao ambiente (Giulianotti, 2002). Ciente de que este tipo de reforma afetaria os cofres dos clubes, o governo inglês ainda ofereceu “uma redução de 2,5% do imposto sobre as apostas do futebol [...] na forma de subsídios para os clubes” (Giulianotti, 2002, p. 105). Esta era, porém, apenas uma das obrigações que os clubes deveriam cumprir para atender ao decreto, de forma que uma série de associações esportivas precisaram vender seus terrenos e/ou estádios para pagar a mudança para outras localidades e, assim, poderem realizar partidas. Aquelas agremiações já com estádios

⁸ Em uma associação rápida, apesar de pouco precisa, os *hooligans* são geralmente comparados ao que conhecemos no Brasil como torcidas organizadas. Apesar de conteúdo e forma diferentes, os dois tipos de agrupamento apresentam uma propensão acentuada ao confronto físico por questões futebolísticas, sendo geralmente alvos de estigmatização por parte da mídia esportiva e clubes de futebol.

⁹ Disputada pela primeira vez na temporada de 1871-1872, a Copa da Inglaterra é considerada a competição futebolística mais antiga ainda em disputa e permite que clubes de todas as divisões britânicas participem. Em 2008-2009, teve participação recorde: 761 equipes entraram na disputa, sempre em formato mata-mata, até a decisão do título.

maiores e em melhores condições, por sua vez, viram suas capacidades para o recebimento de torcedores reduzidas. Consequentemente, a busca por novas receitas se tornou brutal.

Os maiores clubes, como o Manchester United, o Liverpool, o Everton, o Arsenal, o Tottenham e o Celtic, viram, na ocasião sua capacidade limitada a cerca de 30 mil pessoas ou menos. Isso deu muita importância ao acesso aos eventos, principalmente no cenário da moda do futebol pós-1990 e seu apelo aos novos mercados. (Giulianotti, 2002, p. 107)

Ingressos para acessar as partidas se tornaram um recurso escasso, produzindo uma alta nos preços e impactando significativamente nas possibilidades de acesso aos jogos para a classe trabalhadora.

Como argumenta Cruz (2010), não há sentido em interpretar estas transformações com os olhos voltados apenas para o futebol. É preciso levar em conta que este processo se deu em meio à neoliberalização da sociedade inglesa como um todo. O Relatório Taylor, como lembra Giulianotti (2002), dizia que as reformas nos estádios em questão não deveriam ser usadas como prerrogativa para a elevação dos preços dos ingressos, afetando diretamente as classes mais pobres. O que houve foi a adequação do futebol, a partir da forma-empresa, a uma racionalidade que já circulava fartamente nos mais diversos espaços das cidades britânicas.

O combate ao hooliganismo foi utilizado para adequar o futebol ao que já estava naturalizado em outras atrações típicas da cultura, excluindo um tipo de torcida que não era mais interessante ao negócio. A declaração de Terry Venables, conhecido técnico de futebol inglês, é esclarecedora

Sem desejar soar esnobe ou ser desleal à minha própria origem de classe operária, o aumento dos preços dos ingressos provavelmente exclui o tipo de pessoa que difamava o futebol inglês. Estou falando dos homens jovens, a maioria da classe operária, que aterrorizavam os campos de futebol, os trens ferroviários, as balsas que cruzam os canais e as pequenas e grandes cidades em toda a Inglaterra e na Europa. (Venables, 1996, p. 136 *apud* Giulianotti, 2002, p. 108)

É importante levar em conta que este processo se iniciou, mais uma vez, a partir de uma intervenção estatal tipicamente neoliberal, produzindo as condições para que um mercado se fortalecesse e que a concorrência se tornasse mais feroz. O que estava em pauta, dentro deste contexto de criação das condições necessárias à prosperidade de um mercado, era a adequação da figura dos torcedores em consumidores.

Este modelo inglês passou a ser reproduzido, com as devidas adaptações, no futebol internacional como um todo. O que se produziu foi um tipo específico de indivíduo consumidor de futebol que experienciaria o esporte com um comportamento estável, previsível e domesticado para que a mercadoria futebolística pudesse ser mais bem controlada e gerasse mais lucros.

No Brasil, tal lógica encontrou terreno fértil em clubes financeiramente em péssima situação, com uma cultura política interna marcada pelo patrimonialismo e pela busca de soluções individualizadas para problemas coletivos. É neste cenário que se começa a estruturar a passagem do clube associativo à forma-empresa no Brasil, como veremos a seguir.

2.4 Experiências de empresarização e a neoliberalização do futebol brasileiro a partir dos anos 1990

A adoção do modelo de clube-empresa, que busca retirar do cenário qualquer resquício do amadorismo, próprio do início da prática futebolística, em nome de uma estrutura empresarial que visa maximizar seus resultados financeiros, tornou-se um caminho comum entre a elite futebolística europeia que, invariavelmente, ocupa o espaço de exemplo a ser seguido por outros futebolis mundos afora. Tal transformação, que talvez pareça pequena em um primeiro momento, provoca mudanças profundas nas relações travadas entre clubes e torcidas.

Se o modelo associativo dos primórdios futebolísticos carregava um modelo de sociabilidade específico, e, portanto, contribuía na produção de um sujeito-torcedor também específico, não custa imaginar que um modelo clubístico empresarial também promova sua racionalidade e participe da construção de uma subjetividade adequada a ele.

Como se viu, a mercantilização do futebol já implicava adotar determinadas práticas de mercado mesmo em clubes associativos, como parte da transformação de um esporte amador em uma indústria. O que se inaugura, em diferentes intensidades de acordo com o contexto que se analisa, é a hegemonia deste modelo empresarial frente à possibilidade de sucesso do modelo associativo.

O movimento de transformação dos clubes associativos em empresas, como se tem visto nos últimos anos, não é inédito no futebol brasileiro, mas jamais se tornou, ao menos no que diz respeito ao estatuto jurídico dos clubes, um modelo majoritário, como se observa em países europeus. É mais seguro afirmar que a empresarização dos clubes brasileiros, enquanto parte do processo de neoliberalização do futebol, viveu ondas de incentivo, em muito impulsionadas pela participação do Estado brasileiro.

No caso do futebol brasileiro, foram três os momentos em que foi possível identificar este postulado neoliberal básico, quando o Estado apresentou regulações específicas para o estabelecimento do modelo de clube-empresa. Tais iniciativas servirão como base para a compreensão do processo de neoliberalização do futebol brasileiro, tornando possível identificar os principais pontos do discurso empresarial que orientou a discussão pública em cada um destes momentos.

Foi na década de 1990, quando o Brasil experimentava intenso processo de neoliberalização a partir dos governos Collor, Franco e FHC, que duas destas iniciativas reguladoras foram colocadas em prática: a primeira delas se deu logo no início da década, em 1991, com a criação da Lei Zico. Como recorda Marcelo Proni,

[...] no caso específico dos esportes de alto rendimento, a progressiva difusão de uma mentalidade comercial na gestão esportiva recolocou em debate a necessidade imediata de um conjunto de alterações de ordem jurídico-institucional não apenas para garantir maior autonomia como para facilitar a obtenção de uma maior independência econômica. Tratava-se de desobstruir os empecilhos e introduzir relações modernas, empresariais, no dia-a-dia dos clubes. Assim a necessidade de providenciar uma nova legislação e o desejo de modernizar e democratizar as instituições esportivas foram as motivações para a elaboração do chamado “Projeto Zico”, encaminhado para apreciação do Congresso Nacional no início de 1991. (Proni, 2000, p. 165)

Arthur Antunes Coimbra, o Zico, histórico ex-jogador do Flamengo e da Seleção Brasileira, era o então Secretário Nacional de Esportes. É interessante notar como a prática de utilizar grandes símbolos do futebol brasileiro, como se verá posteriormente no caso da Lei Pelé, cumpre papel importante neste processo. Estes jogadores mexem diretamente com os afetos e com o imaginário das grandes massas torcedoras, e sua participação contribui no sentido de tornar estas medidas ainda mais palatáveis e naturalizadas, sem que sobressaia o caráter ideológico de um projeto de profunda transformação econômica e social no meio ambiente futebolístico como este.

Apesar de uma série de iniciativas – como acabar com a antiga “lei do passe”¹⁰, que mantinha os jogadores presos aos clubes de futebol –, a proposta de regulamentação em 1991 indicava outra tendência que interessa mais aos objetivos deste texto: a tentativa de tornar obrigatória a transformação dos clubes em empresas.

O que este movimento exemplifica é a exclusão da política, como discutido na introdução deste trabalho. Não há disputa, conflito, nem mesmo deliberação com participação popular, apenas a orientação vertical do que deveria ser feito. No processo de elaboração do que se tornou a Lei Zico, não foi registrada a participação das torcidas, comumente relegadas ao papel de receptoras de uma nova ordem. É neste sentido que o achatamento das

¹⁰ A chamada “lei do passe” era a forma jurídica que regulava a relação trabalhista entre jogador profissional e clube de futebol. Em síntese, a lei só permitia a saída de um atleta para outra agremiação com a autorização de seu clube atual, independente do vínculo contratual estar vigente ou não (até mesmo em casos em que o clube atrasava pagamentos e/ou afastava o atleta do convívio com os demais jogadores). O clube possuir o “passe” do atleta era visto como um excesso de poder de um clube sobre o jogador, de forma que a Lei Pelé, que deu fim à “lei do passe”, foi interpretada como a libertação de uma classe de profissionais, dado que a relação laboral só passou a ser considerada durante a vigência do contrato assinado por ambas as partes. Ou seja, durante a validade do contrato, é necessária uma negociação para que um atleta se transfira para outro clube; após o fim deste vínculo, o atleta fica livre para negociar com outros clubes independente da vontade de seu empregador anterior.

possibilidades de participação torcedora vai se tornando cada vez mais aparente, quando a parte que lhe cabe é a da passividade, jamais a da ação.

Os argumentos que sustentavam a regulação eram clássicos brasileiros: o futebol no país está “atrasado”, sempre em comparação com o ideal europeu de desenvolvimento; é preciso “modernizar” as estruturas das instituições esportivas em nome de maior eficiência e transparência, já em diálogo direto com a racionalidade empresarial; e, por fim, a crença de que a adoção da forma-empresa nos clubes permitiria melhores resultados financeiros. Nas palavras do próprio Zico à época

[...] o futebol deve ser tratado e administrado de forma profissional, deixando de lado o amadorismo e o paternalismo que existem hoje em dia. Mudando esta estrutura, os clubes teriam condições de obter resultados satisfatórios no sentido financeiro. (Coimbra, 1991 *apud* Proni, 2000, p. 166)

Com um conteúdo que intencionava profundas mudanças no futebol brasileiro, o projeto, que se tornou lei apenas em 1993, quando Zico já não ocupava mais o cargo de Secretário, sofreu severas alterações. De acordo com Proni (2000), o diagnóstico daquele momento indicava que o futebol brasileiro ainda não contava com as condições necessárias para lidar com tamanha transformação. Era uma preocupação central a questão do fim da lei do passe que, no argumento dos clubes, provocaria um aumento de salários e outras dificuldades financeiras, podendo causar a falência de inúmeras agremiações de menor expressão – como esperado, pouco se dizia acerca das condições trabalhistas dos jogadores. A obrigação da transformação dos clubes em empresas também foi deixada de lado, se tornando apenas uma permissão para que isso acontecesse.

A resistência também se deu com importante participação da chamada Bancada da Bola, composta por um grupo de deputados que age costumeiramente na defesa dos interesses dos dirigentes de clubes de futebol no Brasil (quando não são os próprios que angariam apoio popular suficiente para se elegerem a partir de seu período na presidência de clubes de massa no país). A própria CBF agiu no sentido de garantir que sua estrutura interna fosse mantida: ainda em 1991, antes da oficialização da lei, a confederação alterou seu estatuto de forma a garantir a continuidade de Ricardo Teixeira na presidência e de sua diretoria, temendo que a legislação alterasse as regras eleitorais da entidade. A Lei 8.672 se tornou, assim, uma acomodação dos interesses divergentes. Transformações menos impactantes, digamos, foram colocadas em prática, como a possibilidade de angariação de novas fontes de renda para os clubes através de loterias específicas (Proni, 2000). Apesar disso, a iniciativa obteve sucesso em posicionar a forma-empresa no imaginário futebolístico, apontando um horizonte para o futebol brasileiro que, muito em breve, voltaria à tona.

E foi em 1997, apenas 4 anos após a promulgação da Lei Zico, que semelhante iniciativa privatizadora passou a ser elaborada, tornando-se oficial e conhecida um ano depois como Lei Pelé (Lei nº 9.615/1998). O ex-atleta ocupou o Ministério dos Esportes durante o primeiro governo FHC, entre 1995-1998. O roteiro era semelhante à Lei Zico: sem deliberação popular, o projeto foi enviado diretamente ao Congresso, gerando fortes reações da elite dirigente dos clubes de futebol (como esperado, as torcidas também não foram ouvidas).

Eram duas as mudanças centrais que o projeto propunha: fim da “lei do passe” e, mais uma vez, a obrigatoriedade da transformação das associações esportivas em empresas. Curiosamente, parte do discurso reativo ao projeto, com origem entre os dirigentes de futebol, apontava para uma suposta estatização do futebol (Proni, 2000). O fato é que uma maneira específica de gerir o futebol realmente estava sendo colocada em debate, possuindo o embate entre amadorismo e profissionalismo como centro. E, sim, o Estado assumia o protagonismo desta transformação, não em direção à estatização do futebol, mas da privatização. A reação dirigente se dava muito mais por uma tentativa de reserva de poder, pela preservação de suas posições de liderança, e menos por uma rejeição consciente à forma-empresa.

No fim das contas, o texto final da Lei Pelé indicava um período de três anos para que os clubes se adaptassem ao fim da “lei do passe”, o que de fato ocorreu. Em relação à obrigatoriedade da transformação dos clubes em empresas, foi estabelecido um prazo de dois anos para adaptação total que, como se sabe, não se realizou. Porém, mesmo sem o efeito esperado no sentido de tornar todos os clubes de futebol no Brasil em empresas, é fato que a Lei Zico e a Lei Pelé abriram as portas do futebol ao neoliberalismo e fizeram com que os anos 1990 se tornassem um grande laboratório de experiências diversas de empresarização dos clubes.

Não foram raros os clubes que vivenciaram algum tipo de empresarização neste período, mesmo que a partir de formas completamente diferentes. Para citar os casos mais populares: Palmeiras, Vasco, Bahia, Vitória, Ceará, Corinthians, Flamengo, Grêmio, Atlético Mineiro, Cruzeiro e Santos. Em todos estes exemplos, com menor ou maior grau de envolvimento de empresas privadas na gestão de cada clube, foi possível registrar a tentativa de aproximar o modelo associativo do modelo empresarial. A presença de bancos e outras instituições financeiras, seja como forma de patrocínio ou assumindo a gestão futebolística dos clubes, se tornou muito frequente¹¹ (Proni, 2000). Porém, apenas nos casos dos rivais baianos, Bahia e

¹¹ O banco Excel/Econômico firmou parceria com Corinthians, que no futuro também se envolveu com a Hicks Muse, e Vitória; o banco Opportunity adquiriu 51% das ações da Bahia S/A; o NationsBank/Banco Liberal

Vitória, ocorreu a venda do clube e a criação de uma sociedade anônima de fato (que, após o insucesso esportivo e financeiro das empreitadas, voltaram atrás e conseguiram reverter o processo de privatização, retomando seu caráter associativo).

Para citar outros exemplos, há o caso do Figueirense: já em 1999, a Figueirense Participações S/A passou a ser elaborada e, a partir de 2004, assumiu a gerência quase total do clube. A intenção era a de adequar a gestão aos parâmetros e racionalidade de mercado, diversificando as receitas do clube, buscando novos parceiros comerciais e, assim, fazendo desenvolver a “marca” Figueirense (Rodrigues; Silva, 2006).

Neste sentido, Carlos Costa e Rosimeri da Silva (2006) mostram como a linguagem típica de mercado passou a se tornar cada vez mais frequentes nos clubes do estado:

Os clubes que demonstraram isso mais intensamente foram o Figueirense – ao tratar de perfil de funcionários, equilíbrio orçamentário, gestão de pessoas, licenciamento de produtos, royalties e marketing; e o Joinville, com a utilização de trechos como: *o futebol começou a ter uma grande transformação como negócio, ramo do entretenimento, clubes consumidores de jogadores, desbravar outros mercados, antes o consumo era local, visão de mercado, marketing esportivo, cenário turbulento, profissionalizar a gestão. Padrão de exigência de qualidade, índices de controle e endomarketing* (Costa; Silva, 2006, p. 9-10, grifo dos autores)

Ou seja, apesar de, em um primeiro momento, ter-se notado pouca adesão ao modelo jurídico, o discurso e forma empresarial foram vitoriosos. As dívidas acumuladas entre diversas frentes, inclusive com o Estado brasileiro, aprofundaram a discussão em torno do modelo de gestão amadora de dirigentes de clubes, que não possuiriam a visão empresarial necessária para tocar um negócio multimilionário como um clube de futebol.

A terceira e mais recente iniciativa estatal no sentido de abrir os caminhos para a empresarialização dos clubes começou a ser elaborada em 2019, a partir de um projeto de lei proposto pelo senador Rodrigo Pacheco. Em agosto de 2021, foi promulgada a Lei 14.193/2021, conhecida como a Lei da SAF. O caminho para se tornar empresa já estava aberto para qualquer clube que assim escolhesse, o que a nova lei criou foi um tipo jurídico específico – a Sociedade Anônima do Futebol –, com uma série de incentivos fiscais para que este modelo fosse adotado. Até então, o regime fiscal favorável que cercava as associações civis era percebido como um entrave para a empresarialização dos clubes, bem como o argumento da “insegurança jurídica” para aqueles investidores que optassem pelo futebol como o caminho de seus negócios.

A Lei da SAF prevê três modalidades para que o processo ocorra: o clube ser fundado já como uma sociedade anônima; a transformação total de um clube já existente em uma SAF;

estabeleceu parceria com o Vasco; a Icatu Hartford se juntou ao Ceará; e o Flamengo com a International Sports Leisure são alguns dos exemplos (Proni, 2000).

e, a opção mais comum notada a partir da nova lei, a permanência da estrutura associativa, mas com a cisão de seu departamento de futebol (bem como de todos os “ativos” futebolísticos), que agora se tornam propriedade do investidor que fizer o aporte acordado. Neste último caso, a associação segue com uma porcentagem minoritária das ações da SAF responsável pelo futebol, havendo possibilidade, de acordo com as especificidades de cada contrato, de restituição da totalidade das ações caso alguma cláusula não seja respeitada.

Como era de se esperar, uma nova onda de empresarização foi observada na sequência da aprovação da lei. Com muita rapidez, três clubes bastante populares no Brasil adotaram esta estratégia: Cruzeiro, Vasco e Botafogo. Os três optaram pela terceira opção citada acima, ou seja, o futebol do clube foi separado de sua associação, passando a ser controlado por novos donos. A trajetória de cada um deles – e de outros casos de SAF no Brasil – será tratada com maior atenção no capítulo voltado aos clubes, mas é possível afirmar que a tendência à transformação em SAF ainda não convenceu, ao menos até o momento, os clubes que vivem situação financeira mais confortável no Brasil. De forma que esta se tornou uma saída frequente apenas àqueles com a corda financeira no pescoço e que aderiram mais facilmente ao mantra neoliberal de que “não há alternativa”, ou seja, a transformação do clube associativo em uma empresa era a única saída possível para a continuidade do mesmo. Este é um padrão argumentativo e discursivo que se repetirá entre todos os grupos de agentes que produzem o futebol, mesmo que as expectativas criadas raramente se concretizem.

Seja a promessa de novos estádios, como houve com Corinthians e Flamengo e seus parceiros comerciais durante os anos 1990, seja o protagonismo esportivo imediato como nos casos atuais, o caminho é muito mais esburacado do que o discurso neoliberal sugere em um primeiro momento.

Do ponto de vista da política e da participação torcedora, os impactos são evidentes: as torcidas não foram consultadas e não participaram em momento algum da elaboração destas leis, de forma que seus interesses foram ignorados¹². A condição de torcedores-consumidores foi assumida como pressuposto pelos agentes envolvidos, sejam eles estatais, dirigentes de clubes ou investidores externos. Consequentemente, espera-se a postura passiva e distante de um cliente, como quem passeia entre vitrines em busca da melhor oferta. Além disso, as torcidas que são, de certa forma, um símbolo dos tempos do amadorismo, construindo sua relação de

¹² Disto não se conclui, é claro, que havia farta participação torcedora nos clubes associativos. Como visto, a estrutura da disputa política interna aos clubes em muito se assemelhava aos parâmetros patrimonialistas mais amplos e conhecidos da história brasileira. Porém, o contexto associativo ainda apresentava, ao menos formalmente, uma possibilidade de participação através de eleições, hipótese descartada a partir do modelo de SAF.

identificação clubística sem esperar algo em troca, não caberiam em um ambiente profissionalizado e ditado pelos preceitos empresariais de gestão, sempre pretensamente orientados por pura técnica – ao menos de acordo com a maneira que se apresentam os gestores¹³.

Nos próximos capítulos, ficará mais claro como o discurso neoliberal adaptado ao futebol produziu algo muito próximo de um consenso em relação ao rumo que o esporte no Brasil deveria tomar, a partir da elaboração e da circulação de suas ideias entre diferentes grupos sociais que compõem o futebol brasileiro.

¹³ Ainda é relevante sinalizar que a interpretação crítica acerca do neoliberalismo aplicado ao futebol, realizada a seguir, não se produz a partir de sentimentos de nostalgia em relação ao passado associativista. Muitos dos discursos surgidos nas últimas décadas, pretensamente críticos a tais transformações, se referem a um “futebol raiz” idealizado que, por sua vez, esconde muitas das limitações que o modelo associativo e/ou amador também produziu. A naturalização de violências físicas e simbólicas que transformaram o futebol em um ambiente de risco às torcedoras mulheres e/ou de pessoas LGBTQIAPN+, para citar apenas um exemplo, é produto destes tempos de “futebol raiz”. A crítica ao futebol-negócio, portanto, não aponta para um retorno ao passado, mas de como esta nova ordem se aproveitou de um cenário em crise e da ausência de projetos alternativos que fossem capazes de lidar com os limites do futebol associativo.

3 NA BARRIGA DO MONSTRO: FINANCEIRIZAÇÃO, GESTÃO E A FORMAÇÃO DO DISCURSO NEOLIBERAL A PARTIR DO MERCADO

Considerado o panorama histórico tratado até aqui, agora me volto especificamente à investigação em torno da produção e reprodução do discurso neoliberal e empresarial adaptado ao futebol brasileiro.

Coerente com o espírito de parceria entre Estado e mercado no neoliberalismo, uma das imposições contidas na Lei Pelé se referia à obrigação de cada clube profissional divulgar, anualmente, um balanço financeiro detalhado referente às suas atividades econômicas. No primeiro semestre de cada ano, com data-limite para 30 de abril, os clubes precisam tornar públicas suas contas. Esta era mais uma iniciativa, de cunho estatal, no sentido de profissionalizar o futebol e permitir maior controle sobre as gestões das agremiações esportivas.

Com estes dados em mãos, instituições financeiras e consultoras de investimento passaram a observar o futebol com mais atenção. Por mais que os clubes tenham demorado a se adequar a esta nova demanda, seja não publicando os balanços de início ou publicando-os de maneira incompleta e muito resumida, ela se tornou elemento importante na constituição de um discurso econômico e neoliberal no futebol, conformando uma maneira de interpretá-lo. É claro que a bola que bate na trave e sai continua presente nos debates entre especialistas e torcidas, mas a explicação econômica para sucessos e fracassos dentro de campo não só ganhou tração como se tornou mais complexa.

Neste capítulo, levarei em conta os relatórios anuais divulgados por Itaú BBA, *Convocados* (uma espécie de continuação das análises do Itaú, como explicarei mais à frente) e Ernst & Young (EY). Se, por um lado, é discutível até que ponto as torcidas tomaram conhecimento e acessaram estes documentos em específico, por outro, sua linguagem e seus efeitos já têm seu espaço consolidado no futebol-negócio brasileiro.

Os relatórios e análises contidos nestes documentos expressam a visão do mercado sobre a indústria do futebol brasileiro em seu nível macro, mas também em nível mais específico e detalhado através das análises individuais dos clubes e, ao menos nos relatórios mais recentes, das pesquisas voltadas para o comportamento consumidor de torcidas de futebol. É claro que não se trata da gênese do discurso econômico e neoliberal em si, mas sim de sua adaptação ao futebol pelas mãos de especialistas, analistas e, no limite, intelectuais próprios do campo empresarial, que assumem a tarefa de propagar a razão empresarial em um contexto muito popular no Brasil e, conseqüentemente, a destacar as possibilidades de investimentos em um esporte cada vez mais profissionalizado.

3.1 Quando o mercado entra em campo

O Itaú BBA, de forma pioneira neste setor, passou a divulgar relatórios sobre a situação econômica do futebol brasileiro em 2012. A EY aderiu a este movimento apenas em 2020, publicando tanto um relatório econômico anual quanto textos voltados especificamente aos investimentos em esportes em seu blog. Os *Convocados*, a partir de 2021, assumiram o trabalho iniciado pelo Itaú BBA e, em conjunto com outros parceiros como a XP Investimentos, passaram a publicar suas análises anuais.

Ao todo, trabalhei com 17 relatórios, 12 textos de blog e um comunicado oficial produzido pelos *Convocados* acerca da chamada Lei da SAF, publicados até o primeiro semestre de 2024. Nos subtópicos voltados a cada consultoria a seguir, levanto algumas questões de forma que, sem dúvidas, são tão relevantes quanto as de conteúdo; além disso, há informações sobre os autores que se destacam na produção destes documentos, bem como as iniciativas práticas das empresas citadas no futebol brasileiro, demonstrando sua capacidade de influência crescente. Optei pela ordem cronológica dos documentos, iniciando, portanto, com a Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol do Brasil, produzida pela Itaú BBA a partir de 2012.

3.1.1 Itaú BBA: do pioneirismo ao fim

Em 2012, o Brasil se encontrava às portas do recebimento da Copa do Mundo de 2014 e o futebol nacional vivia um turbilhão de investimentos, tanto de cunho público quanto privado, em especial para a construção de uma série de arenas esportivas visando a realização das partidas do torneio.

A preocupação com a profissionalização das gestões esportivas já estava presente há algum tempo, bem como a convivência com o chamado Padrão FIFA aplicado aos estádios, contendo normas que equiparavam os equipamentos esportivos brasileiros ao mais alto padrão estabelecido pelo futebol em terreno europeu. Este era, portanto, um ambiente propício para o mercado financeiro intensificar seu olhar para a atividade futebolística no Brasil.

No segundo semestre de 2012, a área de crédito do Itaú BBA tornava pública sua análise da situação econômica do futebol brasileiro e de seus principais clubes ao longo do ano de 2011. No texto de apresentação deste relatório, o grupo informa que aquele era o segundo documento produzido, dando sequência ao trabalho iniciado no ano anterior¹⁴ e já apresentava uma

¹⁴ O relatório anterior, porém, teve circulação limitada e interna ao próprio ambiente do banco, de forma que não foi possível obter acesso para esta pesquisa.

percepção quanto a incorporação de valores empresariais por parte até mesmo das torcidas de futebol. Diz o relatório que

agora, além dos elencos e seus títulos, os torcedores também celebram os melhores contratos com a TV, os bons patrocínios de camisa, a venda de um jogador por valor recorde, e por fim, os bons resultados econômico-financeiros. (Itaú BBA, 2012, p. 2)

A percepção dos analistas foi possível após décadas de incentivo, tanto estatal quanto privado, à profissionalização do esporte e que, neste momento, apresentava algum grau de maturidade, fazendo com que as torcidas já levassem estes valores em conta em suas formas de torcer. Não foram raros os momentos, já nas arenas construídas para a Copa de 2014, que torcidas vibravam ao verem anunciadas as rendas das partidas. O otimismo demonstrado pelo relatório tinha razão de ser.

A análise de 2012 do Itaú BBA possuía 79 páginas com dados relativos à economia geral do futebol brasileiro (custos, despesas, investimentos, receitas e afins) e uma análise individual de 16 clubes que participavam da Série A daquele ano. A equipe de analistas era formada por 8 pessoas, sendo 7 homens e apenas 1 mulher.

Estes dados são importantes para estabelecer um parâmetro sobre o crescimento do relatório em si, que ganhou repercussão pública, em especial na mídia especializada em futebol: em 2013, a análise passou a conter 147 páginas; os clubes analisados individualmente já somavam 24; foram adicionadas seções que comparavam a economia do futebol brasileiro com vizinhos sul-americanos e com europeus; a equipe também cresceu, passando a contar com 10 membros, sendo uma parte deles responsável pelo levantamento internacional de dados. Outros aspectos também possuem notável evolução: o texto, ao longo do tempo, passou a conter menos erros gramaticais e de digitação; recursos imagéticos, como tabelas e gráficos, foram inseridos para tornar a linguagem e a leitura mais amigáveis com não-especialistas. Era a profissionalização das propostas de profissionalização.

Ainda neste sentido, outro ponto central: do primeiro ao último relatório publicado pelo Itaú BBA, havia uma seção dedicada a explicar os significados dos termos tipicamente empresariais, uma espécie de dicionário aos leitores leigos. Nela, continham explicações para termos como EBITDA, NCG, Receitas Recorrentes, Passivos, Dividendos, CAPEX e afins. Havia um esforço didático para introduzir uma linguagem específica ao que se propunha como uma nova cultura futebolística, muito mais adaptada ao mercado e ao profissionalismo. Chegar aos torcedores e torcedoras era um objetivo intrínseco a estes documentos.

Além deste esforço educativo, os relatórios do Itaú BBA possuíam um caráter propositivo. Apesar de, na seção denominada *Disclaimer*, a equipe sinalizar que aquela era uma

mera análise técnica baseada em dados públicos, o relatório continha uma apresentação e uma conclusão em texto que estavam carregadas de conteúdo normativo e não descritivo, ou seja, atentando para quais medidas o futebol brasileiro *deveria* adotar se quisesse obter sucesso do ponto de vista do desenvolvimento econômico.

Um último aspecto diz respeito a autoria destes relatórios. Já foi citado que, ao ser lançado em 2012, era assinado pela equipe de crédito do Itaú BBA. Esta equipe sofria constantes mudanças de um ano para o outro, a não ser o nome de seu principal analista, que encabeçava a lista de autores ao final de cada relatório: César Grafietti.

Economista de formação, Grafietti trabalhou no Itaú BBA por cerca de 23 anos na área de crédito do banco até se tornar consultor independente e líder dos *Convocados*. E esta trajetória possui relação intrínseca com a repercussão e circulação que as análises econômicas sobre futebol obtiveram ao longo dos anos: antes parte de uma equipe, apesar de sempre surgir como o primeiro nome na lista de autores, Grafietti foi apontado como “Treinador” nos relatórios de 2016, 2017 e 2018, seguido pelos nomes que formavam sua “Comissão Técnica” – uma brincadeira em relação ao futebol, mas que já demonstrava o protagonismo conquistado pelo consultor. Em 2019, outra mudança: o relatório passa a ser assinado apenas por Grafietti, creditado como “consultor”, e Pasquale Di Caterina, apontado como Especialista de Crédito. Em 2020, Grafietti assina sozinho, pela primeira vez, o texto de apresentação do relatório e Di Caterina é citado apenas como um colaborador ao fim da análise. Em 2021, o protagonismo total: apenas Grafietti é creditado como autor do relatório, sem nenhuma outra colaboração ou nomes de integrantes de equipe citados, justamente na última edição publicada pelo Itaú BBA. Nesta edição, o economista já era citado como “Consultor de Gestão e Finanças do Esporte”, um cargo inexistente naquele primeiro relatório publicado em 2012 e que demonstra o ganho de atenção que o futebol e os esportes passaram a ter entre instituições financeiras.

O que proponho é que a empreitada iniciada pelo Itaú BBA consolidou a figura de um intelectual orgânico, que possui suas origens no próprio mercado, mas que se expandiu para campos bem mais amplos, dialogando com públicos cada vez maiores. Grafietti se tornou a grande referência em mercado e finanças futebolísticas no país, possui inúmeras entrevistas concedidas a meios de comunicação e, o que considero o auge de sua influência, em 2024 se tornou um consultor direto da CBF, colaborando no projeto de construção de um projeto de *fair play* financeiro a ser aplicado no futebol nacional.

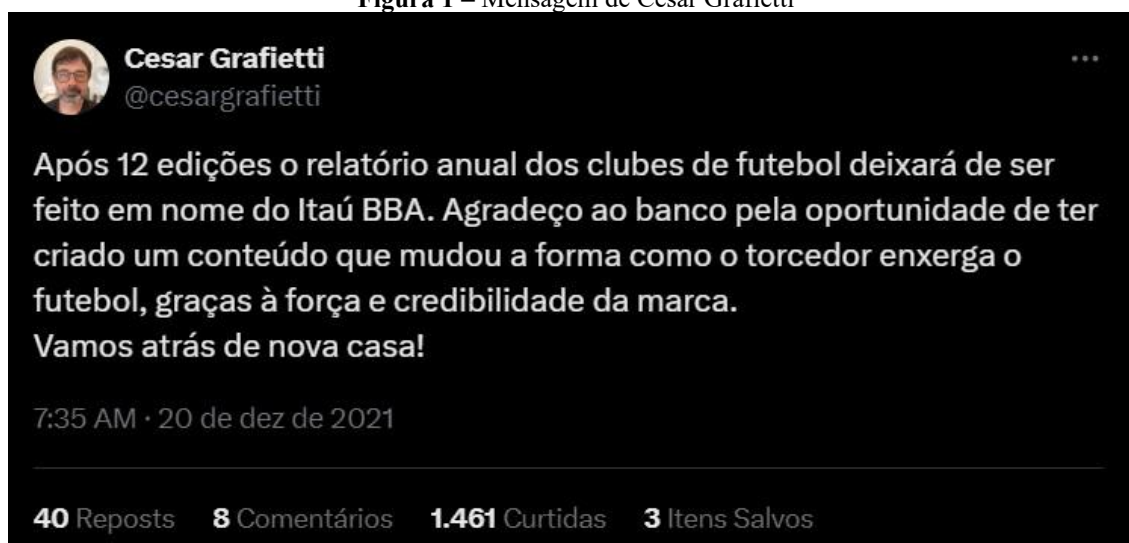
De certa forma, a trajetória de Grafietti simboliza a vitória do modo empresarial de ver o futebol nesta última década, partindo de um relatório de circulação interna para galgar

posições de destaque dentro da confederação brasileira, com capacidade para influenciar clubes e torcidas de todo o país.

Quanto ao relatório do Itaú BBA, como já informado, sua última edição foi publicada em 2021, sendo substituída, por assim dizer, pelas análises anuais publicadas pelo grupo *Convocados* a partir de 2022. Ao todo, o Itaú BBA publicou 10 relatórios anuais sobre a economia do futebol brasileiro entre 2012 e 2021, consolidando um caminho aparentemente sem volta na participação de instituições financeiras no cotidiano do futebol brasileiro. Sem grandes surpresas, foi o próprio Grafietti quem anunciou o término da atividade, em declaração dada em uma rede social¹⁵, que demonstra sua visão acerca do impacto causado por dez anos deste trabalho.

Mais do que um trabalho realizado por uma consultora, o analista demonstra como o que está em jogo é a construção de uma cultura futebolística, a consolidação de uma maneira empresarial de interpretar o esporte:

Figura 1 – Mensagem de Cesar Grafietti



Fonte: Imagem gerada pelo autor¹⁶

3.1.2 Convocados: a nova casa

Sem tempo a perder após o encerramento das atividades relacionadas ao relatório no Itaú BBA, Grafietti liderou a criação de um grupo de consultoria totalmente voltada ao esporte, a *Convocados*. Desta vez, o analista se juntou a nomes com trajetórias mais conectadas com o

¹⁵ Se contada a primeira edição de circulação interna, o total de edições seria 11, e não 12, como afirma Grafietti. Como não é possível acessar esta primeira, conto apenas 10.

¹⁶ A declaração pode ser lida aqui: <https://x.com/cesargrafietti/status/1472878324259164160> Acesso em 17 de jul. de 2024. Importante notar que esta imagem foi gerada antes do banimento da plataforma Twitter / X no Brasil, de forma que, ao menos neste momento, não é mais possível acessar a fonte pelo endereço indicado.

futebol: Rafael Plastina (ex-gerente de marketing do Vitória – BA e atualmente consultor voltado ao esporte), Renée Pinheiro (com experiência como olheiro¹⁷, gerência de marketing e agenciamento de atletas), Rodolfo Kussarev (exerceu cargos na diretoria de diversos clubes e na Federação Paulista de Futebol) e, por fim, Roque Júnior (ex-atleta multicampeão e com experiência na gestão de clubes).

A partir do *slogan* “Você está preparado para ouvir a verdade?”, a *Convocados* anuncia uma consultoria completa para aqueles que desejam investir no futebol, partindo de uma análise realizada por profissionais com experiência e de uma rede contatos em todos os níveis do futebol nacional e internacional até a implementação e o monitoramento dos resultados. Munidos da *verdade*, a *Convocados* dá um passo que se tornou relativamente comum desde a implementação da Lei da SAF no Brasil, com diferentes instituições e consultorias financeiras participando diretamente da vida dos clubes, inclusive daqueles que (ainda?) não se tornaram SAF. Este avanço para o aspecto mais prático serve como ferramenta importante na consolidação de um discurso econômico voltado ao futebol: mais do que dizer como fazer, agora há exemplos práticos.

No caso dos *Convocados*, a iniciativa foi ainda mais longe: no primeiro semestre de 2023, o grupo adquiriu o clube Anadia, da terceira divisão de Portugal, por 200 mil euros (quantia que totalizava a dívida do clube naquele momento). A ideia é captar jogadores no Brasil e no continente africano para desenvolvimento e posterior venda com ganhos financeiros importantes. O grupo se anuncia como o primeiro MCO (*multiclub ownership*, grupos de investimento que possuem clubes em diferentes países) do Brasil, comprando clubes em divisões inferiores da Europa visando a revenda após a estabilização, tanto financeira quanto esportiva.

Agora, de volta aos relatórios e análises anuais, a *Convocados* publicou documentos nos anos de 2022, 2023 e 2024. Desta vez, contou com diferentes parceiras na produção e divulgação dessas iniciativas. Na primeira, de 2022, realizou uma parceria com a XP Investimentos, que também participa ativamente desta nova onda de empresarização de clubes de futebol no Brasil. A XP foi a responsável por negociar a compra do Cruzeiro pelo grupo de investimentos liderado pelo ex-jogador Ronaldo Nazário. O acordo entre *Convocados* e XP foi anunciado da seguinte maneira, indicando a centralidade destes atores neste processo de construção de uma nova cultura futebolística:

¹⁷ Em termos futebolísticos, o olheiro é o profissional responsável pela observação e captação de jovens jogadores, em especial aqueles que ainda estejam fora do radar dos principais clubes de futebol.

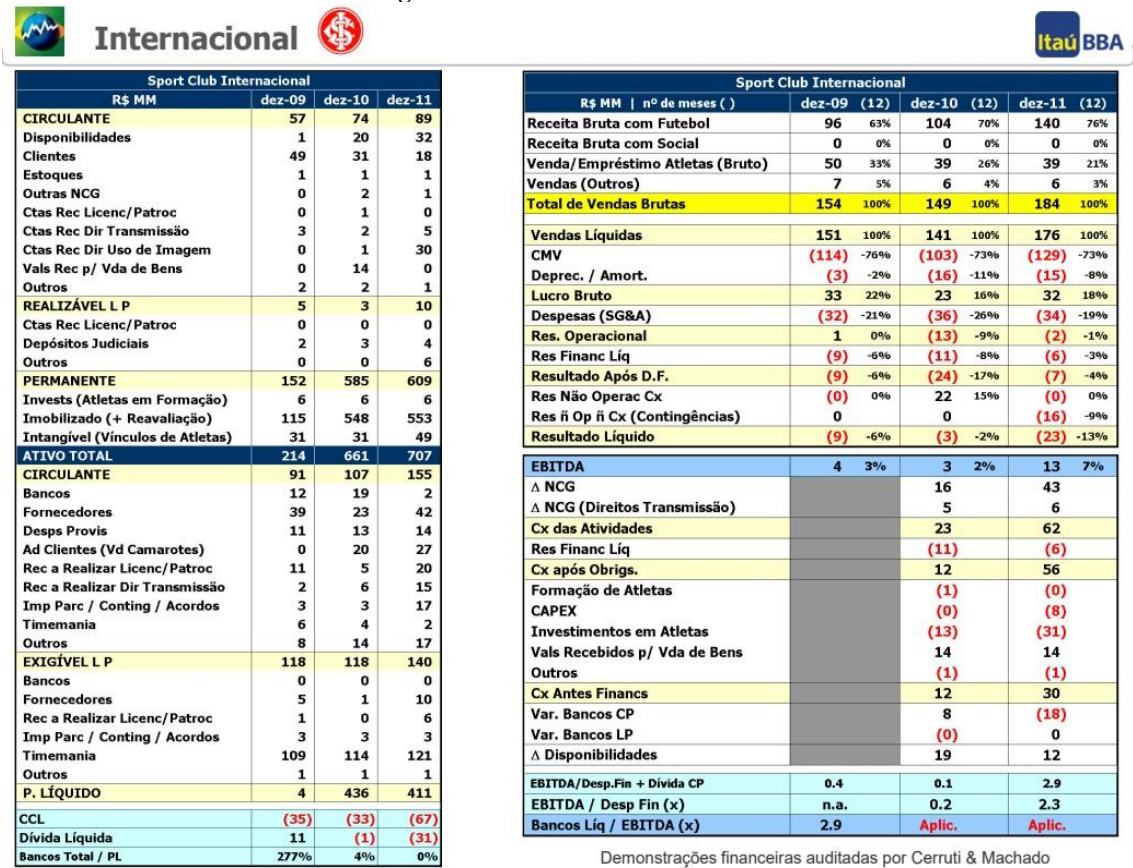
Uma parceria entre a consultoria Convocados, que atua na indústria do futebol numa visão 360° - da bola aos cálculos, das receitas à **cultura esportiva** -, e a XP Investimentos, pioneira nesse movimento de reorganização do futebol brasileiro, responsável pelas primeiras SAFs, e **pronta a conduzir esta transformação**. (Convocados, 2022, p. 5, grifo meu)

A estrutura deste novo relatório é semelhante aos publicados pelo Itaú BBA, com algumas poucas diferenças: seguem as seções de apresentação, um *disclaimer*, critérios técnicos (o dicionário de termos empresariais), números gerais da economia do futebol brasileiro, análise individual de 29 clubes das séries A e B; as novidades são dados e textos relacionados ao futebol feminino no país, mais textos propositivos dos analistas e, o que me parece mais relevante aqui, a utilização de pesquisas que dão conta do comportamento consumidor de torcidas de futebol (esta seção se aprofundará nos relatórios de 2023 e 2024, com cada vez mais detalhes e dados).

Há uma aposta na diminuição dos textos de caráter informativo, substituídos por recursos imagéticos de diferentes tipos, enquanto aumenta-se o número de textos de caráter normativo.

Abaixo, reproduzo duas imagens retiradas dos relatórios de 2012, do Itaú BBA, e de 2024, dos *Convocados*, para exemplificar algumas destas mudanças. Ambas dizem respeito à página inicial de análise individual de um mesmo clube, o Internacional – RS.

Figura 2 – Relatório Itaú BBA 2012



12 Área de Crédito – Banco Itaú BBA

Fonte: Itaú BBA (2012).

Figura 3 – Relatório Convocados 2024



Nota-se que, no primeiro caso, muitas informações referentes ao balanço financeiro do clube estão dispostas em tabelas que, ao primeiro olhar de um leitor leigo, podem gerar estranhamento. Este tipo de comunicação mais direta através de números e termos específicos de um documento econômico pode funcionar bem entre especialistas. Por outro lado, considerando o objetivo declarado de se comunicar com torcidas de futebol, que em boa parte jamais tiveram acesso a esta linguagem tão específica, este pode ser um empecilho. A imagem de 2024 demonstra como a comunicação se tornou muito mais amigável e intuitiva, ao menos no que diz respeito à página inicial da análise. Além de uma lista resumida do que funcionou e do que não funcionou, de acordo com os parâmetros estabelecidos pelos autores, há a adição de feições humanas demonstrando maior ou menor satisfação. Tais mudanças diminuíram consideravelmente o número total de páginas do relatório, já que, no último documento publicado pelo Itaú BBA constavam 309 páginas, enquanto o primeiro da *Convocados* possui 229.

No que diz respeito aos textos propositivos, no mais longo deles, denominado “Caminhos para o futuro”, há uma série de iniciativas, com respectivos desdobramentos e “como fazer?”, que os analistas entendem ser necessárias para que o futebol brasileiro possa se equiparar ao europeu: transformação dos clubes em empresas, caderno de licenciamento, um novo calendário de competições, *fair play* financeiro e a criação de uma liga de clubes. Também há um texto do tipo relacionado ao futebol feminino, indicando a necessidade de transparência, independência, e a criação de uma estrutura e projetos realistas e sólidos para a modalidade.

Os relatórios de 2023 e 2024 (com 290 e 301 páginas, respectivamente, retomando o padrão do Itaú BBA) seguem esta nova estrutura, porém com parceiros diferentes. A XP sai de cena e entram, na condição de patrocinadores e colaboradores, a Galápagos Capital (uma companhia de investimentos, que alega possuir 14 bilhões de reais sob sua gestão), a Outfield INC (classificada como uma boutique de negócios totalmente voltada ao esporte e entretenimento) e a 2Morrow Sports (empresa de tecnologia especializada em engajamento *online*). A entrada da 2Morrow Sports, inclusive, reforça a seção voltada aos padrões de consumo torcedor, já presente no relatório de 2022. São apresentados conjuntos de dados que englobam tanto o perfil das torcidas, como média de idade, quanto e como estas consomem futebol e outros equipamentos e serviços conectados ao esporte. Neste sentido, sendo um tema que receberá mais atenção ainda neste capítulo, há a consolidação da figura do torcedor enquanto cliente/consumidor.

Outra novidade em relação aos documentos de 2023 e 2024 é a comparação da economia do futebol brasileiro não só com outras ligas futebolísticas no mundo, em especial na Europa,

mas com outros esportes. Os chamados esportes americanos (beisebol, basquete, futebol americano e hóquei), que são estruturados em grandes ligas, formam um parâmetro ao qual o futebol brasileiro deveria se espelhar, ao menos de acordo com os analistas em questão.

Os autores enxergam muito espaço para crescimento do futebol brasileiro (o que justifica a presença de tantas empresas de investimento atentas e participando destes relatórios), em especial se levarmos em conta o objetivo de tornar a liga de futebol brasileira, ainda inexistente, em um *produto* de alcance global.

3.1.3 Ernst & Young: outras possibilidades de intervenção

A última das consultoras analisadas é a Ernst & Young (EY). Diferentemente de Itaú BBA e *Convocados*, a EY possui raízes no Reino Unido, fundada por Arthur Young e Alwin C. Ernst nas primeiras décadas do século XX. A consultora possui atuação global e, no Brasil, conta com sedes nas capitais de 10 estados diferentes e em outras cidades do interior das regiões Sul e Sudeste. Trata-se, portanto, de uma gigante de seu setor e com capacidade de influência em todos os setores da sociedade.

No que diz respeito ao esporte, a EY possui uma diretoria específica de Esporte e Entretenimento, atualmente ocupada pelo consultor Pedro Daniel na sede paulistana da empresa. Em 2012, a EY prestou serviços de consultoria para a realização das Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro. Seus relatórios de análise sobre a economia do futebol brasileiro, porém, só começaram a ser produzidos e publicados em 2021.

Intitulados como “Levantamento Financeiro dos Clubes Brasileiros”, os documentos produzidos pela EY possuem um caráter muito mais descritivo dos que os comentados até aqui. Não foram encontrados, por exemplo, comentários ou análises no sentido do que deveria ser feito pelos clubes, apenas a apresentação geral de receitas, endividamentos e resultados operacionais dos clubes. Sabe-se, porém, que nenhuma descrição é inocente: a decisão sobre o que descrever e como tal descrição é feita está permeada pelos mesmos valores do discurso empresarial presente nos documentos de outras consultoras.

Os relatórios também contam com o que denominei de dicionário de termos empresariais para facilitar a leitura de um público mais amplo, explicitando o desejo de escapar dos círculos estritamente formados por economistas, consultores, analistas e afins. Ainda em termos de forma, os clubes não são analisados individualmente, resultando em um documento muito mais enxuto em relação às outras consultoras.

Na EY, o documento mais longo possui 51 páginas, frente as mais de 300 páginas de Itaú BBA e *Convocados*. Mesmo assim, são compilados dados de mais de 20 clubes das séries

A e B do Brasil, número que aumenta nos relatórios seguintes. Ao contrário de relatórios mais robustos, aqui não existem comparações com o futebol sul-americano ou europeu, muito menos dados sobre o futebol feminino brasileiro. Também há poucos textos e muitos recursos gráficos.

Outro ponto de destaque diz respeito à utilização de uma ferramenta chamada Sports Analytics, criada pela área de Esportes da empresa, que contempla uma base de dados que permitiu a elaboração deste relatório, o que demonstra a valorização deste setor como uma oportunidade de investimento importante para a consultora. Uma série de negócios existentes dentro da indústria futebolística contemporânea, desde a aquisição de clubes (provavelmente a que envolve as maiores quantias) até as vendas de placas de publicidade contam com a participação das instituições financeiras aqui em questão. De forma que demonstrar seu interesse e conhecimento sobre o negócio em si pode servir como diferencial entre seus concorrentes na tentativa de chamar a atenção de novos clientes, sejam clubes de futebol em busca da profissionalização e otimização de seus processos de gestão, sejam investidores interessados em adquirir agremiações esportivas no Brasil, em especial após a aprovação da Lei da SAF.

O relatório de 2021 é assinado por Alexandre Rangel, Pedro Daniel, Gustavo Hazan e Pedro Menezes. Em 2022, o documento não possui informações sobre seus autores, mas eles voltam a aparecer no relatório de 2023, desta vez com apenas uma dupla responsável: Pedro Daniel e Gustavo Hazan, agora já creditados como diretores executivos da área de Esporte e Entretenimento, o que permite especular que este setor foi estruturado recentemente.

Já no relatório mais recente, de 2024, Gustavo Hazan não está presente, sendo substituído por José Rocha, creditado como autor junto a Pedro Daniel. Outros quatro consultores são citados, mas sem fotos (ao contrário dos citados até aqui), o que indica uma posição mais baixa na hierarquia e, provavelmente, de contribuição na confecção do relatório: Marina Firmino, Gustavo Gomes, Nathalia Vicentini e Martin Larriera. Pela primeira vez, nota-se a presença de mulheres nos relatórios da EY.

Se ainda não alçou voos tão altos quanto Cesar Grefiatti, é importante notar a trajetória ascendente de Pedro Daniel, tanto internamente, na EY, quanto externamente. Ao assumir, sozinho, a direção executiva da área de esportes e entretenimento da empresa, o analista assumiu também um protagonismo frente à opinião pública. Como Grefiatti, é alvo frequente de entrevistas, em especial na imprensa especializada em futebol, bem como é o elo entre a consultora e os clubes para os quais presta seus serviços. Nomes como o de Pedro Daniel e Cesar Grefiatti mostram como o sucesso deste discurso forma novas referências no campo

futebolístico, mesmo que estas sejam mais influentes nos bastidores do que personalidades conhecidas pelas torcidas brasileiras.

Outro tipo de documento que serviu para análise foram as postagens no *blog* que a EY mantém em seu site. Até o início do segundo semestre de 2024, foi possível encontrar 12 textos, no arquivo do *blog*, que faziam alguma referência a esportes, entre eles o futebol. É natural que, neste tipo de comunicação, se encontre menos descrição e mais presença explícita de alguns dos valores da empresa. Os temas são variados: há um texto sobre a pouca presença de mulheres nos cargos gerenciais em geral, mas em especial no esporte; uma série de textos que indicam a solução do clube-empresa e da razão empresarial como a melhor saída para os clubes de futebol; outros que divulgam os relatórios elaborados pela EY; e aqueles que darei mais atenção agora, sobre algumas iniciativas práticas da EY no futebol brasileiro, demonstrando como a empresa já está bem estabelecida e servindo de referência entre clubes no Brasil.

Se o futebol feminino ainda não recebe atenção nos relatórios da consultora, em 2023 a empresa passou a patrocinar um projeto chamado “Em Busca de Uma Estrela”, que também conta com o apoio da Federação Paulista de Futebol. O projeto realiza peneiras em São Paulo, em áreas consideradas como de vulnerabilidade social, de forma gratuita, em busca de encontrar atletas com potencial para se tornarem profissionais.

Ainda no futebol, agora no masculino, em 2022 a EY assinou uma parceria com o Guarani Futebol Clube, da cidade de Campinas, com o objetivo de reestruturar a gestão do clube, aplicando os conceitos empresariais como governança, *compliance* e *customer relationship manager* (CRM). Este projeto com o Guarani, que em 2024 ocupa a segunda divisão do futebol nacional, ainda conta com a Win The Game, que tem a BTG Pactual como uma de suas sócias.

Já em 2024, a EY foi contratada pela nova gestão do Corinthians visando os serviços de consultoria e de planejamento estratégico pelos próximos três anos. O primeiro documento produzido pela empresa sobre o clube paulista foi chamado de “relatório-bomba” pela imprensa especializada, dado o tamanho das dívidas do clube, além da sugestão de abdicar da estrutura associativa para a empresarial, ou seja, numa SAF¹⁸. Sabe-se que a EY também presta serviços para o Athletico-PR em termos de planejamento estratégico, além de auxiliar o clube no processo de transformação em SAF. É possível notar uma tendência de aumento, portanto, no trabalho de assessoria e consultoria das instituições financeiras oferecidas aos clubes após a Lei da SAF.

¹⁸ Ver matéria completa no link: https://www.espn.com.br/futebol/corinthians/artigo/_/id/13629543/corinthians-relatorio-bomba-divida-r-21-bilhoes-saf-recuperacao-judicial-remedio-amargo Acesso em 23 de jul. de 2024.

Partirei agora para o debate voltado aos temas mais recorrentemente identificados nos documentos analisados, a começar pelo incentivo às SAF e de como a política é percebida como um entrave ao desenvolvimento econômico do futebol brasileiro.

3.2 As SAF e o problema da política

Que o discurso contido nestes documentos seria simpático às SAF no Brasil não chega a ser uma surpresa. Esta era uma hipótese óbvia que se confirmou. Por outro lado, interessava investigar como exatamente este tema era tratado e como se configurava a argumentação em torno da transformação dos clubes em empresas. É importante notar que esta nomenclatura, Sociedade Anônima do Futebol (SAF), só passou a figurar nos relatórios a partir de 2022, em documento produzido pelos *Convocados*. Ou seja, os relatórios do Itaú BBA, produzidos anteriormente à oficialização da Lei da SAF em 2021, ainda não as nomeava desta forma. Isto não significa, por outro lado, que a gestão empresarial a partir de outros exemplos e formatos jurídicos não fosse levada em conta por eles. Considerando o impacto desta lei no futebol brasileiro, de certa forma inaugurando uma nova onda de empresarização dos clubes a partir de uma legislação nova e específica, tratarei apenas deste instante adiante, ou seja, da oficialização da lei até os fatos que ainda se desenrolam no momento da escrita deste capítulo. Desta forma, ficam em evidência os documentos produzidos por *Convocados* e seus parceiros e a EY.

Em primeiro lugar, nunca é demais lembrar que é a formatação jurídica, a partir de iniciativa estatal, que permitiu este novo movimento de empresarização de clubes de futebol no Brasil. Reforço este ponto para tornar cristalino como a supostamente temida intervenção estatal no mercado é justamente o que produz as condições para o fomento e sustentação deste próprio mercado, como nos lembram Dardot e Laval (2016). Não há *laissez-faire* que resista a um projeto de lei que potencialize as possibilidades de lucro. Este é um preceito neoliberal que se reproduz integralmente no cenário futebolístico brasileiro.

Na seção de apresentação do relatório produzido em 2022, referente ao ano de 2021, os *Convocados*, desta vez em parceria com a XP Investimentos, comemoram a aprovação da lei e preveem a aceleração da empresarização a partir daí:

[...] 2021 terminou com boas iniciativas. A aprovação da lei da SAF, as conversas mais avançadas sobre formação de liga de clubes, o crescimento do streaming como alternativa adicional de receitas de transmissão, o crescimento de games, a chegada das apostas. Tudo isso para servir um torcedor que segue apaixonado pelo seu clube, pelo futebol. Estamos atrasados, mas para se chegar ao destino é preciso dar os primeiros passos. Que o futuro seja logo ali. (*Convocados*, 2022, p. 12)

A própria parceria com a XP neste relatório, como já dito, não é coincidência: foi de responsabilidade da consultora de investimentos o processo de venda do Cruzeiro¹⁹, por exemplo, o que garantiu uma distinção importante para a empresa neste nicho, se tornando uma referência no tema e participante frequente de vendas posteriores.

Neste mesmo documento de 2022, *Convocados/XP* produzem, já ao fim do texto, uma seção denominada “Caminhos para o futuro”, que contém uma lista de ações que consideram necessárias para o sucesso a longo prazo na gestão do futebol brasileiro. O primeiro movimento destacado é justamente a transformação dos clubes em empresas a partir deste novo modelo de SAF. Apesar de reconhecer a imperfeição da lei atual, que poderia gerar alguma insegurança jurídica aos investidores²⁰, os autores apontam para as vantagens contidas nesta nova lei que favorecem a concatenação desta passagem do modelo associativo para o empresarial.

São três as vantagens destacadas:

- **Equidade tributária entre Associação e SAF:** esta era uma reivindicação importante relativa à legislação passada. Os clubes-empresa, do ponto de vista fiscal, não possuíam as mesmas condições fiscais favoráveis que as associações, de forma que o investimento era menos atrativo. Agora, a Lei da SAF estabelece um sistema tributário semelhante entre associações e SAF, “com alíquota única sobre as receitas – 5% sobre as receitas de negociação de atletas por 5 anos e 4% sobre o total de receitas a partir do 6º ano – que permite competições com clubes fiscalmente equivalentes” (Convocados, 2022, p. 180).
- **Preservação da marca:** existia um receio, especialmente baseado no modelo estadunidense de franquias esportivas, de que os clubes poderiam ver suas cores, símbolos e até mesmo suas localizações serem alteradas após a aquisição por investidores privados. A Lei da SAF garante a manutenção de todos estes aspectos, o que, teoricamente, torna a passagem de modelo jurídico mais segura e até mesmo mais desejável pelas torcidas.
- **Regras de governança:** este é um ponto central para os autores e para a consolidação do modo de gestão empresarial no futebol. A Lei da SAF estabelece uma série de práticas mínimas de governança e transparência, evidentemente todas baseadas

¹⁹ No segundo semestre de 2024, quando escrevo este texto, o Cruzeiro já foi vendido mais uma vez. Inicialmente comprado pelo grupo de investimentos que possuía Ronaldo Nazário como principal sócio, o clube foi vendido, com lucro, para o empresário Pedro Lourenço, dono da rede de supermercados BH e torcedor do clube. Esta modalidade de investimento em SAF, comprar na baixa para vender na alta, é apenas uma das possibilidades que este modelo oferece.

²⁰ Esta preocupação também foi compartilhada por John Textor, dono do Botafogo. Pode-se supor, portanto, que a lei passe por atualizações a partir de tais críticas e demandas de investidores.

nos preceitos de mercado. O argumento é que este movimento permite o acompanhamento e avaliação da gestão por parte das torcidas.

A partir do relatório de 2023 dos *Convocados*, a sigla SAF já se torna totalmente incorporada à linguagem do documento (foram 38 menções à sigla ao longo do texto), levando em conta que, naquele momento, Botafogo, Cruzeiro e Vasco já haviam sido adquiridos por diferentes grupos de investimentos²¹. Há, inclusive, um ponto curioso na análise individual feita acerca do Botafogo SAF, que demonstra certa decepção dos autores. Consta no relatório um déficit significativo de transparência por parte da empresa: a gestão não forneceu dados completos sobre seu balanço financeiro anual, de forma que os autores não puderam realizar a análise completa, como ocorreu com as outras associações. O mesmo aconteceu com o Vasco SAF. Ou seja, o que foi apontado como um mérito importante da nova lei não funcionou de acordo com a expectativa já em seu primeiro ano de aplicação.

Além dos comentários feitos ao longo dos relatórios anuais, os *Convocados* produziram um documento para tratar especificamente da Lei da SAF. Os pontos citados anteriormente são reforçados aqui, mas a crítica quanto à insegurança jurídica é aprofundada. Mas o que mais interessa neste momento está presente no penúltimo parágrafo deste documento:

Há uma clara chance de transformação do futebol brasileiro a partir da possibilidade de mudarmos a maneira como os clubes são geridos. **Sem política, sem troca de comando**, sem acordos que sustentam mandatos, com capacidade de planejamento e continuidade, **presença de profissionais e medidas de gestão modernas, com análises de desempenho e remuneração meritocrática**, de forma a atrair profissionais cada vez melhores e obter resultados esportivos e financeiros cada vez mais sustentáveis e robustos. (Convocados, 2022, p. 3)

Esta é a síntese da argumentação pró-SAF: extinção da política combinada com a pretensa neutralidade da técnica. Estes aspectos resultam em uma postura antipolítica que, curiosamente, demonstra como o discurso econômico neoliberal, reproduzido pelos autores do relatório, possui uma concepção de política muito mais próxima da de Rancière (2018), discutida anteriormente, do que o senso comum poderia presumir. Ao tratar dos clubes, os autores dizem que “ao serem entidades políticas, que dependem de eleição e mudam sua gestão de tempos em tempos, não há incentivo a pensar em longo prazo, se as conquistas estão a um passo de distância” (Itaú BBA, 2017, p. 4). Ao elogiar a gestão do Grêmio – RS, dizem que

Um dos primeiros clubes a ter a figura de um **CEO que atuava com certa independência da influência política**, o Grêmio iniciou o processo de

²¹ Bahia e Coritiba estavam prestes a concretizar suas vendas para Football City Group e Treecorp Investimentos, respectivamente. No caso do Coritiba, é interessante notar que o clube estava sendo adquirido por um grupo de investimento sem experiência prévia no futebol, até então algo inédito. Bahia, Botafogo, Cruzeiro e Vasco já fazem parte de um portfólio que contava com outros clubes internacionais entre os investimentos de seus novos donos.

reorganização das finanças em 2014, para a partir de 2015 operar com geração de caixa positiva. (Itaú BBA, 2018, p. 153, grifo meu)

Se nota, mesmo que de forma não dita, o receio do conflito, atividade típica da política. É preciso afastar qualquer foco de instabilidade, de questionamento e de cobranças vindas de torcidas ou daqueles que foram eleitos por torcidas. A política como resolução de conflitos ou acomodação de interesses, interpretação um tanto comum em determinados círculos políticos considerados de esquerda hoje em dia, é rechaçada pelo discurso neoliberal, reconhecendo seu potencial desestabilizador de uma ordem estabelecida. Clubes associativos que realizam eleições, por mais limitados que sejam estes processos, ainda flertam com algum aspecto democrático e de participação torcedora e este é um problema que, do ponto de vista empresarial, precisa ser extirpado. A veia antidemocrática do neoliberalismo, apontada por Wendy Brown (2019), também surge quando o assunto é futebol.

Parte do desafio de evitar a política engloba a já citada obsessão neoliberal em esconder seu caráter enquanto projeto político contingente para poder exaltar sua neutralidade e, no limite, inevitabilidade. Citei anteriormente que todos os relatórios produzidos pelo Itaú BBA continham um *disclaimer*, um aviso inicial. Eis seu conteúdo:

Este é um trabalho feito pelos profissionais da Área de Crédito do Itaú BBA, baseado exclusivamente em informações públicas e sem que tivéssemos qualquer contato com os clubes para explorar eventuais dúvidas e aprofundar algumas questões **O objetivo é meramente informativo e tentamos apresentar aos Torcedores a visão de uma equipe técnica e multiclubística sobre a condição financeira do Futebol Brasileiro e seus Clubes. [...] Por conta disso, podemos afirmar que o material reflete a realidade “pública” de cada clube, e nossas avaliações são feitas com base em hipóteses técnicas, apenas.** (Itaú BBA, 2013, p. 4, grifo meu)

Em primeiro lugar, é destacado que o relatório é produzido por profissionais, que se orientam *exclusivamente* pela técnica. Em segundo lugar, como forma de demonstrar isenção, é citada a participação de profissionais torcedores de múltiplos clubes, ou seja, não haveria favorecimento a determinada agremiação. Por fim, há a afirmação de que o relatório reflete apenas a realidade e que as hipóteses são meramente técnicas, ou seja, elaboradas sem juízo de valor, sem orientação política ou algo do tipo.

Semelhante recusa da política dentro dos clubes é observada em posicionamentos estabelecidos pela EY. Entre as postagens realizadas no blog da consultora, há um trecho que produz uma síntese deste posicionamento:

As Sociedades Anônimas do Futebol prometem uma verdadeira revolução no futebol. [...] Saem de cena os velhos cartolas, as gestões administrativas e financeiras precárias e amadoras, os grupos políticos, as disputas internas e outros problemas que, muitas vezes, levam um time tradicional à bancarrota. [...] A transformação em um modelo profissional

pode ser uma oportunidade para captação de recursos financeiros, estabilidade na gestão, **menor interferência política** e visão de longo prazo. (Clube S/A..., 2022, grifos meus)

O que poderia ser considerado como sintoma de uma instituição viva, a diversidade de projetos entre diferentes grupos políticos em um clube é considerada como um problema a ser resolvido por esta nova forma de gestão empresarial. É possível argumentar que este movimento representa um processo de individualização voltado ao clube em si: atores coletivos organizados em grupos políticos, essencialmente parte de uma disputa política interna baseada em divergências e conflitos, serão substituídos por um único sujeito, o novo dono do clube; por sua vez, este novo dono será o responsável por estabelecer uma visão empresarial e uma estratégia de longo prazo ao clube que, aparentemente, não deve ser questionada. Este trecho possui um aspecto que encaminha o próximo tópico: a luta ferrenha pela extinção de qualquer aspecto que possa fazer referência ao amadorismo no futebol brasileiro.

3.3 O mito da irracionalidade torcedora e a frieza empresarial

Entre os meses de agosto e dezembro de 2021, o artista chileno Alfredo Jaar exibiu suas obras em uma mostra nomeada “Lamento das Imagens”, hospedada pelo Sesc Pompéia, na capital paulista, com a curadoria de Moacir dos Anjos. Entre seus trabalhos, Jaar apresentou uma imagem que continha a frase “Outras pessoas pensam”. Este trecho, retirado de um dos textos do artista estadunidense John Cage, fazia referência aos processos de colonização em que, entre outros aspectos, possuía a desumanização e a alegação da incapacidade de agir racionalmente dos povos dominados como um dos trunfos que justificariam as ações dos colonizadores. A razão era de domínio próprio dos colonizadores, de maneira que qualquer outra forma de interpretar e agir no mundo seria considerada irracional. Aos colonizados restava apenas sentir e reagir emocionalmente às situações. Apresentar uma visão crítica deste processo de dominação e reafirmar outros conhecimentos e outras razões possíveis e existentes foi, e continua sendo, parte essencial da luta dos povos colonizados pelo mundo, como busca lembrar o artista chileno²².

Reivindico a lembrança desta exibição por conta de outro tema identificado com muita frequência nos documentos analisados, em especial nos relatórios produzidos por Itaú BBA e, posteriormente, *Convocados*. Há uma insistência, por parte dos autores, em produzir uma dicotomia irremediável entre a razão empresarial versus a emoção torcedora: de um lado, os

²² Mais detalhes sobre a exposição de Jaar podem ser lidos aqui: <https://www.artequacontece.com.br/sesc-pompeia-abre-individual-de-alfredo-jaar/> Acesso em 31 de jul. de 2024.

empresários frios do ponto de vista emocional, orientados pelo planejamento de longo prazo e pelos mandamentos econômicos neoliberais; de outro, a fúria torcedora por resultados imediatos, incapazes de encarar o futebol de forma “racional”, atrapalhando o progresso organizacional e econômico. Neste balaio “irracional”, diga-se, ainda são colocados os dirigentes dos clubes que ainda são associações civis, os populares “cartolas”, que desempenham um tipo de gestão que é alvo frequente dos analistas financeiros. O trecho a seguir é ilustrativo neste sentido, ao tratar da análise feita sobre a situação financeira do Santos – SP, em 2014:

O Santos sai da condição de clube equilibrado, com gestão financeira cuidadosa e passa a ingressar o rol de clubes com gestão de Torcedor. O resultado é gastar mais do que deveria, elevar custos sem contrapartida de Receitas recorrentes e, consequentemente, elevar endividamento e colocar em risco seu fluxo de caixa. Não parece nada saudável o caminho que o clube adotou. 2014 tende a ser ainda pior. (Itaú BBA, 2014, p. 78, grifo meu)

A classificação elaborada pelos autores, “gestão de torcedor”, faz parte de uma caracterização essencialmente negativa voltada às torcidas de futebol. A gestão torcedora é aquela incapaz de cuidar financeiramente do clube, é irresponsável, se deixa levar pela emoção e não possui o equilíbrio necessário que a tarefa supostamente exige. Um segundo exemplo, presente no mesmo relatório de 2014, demonstra o pessimismo com o resultado financeiro geral apresentado pelo futebol brasileiro: os autores afirmam que “infelizmente, pioramos muito. Toda a esperança de profissionalização do Futebol no Brasil foi por água abaixo. [...] a “voz da arquibancada” que está dentro de cada dirigente falou mais alto e gastou-se, gastou-se, gastou-se.” (Itaú BBA, 2014, p. 151).

A mesma valoração negativa pôde ser vista no relatório de 2020, quando os autores faziam referência à gestão do Cruzeiro – MG. Dizem os analistas que “o Cruzeiro, ainda que esteja agora pagando uma conta salgada, reflete a visão comum de dirigentes e torcedores: gastar pelo título e depois ver o que fazer. Em algum momento a conta chega” (Itaú BBA, 2020, p. 54).

A denúncia de uma falta de racionalidade surge, neste contexto, como parte de um ataque ao amadorismo em si. É este o grande embate que serve como alimento para o discurso econômico neoliberal neste momento do futebol brasileiro. O amadorismo é julgado como símbolo do atraso, que até poderia ser representado por diferentes grupos e situações, mas que, ao menos nos documentos analisados, possuem as torcidas como alvo preferencial. Até mesmo quando há elogios voltados para a gestão austera colocada em prática pela diretoria do Flamengo em 2013, a torcida segue sendo vista como vilã, como obstáculo para o sucesso:

O Flamengo está no caminho certo, mesmo que isto signifique alguns anos longe dos títulos, o que afinal vinha ocorrendo antes mesmo desta reorganização do clube. **O difícil é domar a Torcida**, porque haverá oscilação e riscos no meio do caminho. O Flamengo fez a coisa certa. [...] **O difícil, além de lidar com uma torcida que quer sempre títulos**, é competir contra clubes que ainda se utilizam das **velhas práticas de gestão esportiva**. (Itaú BBA, 2014, p. 51, grifos meus)

Nesta altura, seria justo imaginar que se trata de uma batalha contra toda e qualquer tipo de presença ou manifestação torcedora no ambiente do futebol-negócio. A estratégia, porém, é mais complexa.

Os autores dos relatórios lançam mão de mais uma linha divisória, desta vez entre um mesmo grupo: existem os torcedores “bons” e os torcedores “ruins”. Bons e ruins para o negócio, é claro. No grupo dos torcedores ruins estão as torcidas organizadas, apontadas como as responsáveis pela ocorrência de violência no futebol e pelo consequente afastamento de potenciais investidores e patrocinadores. No grupo dos torcedores “bons”, estão os ditos torcedores comuns, sem associação a qualquer grupo torcedor específico, classificados como “bons clientes” pelos autores. Vejamos como este argumento se estrutura nos trechos destacados a seguir, colhidos de diferentes relatórios produzidos pelo Itaú BBA ao longo dos anos:

Os Clubes precisam pensar no Torcedor “comum” como Bom Cliente, e traçar ações que o façam ir aos estádios e consumir mais. Ao mesmo tempo, precisa se afastar do Torcedor que a arranha a imagem do clube, que é o Torcedor Organizado. [...] Ações como Sócio Torcedor, benefícios mais sólidos, venda antecipada de ingressos para a temporada, instalações dignas, parcerias em produtos com a marca do clube são ações que podem ser melhoradas. **Mas fundamentalmente é preciso transformar o Torcedor Organizado em Torcedor Comum, pois o custo-benefício de tê-los ao lado é elevado**, afasta investidores publicitários, afasta o torcedor que consome, e consequentemente, afasta Receitas (Itaú BBA, 2014, p. 149, grifo meu)

Em 3 anos a parcela de Sócios Torcedores saltou de 38% para 52% na composição da Receita com Bilheteria. Este é o tipo de Receita que o Clube precisa investir, trazendo para perto de si **o Torcedor Sócio, que contribui espontaneamente e investe efetivamente no clube, e se afastando do Torcedor Organizado.** (Itaú BBA, 2016, p. 17, grifo meu)

Ou seja, está claro que a Indústria do Futebol tem um nível de resiliência que é visto em poucas indústrias, dado sua dinâmica associado a dois drivers estáveis: contrato de longo prazo com as TVs e **a Paixão dos Torcedores, que garantem boas receitas de Bilheteria, contratos de Publicidade e mesmo o impacto nos contratos de TV Fechada.** (Itaú BBA, 2017, p. 8, grifo meu)

Exceto pela diversificação de receitas, quase todas as outras operam abaixo do equilíbrio, e mostram a **pouca capacidade de extrair valor diretamente dos torcedores**, bem como a elevada alavancagem. (Itaú BBA, 2020, p. 110, grifo meu)

Alguns aspectos podem ser destacados. O primeiro deles diz respeito à iniciativa de afastar, de forma deliberada, as torcidas organizadas dos clubes. Em um primeiro momento, a justificativa utilizada é a do prejuízo supostamente gerado por eles à imagem dos clubes, o que prejudicaria a captação de novos investimentos e patrocinadores. Não se trata de ignorar os episódios violentos protagonizados por torcidas organizadas ao longo de suas histórias, mas de perceber até que ponto este comportamento de fato causou o afastamento de dinheiro “novo” no futebol brasileiro. A preocupação com a imagem não impediu, por exemplo, clubes de contratarem profissionais com histórico de violência sexual contra mulheres, para lembrar apenas dos casos mais recentes do jogador Robinho e do técnico Cuca. Há um “esquecimento”, portanto, dos outros sujeitos presentes no contexto futebolísticos que são produtores de violência no futebol, em menor ou maior medida que as torcidas.

Sugiro que a repulsa empresarial frente às torcidas organizadas seja interpretada em outras chaves, me baseando especialmente no último trecho citado acima, referente à necessidade de extração de valor dos torcedores. Em primeiro lugar, sabe-se que torcidas organizadas no Brasil são compostas majoritariamente por sujeitos de classes economicamente mais baixas e que dificilmente terão alto padrão de consumo voltado aos produtos ofertados por clubes. Em segundo lugar, é um fenômeno comum que torcidas organizadas vendam seus próprios produtos, não só a seus associados, mas ao público simpático à sua existência. Como forma de distinção, possuem e comercializam seus uniformes (camisetas, jaquetas, bonés, calças e outras peças de vestuário), bandeiras, adesivos e demais formas de identificação. De certa maneira, a torcida organizada atua como um concorrente do clube no que diz respeito à venda de mercadorias. Em terceiro lugar, as torcidas organizadas são grupos que se constituem a partir de uma forma de torcer necessariamente ativa e atuante nas vidas dos clubes, seja dentro dos estádios, seja no cotidiano clubístico. Ainda que não sejam imunes, torcidas organizadas dificilmente serão “bons clientes” convencidos pelos encantos do discurso neoliberal. A ideia de uma separação radical entre gestores profissionais que administram o clube e torcida que apenas consome e torce passivamente parece incompatível neste sentido, por isso a guerra declarada. O argumento contra a violência surge como artifício de uma avaliação moral que imputa um estigma às torcidas organizadas, tornando-as indesejáveis no ambiente futebolístico, mas que possui sua raiz no interesse econômico de produzir mais receitas através de estratégias elitistas, de gentrificação e, no limite, de exclusão social de grupos já marginalizados²³.

²³ Em agosto de 2024, um torcedor atleticano que ganhou um ingresso para assistir a partida entre Atlético-MG e CRB pela Copa do Brasil foi retirado do estádio durante o intervalo. Em um primeiro momento, o clube havia alegado “comportamento inadequado”. O torcedor, em situação de rua, estava nas cadeiras cativas, conhecido

Aqui reside o ponto de encontro entre a negação de uma racionalidade torcedora e a resistência frente aos modos de torcer que não se enquadram neste ideal de passividade clientelista e que não possuem a razão neoliberal como seu ponto de partida.

Apesar de um grupo bem mais amplo e diverso, o alvo estabelecido contra as torcidas organizadas mostra como não se trata de uma convivência pacífica com outras maneiras de interpretar e viver o futebol, mas de sua destruição. Não por acaso, a criação e fortalecimento de programas de sócios-torcedores são tão enfatizadas nos trechos citados acima. Quando os autores tratam da necessidade de transformar torcedores organizados em torcedores comuns, se referem justamente ao potencial “educativo” que estes programas possuem no processo de docilização torcedora e, consequentemente, na possibilidade de intensificação da produção de novas receitas²⁴. A única pergunta que parece pertinente aos gestores é “como tirar mais dinheiro dos nossos torcedores?”.

Esta pergunta começa a ser respondida com a iniciativa presente nos relatórios produzidos por *Convocados* e parceiros, que passam a contar com longas seções dedicadas a conhecer os hábitos de consumo de torcidas de futebol no Brasil. Os autores se perguntam:

Além disso, a grande oportunidade não está em acompanhar a posição do clube no ranking, mas **acompanhar e conhecer a jornada do torcedor**. Quem ele é? O que consome na mídia? O que consome de produtos? O que pensa? O que deseja do clube? Como contribui para a construção das marcas dos parceiros? (Convocados, 2022, p. 17)

Para um torcedor comum, pode parecer irrelevante saber que 52% da torcida do Santos realiza apostas em sites especializados ou que 53% da torcida do Bahia joga jogos eletrônicos (Convocados, 2024, p. 241), mas estes relatórios também se comunicam com clubes e empresas que buscam investir no futebol. Dados do tipo, retirados pelos autores de pesquisas realizadas pela Sport Track, não só reafirmam e incentivam a posição clientelista direcionada aos torcedores, mas já apresenta os caminhos para tornar essa relação mais lucrativa para os clubes e marcas. É uma iniciativa que enseja proporcionar uma visão cada vez mais ampla do futebol-negócio e de sua profissionalização.

É preciso ressaltar, por outro lado, que a construção de um argumento contra o amadorismo através de uma dicotomia que busca naturalizar características de determinados grupos sociais – neste caso, empresários e gestores racionais contra torcedores indomáveis – sofre quando confrontada com a realidade. Na última década, o futebol brasileiro apresentou

como setor Brahma Oeste da arena, tipicamente frequentado por torcedores de maior poder aquisitivo. Posteriormente, o clube se retratou e pediu desculpas pelo caso. Mais detalhes podem ser lidos aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2024/08/09/atletico-mg-reconhece-erro-e-se-desculpa-por-retirada-de-torcedor-da-arena-mrv-veja-nota-do-clube.ghtml> Acesso em 12 de set. de 2024.

²⁴ Estes programas receberão uma atenção maior mais à frente neste trabalho.

exemplos que poderiam tornar esta dicotomia obsoleta: foi possível notar tanto empresários e gestores assumindo posturas “irracionais” e típicas do amadorismo quanto torcidas se comportando de forma bastante compreensiva com gestões austeras e sem resultado esportivo imediato em seus clubes.

Um exemplo do tipo é o do estadunidense John Textor, principal responsável pela Eagle Investments e dono do Botafogo – RJ, entre outros clubes ao redor do mundo. Textor entrou em cena no futebol brasileiro já com a Lei da SAF aprovada e adquiriu o clube carioca neste contexto. Desnecessário dizer que as práticas de gestão estão em conformidade com o discurso empresarial. Por outro lado, a postura de Textor, em especial quando os resultados esportivos não são atingidos, relembra os cartolas à moda antiga. Após liderar o placar por 3x0, Textor viu o Botafogo sofrer uma virada para 4x3 para o Palmeiras, em partida válida pelo Campeonato Brasileiro de 2023. Bastante irritado, Textor desceu ao gramado para interromper entrevistas com jogadores e acusar a equipe de arbitragem de favorecimento ao adversário, exigindo a renúncia do presidente da CBF, em um ato que orgulharia Eurico Miranda, ex-presidente do Vasco da Gama – RJ, e um grande símbolo dos cartolas brasileiros. Na sequência daquele ano e do seguinte, em 2024, Textor se dedicou a denunciar um esquema de manipulação de resultados supostamente presente no futebol brasileiro e que prejudicou o Botafogo. Sem provas, o dirigente foi punido pelo Superior Tribunal de Justiça Desportiva²⁵.

Ainda neste sentido, cabe outro exemplo: Pedro Lourenço, dono da SAF do Cruzeiro, declarou, em áudios vazados, que obrigou o técnico da equipe a escalar os jogadores recém-contratados²⁶. Esta é uma prática relativamente bem conhecida, apesar de raramente confirmada, dos tempos “amadores” do futebol brasileiro. Quando clubes se tornam propriedades privadas de determinados sujeitos, tal atitude ganha outros contornos, dado que o dinheiro para manutenção do clube muitas vezes sai diretamente do bolso deste investidor, que quer ver resultados. Mais uma vez, práticas amadoras e profissionais se confundem.

No que diz respeito às torcidas, cabe notar o caso da torcida do Flamengo em meio ao período recente de austeridade do clube. Ao contrário do que aponta o discurso em questão, a torcida flamenguista soube compreender, ser “racional”, durante o período de reestruturação

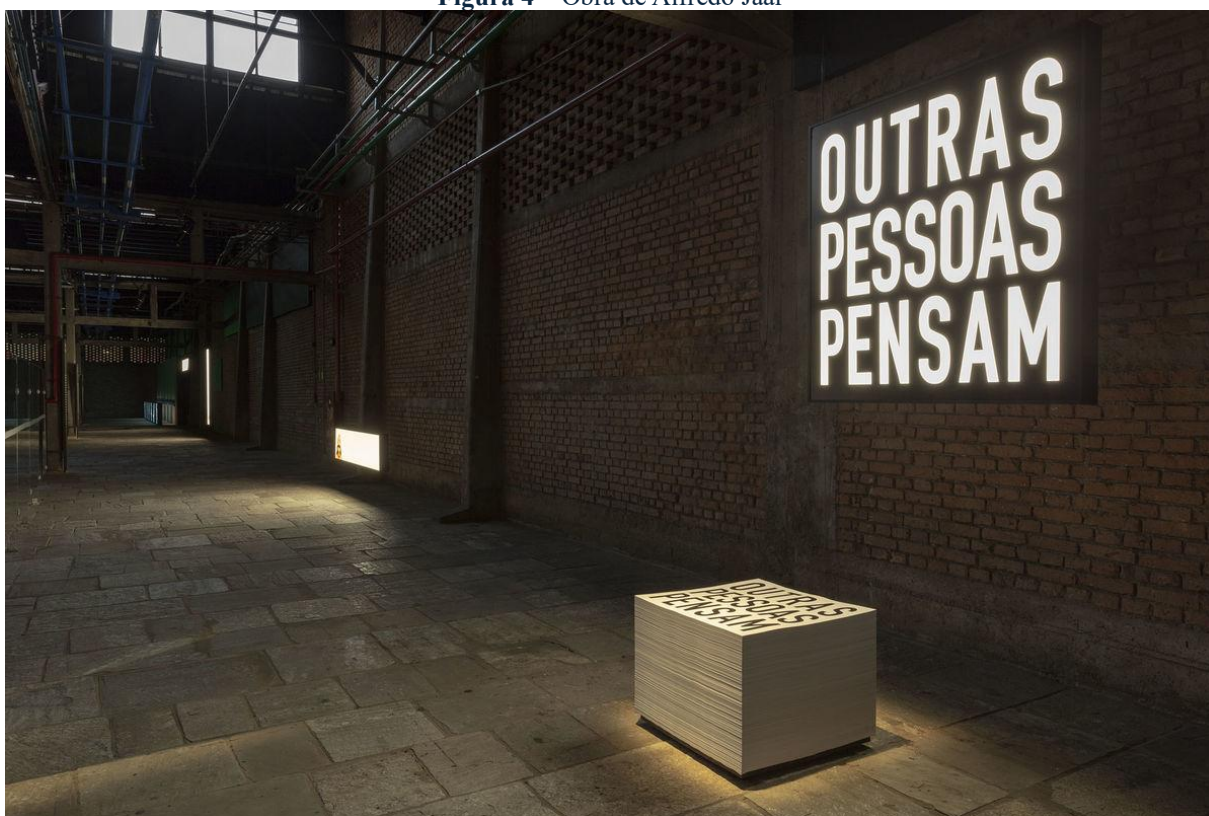
²⁵ Mais detalhes sobre o caso podem ser lidos aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2024/04/26/john-textor-do-botafogo-e-suspenso-por-45-dias-e-multado-em-r-100-mil-pelo-stjd.shtml> Acesso em 12 de setembro de 2024.

²⁶ A reportagem sobre o caso pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2024/07/25/em-audio-vazado-dono-do-cruzeiro-cobra-tecnico-para-usar-reforcos-escala-ou-pode-ir-arrumando-sua-mala.shtml> Acesso em 12 de setembro de 2024.

financeira do clube e raríssimos resultados esportivos relevantes durante alguns anos. Não se notou aumento ou diminuição em relação aos protestos contra resultados ruins.

Estes exemplos evidenciam como é possível que torcedores, estes animais irracionais e indomáveis, como representados nos documentos analisados, são capazes de pensar e sentir, bem como empresários, frios e profissionais, também são capazes de se deixar levar pela emoção e “amadorismo”. Esta dicotomia funciona como mito sustentador deste discurso empresarial voltado ao futebol, que possui em sua raiz a prática elitista de exclusão social e da postura antipolítica como forma de brechar qualquer possibilidade de transformação desta ordem.

Figura 4 – Obra de Alfredo Jaar



Fonte: Everton Ballardin / SESC Pompeia²⁷

²⁷ Esta e outras imagens da exposição podem ser vistas em: <http://34.bienal.org.br/exposicoes/7455> Acesso em 03 de fevereiro de 2025.

4 A IMPRENSA ESPORTIVA E O FUTEBOL-NEGÓCIO COMO ÚNICO FUTURO

Se, no capítulo anterior, tratei daqueles que são, por excelência, os especialistas e formuladores de um discurso econômico e neoliberal aplicado ao futebol, neste momento volto o olhar para aqueles que são os responsáveis não só por legitimar a posição de hierarquia das instituições financeiras e de consultoria neste processo, mas também por fazer circular este discurso no dia a dia do futebol brasileiro: a imprensa esportiva.

É certo que, apesar do esforço didático contido nos documentos analisados anteriormente, o volume de torcedoras e torcedores que o acessa ainda é reduzido. É a imprensa especializada quem possui o papel de inserir aquela racionalidade, sua linguagem e termos específicos ao cotidiano torcedor no Brasil. A reprodução do discurso não se dá necessariamente de forma apologética ou acrítica, há espaço para tensões e posturas mais ou menos divergentes, como serão demonstrados.

A proposta deste capítulo é discutir, a partir de diferentes veículos de comunicação e de jornalistas esportivos, como os principais temas e transformações colocadas em prática pelo discurso neoliberal do futebol-negócio foram recebidas por este grupo e reproduzidas ao público mais amplo. Temas como a gestão empresarial de clubes, as SAF, as arenas esportivas e a política no futebol, que surgiram com ênfase nos relatórios das consultoras de mercado, também receberam atenção especial aqui, tornando possível construir pontos de comparação e perceber se há continuidade ou não nos discursos próprios de cada um destes grupos de agentes participantes do campo futebolístico.

Para fazer a análise dos discursos, busquei publicações dos três principais jornais do país em termos de circulação. Assim, realizei a assinatura da Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de São Paulo²⁸. Também foram pesquisados, de acordo com os recortes contidos em cada tópico a seguir, *blogs* e colunas *online*, forma bastante recorrente de debate e opinião na cobertura do jornalismo esportivo hoje em dia²⁹.

²⁸ É evidente que o recorte escolhido, em relação aos jornais, denota uma ausência de pluralidade do ponto de vista da cobertura geográfica de nosso país, correndo o risco de reduzir demais o debate ao que se diz na imprensa paulista e carioca, mas há que se lidar com esta consequência. O texto, portanto, deve ser lido a partir desta limitação.

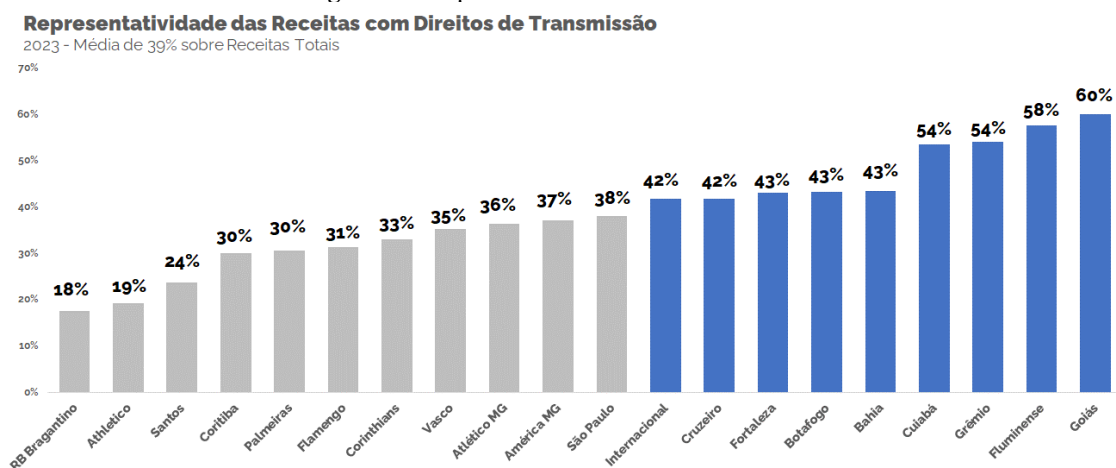
²⁹ Apesar de não se tratar do tema central desta pesquisa, de forma que não será possível aprofundar as razões que levam a tal configuração, há um dado que julgo necessário manter em mente ao longo de toda a discussão e que diz respeito ao perfil de quem fala sobre futebol no Brasil. No capítulo anterior sobre os documentos e análises de especialistas de mercado, busquei apontar quem os produzia. Eram raros os documentos que apresentavam fotos de seus autores, alguns se limitavam a uma lista de nomes, o que dificultava este trabalho. No caso de jornalistas, a tarefa é pouco mais simples e tomarei o caso do UOL Esporte como exemplo. Entre as/os colunistas não há, em sua maioria, a prática da autodeclaração do ponto de vista de raça, gênero e/ou sexualidade, de forma que esta identificação se torna limitada ao que se acostuma a chamar de heteroidentificação: entre as 23 colunas listadas, 21 delas possuem a foto da ou do jornalista responsável; entre as 21, apenas 4 são mulheres; entre as 21, apenas

4.1 O lugar da imprensa no futebol

A imprensa esportiva tem presença constante na vida daquelas e daqueles que acompanham futebol no Brasil. Com programações cada vez mais voltadas para os programas de debate ao vivo, opiniões sobre tudo que compõe o futebol brasileiro circulam não só nos canais de esportivos de televisão, em geral através do serviço pago, mas também na internet e redes sociais. Aos mais aficionados, é expediente comum assistir ao jogo e, na sequência, acompanhar o programa de debate preferido ou checar o que tal jornalista disse em seus meios digitais. Este tipo de comunicação se torna, portanto, muito mais próximo às torcidas do que os documentos especializados citados em capítulo anterior. Não à toa, jornalistas em geral são fartamente identificados como “formadores de opinião”, sendo ferramenta importante para a circulação dos discursos.

No caso do futebol, há um fator ainda mais importante a ser levado em conta: a principal fonte de renda da maioria dos clubes profissionais é justamente o valor que se paga pelas transmissões de suas partidas. A TV aberta, que movimenta as maiores quantias, exhibe, costumeiramente, partidas de futebol nas noites de quarta-feira e nas tardes de domingo, considerados os horários “nobres” neste ramo. Já na chamada “TV fechada”, os canais por assinatura, é possível acompanhar os jogos que ficam de fora da TV aberta e costumam apresentar grande número de programas de debates. Em anos recentes, se nota o aumento da participação de canais *streaming*, na internet, como mais uma alternativa à exibição das partidas, também de forma paga. Esta última, porém, ainda não representa uma fatia tão relevante quando se chama a atenção para as receitas de transmissão no futebol. O gráfico a seguir, exposto no *Relatório Convocados* de 2024, ajuda a visualizar a importância das receitas de transmissão entre os clubes que disputaram a primeira divisão do campeonato brasileiro de 2023:

um homem é negro. A exceção do ponto de vista da autodeclaração é Amara Moira, que se identifica como travesti na seção “Sobre o autor” de sua coluna. Sua última publicação, porém, ocorreu em novembro de 2023, sem aparente motivo para a interrupção. Não se trata de naturalizar os processos de identificação e pertencimento de forma a pressupor um discurso homogêneo e imutável dentro de um mesmo grupo. Sabe-se que identidades se formam a partir de determinado contexto histórico e social; sabe-se que sujeitos possuem experiências diversas. Por outro lado, tamanha “coincidência” entre o perfil hegemônico entre os que falam sobre futebol também não deve ser desconsiderada ao se analisar a produção, reprodução e circulação de determinado discurso. A grande maioria dos trechos retirados de notícias e textos de opinião foi produzida originalmente por homens brancos, sendo o grupo mais presente nestes jornais de circulação abundante. A limitação do campo em si, portanto, também limita este trabalho. A alternativa seria adotar um recorte específico em busca de vozes divergentes do ponto de vista das identidades em jogo, o que, por outro lado, não seria o caminho mais interessante para a pesquisa, dado que a capacidade de alcance de leitores e ouvintes ainda é limitado. O que se lerá abaixo é, assim, um retrato do jornalismo esportivo da elite deste segmento e não o retrato de seu todo.

Figura 5 – Representatividade das receitas de transmissão

Fonte: Relatório Convocados (2024)

Neste sentido, estes grupos que são conhecidos como conglomerados de mídia (o mesmo grupo pode possuir um canal de TV aberta e um de TV fechada, além do *pay-per-view*, por exemplo, como é o caso da Globo) passaram a concentrar poder e influenciar os caminhos a partir do momento de sua ascensão neste campo, com especial aceleração a partir dos anos 1990. Decisões como pagar quantias diferentes para clubes diferentes ou questões que envolvam os calendários das partidas passam diretamente pelos interesses dos grupos que possuem os direitos de transmissão. Porém, o que está em jogo também é uma forma de comunicação e linguagem acerca do futebol que, por consequência, conforma maneiras específicas de como o esporte é visto e vivido por quem os assiste, escuta e lê.

No Brasil, dois canais esportivos por assinatura foram criados neste mesmo período: em 1991, o Top Sport (renomeado como Sportv em 1994, sendo o canal esportivo do Grupo Globo); e, em 1995, a fundação da ESPN Brasil, de propriedade da The Walt Disney Company. Os anos de 1999 e 2000 também inauguraram um novo momento no que diz respeito à participação de emissoras de televisão nos campeonatos estaduais: neste primeiro ano, a Rede Globo assumiu a responsabilidade tanto pela promoção quanto pela comercialização do campeonato carioca; no ano seguinte, após o sucesso no estado vizinho, os mesmos direitos foram adquiridos em relação ao campeonato paulista por 42 milhões de reais, tornando-o o campeonato estadual mais valorizado do país (Proni, 2000). Em um parâmetro estrangeiro, em 1983, o primeiro contrato televisivo na Inglaterra, que garantia os direitos sobre as transmissões dos jogos de futebol da liga local, foi assinado por 2,6 milhões de libras; pouco menos de uma década a seguir, em 1992, um contrato com validade de 5 anos para a transmissão das partidas da refundada English Premiership foi assinado pelo valor de 304 milhões de libras esterlinas, de acordo com os dados de Giulianotti (2002).

A integração entre futebol-negócio e veículos de comunicação se tornou parte essencial da circulação de mercadorias das marcas vinculadas a este mercado e da própria espetacularização do esporte em si. Jogadores se tornaram grandes estrelas do entretenimento; jogos e campeonatos se tornaram grandes acontecimentos do ponto de vista midiático. A grandiosidade dos acordos envolvendo patrocínios de atletas e receitas de clubes se tornou assunto do cotidiano também entre torcidas, o que acabou gerando um nicho dentro do jornalismo esportivo. No Brasil, em 2005, foi criada a Máquina do Esporte, primeiro portal dedicado exclusivamente a tratar dos negócios envolvendo a atividade. Na seção “Institucional” em seu site, o veículo se autointitula como a “principal plataforma de relacionamento da indústria do esporte no Brasil”³⁰. Além disso, a Máquina do Esporte informa que em 2022 se tornou parte da Genial Investimentos, uma plataforma de investimentos *online*, de forma que jornalismo de nicho econômico e interesses de mercado estão andando lado a lado.

Além de veículos que tratam especificamente sobre marketing e negócios do esporte, também se tornou comum a presença de ao menos um jornalista especializado em negócios constar entre os colunistas dos grandes sites sobre esporte no Brasil.

É justamente através da repercussão dada por estes veículos de comunicação que se naturaliza não só uma linguagem empresarial no debate futebolístico, mas uma forma empresarial de interpretá-lo. É curioso notar como o mercado de transferências de jogadores, para citar um exemplo, tem recebido cada vez mais atenção na mídia especializada. Jornalistas se tornam conhecidos por trabalharem especificamente com este tipo de notícia, fazendo circular especulações de novas contratações ao longo de toda a temporada futebolística. Os períodos específicos para que as transferências ocorram são acompanhados com muita ansiedade por parte das torcidas, quando criam expectativas e ilusões sobre quão competitivas suas equipes podem se tornar. Nos últimos anos, se tornou comum no Brasil, nestes períodos de janelas de transferências, a prática dos plantões de notícias, algo já recorrente na cobertura jornalística europeia. Novas informações são atualizadas minuto a minuto, especialmente nos dias finais destas janelas, recriando um ambiente bastante semelhante ao mercado de ações.

A seguir, exploro como as principais transformações colocadas em prática pela recente intensificação da mercantilização do futebol foram recebidas pela imprensa especializada em comparação direta com o que foi encontrado nos documentos e relatórios de análises elaboradas por especialistas de mercado em capítulo anterior.

³⁰ O texto de apresentação completo pode ser lido em <https://maquinadoesporte.com.br/institucional/> Acesso em 13 de novembro de 2024.

4.2 As arenas esportivas pelo olhar jornalístico: novos espaços, novos sujeitos?

Um ponto fundamental contido nos documentos produzidos por empresas de consultoria trata da necessidade de afastar as torcidas organizadas da vida dos clubes em nome do protagonismo de um outro tipo de torcedor, o torcedor-consumidor. Tal necessidade é baseada no argumento de que a violência praticada pelas torcidas organizadas é o principal motivo para o afastamento de novos patrocinadores e, conseqüentemente, o surgimento de novas fontes de receitas para os clubes. Este argumento, que esconde motivações já discutidas anteriormente, encontrou terreno fértil na imprensa esportiva.

Neste sentido, a partir de um caso de violência entre torcidas organizadas ocorrido em 2024, a repercussão produzida em parte da imprensa esportiva pode colaborar na compreensão do sentimento generalizado em direção a tais grupos. A fim de contextualização, em outubro de 2024, a Mancha Verde, torcida organizada do Palmeiras, preparou uma emboscada para a Máfia Azul, torcida organizada do Cruzeiro, que voltava de uma partida do clube mineiro no sul do país. Em uma rodovia próxima à saída do estado de São Paulo, a Mancha atacou os dois ônibus que levavam integrantes da Máfia; foi ateado fogo em um dos veículos e agressões físicas tiveram como alvo a torcida rival, resultando em uma morte e uma série de feridos. Especula-se que a ação seja uma vingança por conta de uma emboscada ocorrida em 2022, daquela vez com os papéis invertidos.

Para o jornalista Juca Kfourir, “os nomes das duas torcidas organizadas do Palmeiras e do Cruzeiro falam por si mesmos. Uma é a Mancha, aquilo que não sai, é indelevelmente criminoso. Outra é Máfia, organização criminoso.” (Kfourir, 2024). Outro jornalista do UOL, Julio Gomes afirma

O fim dessa barbárie passa por estrangulamento financeiro. É muito dinheiro que corre pelas veias dessas torcidas organizadas, vide o que é feito no Carnaval aqui em São Paulo, especificamente. É muito dinheiro que corre. São instituições criminosas que muita gente glamouriza. Eu não glamourizo. (Gomes, 2024, n.p.)

O tema da violência no futebol é bastante antigo. É evidente que a ocorrência de violência no esporte, assim como da associação entre torcidas organizadas e estes eventos, é anterior à ascensão do futebol-negócio e suas estratégias, porém, o que busco aqui é apontar como o surgimento do modelo de arena esportiva, como uma das grandes novidades da mercantilização do futebol, formou um par quase indissolúvel com o desejo manifestado de exclusão de um grupo específico de torcedores do futebol.

Mesmo que tenha ocorrido a partir dos pressupostos presentes já no contexto da transformação do futebol inglês na década de 1990, foram os chamados megaeventos esportivos

realizados em solo brasileiro que impulsionaram a construção de novas arenas esportivas e/ou as profundas reformas em estádios já existentes. Me refiro especialmente a três megaeventos: os Jogos Panamericanos de 2007, ocorridos no Rio de Janeiro; o recebimento da Copa do Mundo de 2014; e os Jogos Olímpicos de 2016, também no Rio³¹.

A mudança na linguagem não é inocente: estádios não são mais estádios, são arenas multiuso que, entre outras atividades, recebem também as partidas de futebol. Há uma mudança profunda nos significados das praças esportivas, que se tornam agora grandes centros de entretenimento. A realização de shows musicais e outros eventos culturais competem com o futebol. A estrutura física destes novos equipamentos deveria prezar, como prioridades, pela segurança, controle, previsibilidade e conforto dos espectadores que ali ocupariam seus assentos. Alterar física e simbolicamente os estádios se tornou o desenrolar básico da transformação do futebol profissional em um setor da indústria do entretenimento. Como afirma Cruz,

O fato é que, a partir da virada da década de 80 para 90 do século XX, verificamos uma onda de reconstrução e renovação de arenas esportivas ao redor do mundo, que vieram no bojo de transformações profundas nos principais centros futebolísticos, transformações estas relacionadas a mudanças mais amplas da sociedade capitalista, que propuseram novas formas de organização social e concepções sobre a sociedade. (Cruz, 2010, p. 13-14)

Este movimento se trata, portanto, não só de uma nova cultura futebolística imposta pela neoliberalização do esporte, mas da adaptação de uma atividade econômica altamente rentável a um modo de vida contemporâneo. Os antigos estádios, construídos a partir de outros objetivos e significados, representavam um passado indesejável, desconfortável e inseguro. As novas arenas são o símbolo do moderno e da evolução destes equipamentos.

Esta não era uma transformação necessariamente reivindicada pelas massas torcedoras, principais frequentadoras dos estádios de futebol no Brasil. Phelipe Caldas (2020) mostra que, pelo contrário, relações de afeto e identificação eram e são estabelecidas mesmo com estádios que jamais seriam enquadrados no Padrão FIFA, como no caso do Almeidão, estádio do Botafogo-PB, em João Pessoa, foco de sua pesquisa. Orientado pelo conceito de topofilia, originalmente elaborado pelo geógrafo Yi-Fu Tuan (1980), que pressupõe essa relação afetiva e de distinção com espaços físicos, o autor afirma que

³¹ Não se ignora a construção do que ficou conhecida como a Arena da Baixada, em Curitiba, de propriedade do Athletico Paranaense, inaugurado durante os anos 1990 já sob os preceitos do chamado Padrão FIFA. O clube também foi pioneiro ao antecipar prática comum nas arenas posteriores: a negociação dos *naming rights* de seu estádio, tendo cedido o nome de sua arena por tempo determinado de contrato, tornando-se conhecida como Kyocera Arena. O processo mais generalizado, porém, permitindo a observação de uma nova tendência em muitos estados brasileiros, só se deu a partir destes megaeventos citados.

[...] essa suposta precariedade é ressignificada pelos torcedores como elementos positivos do que eles consideram um estádio tradicional, que tem história, que já sediou muitos jogos marcantes ao longo das décadas, que já foi palco de títulos, dramas, glórias inesquecíveis e que resiste ao tempo, sobrevivendo firme a uma época de modernizações nem sempre vista com bons olhos. (Caldas, 2020, p. 55)

O estádio de futebol, não por acaso chamado de “casa” por seus frequentadores, carrega significados que vão muito além de sua oferta de conforto visando o entretenimento. Se trata de um espaço privilegiado de construção da identidade torcedora, onde o processo de pertencimento a um clube e a uma torcida se realiza. Tal identidade, evidentemente, se construía essencialmente através da comparação com os estádios de rivais esportivos, quando a prática de frequentar jogos fora de casa era muito mais comum do que permite o futebol-negócio contemporâneo. O caso dos estádios dos rivais da Paraíba, destacado pelo autor, é definitivo: o mesmo projeto arquitetônico foi utilizado e colocado em prática pelo mesmo engenheiro civil, tanto para o estádio Almeidão, do Botafogo, quanto para o estádio Amigão, em Campina Grande, pertencente ao Campinense (Caldas, 2020). Isto jamais impediu, por outro lado, a diferenciação hierárquica entre estádios produzida pelas torcidas de cada clube, apontando as vantagens do seu estádio frente aos defeitos do estádio rival. Como afirma o autor,

De uma perspectiva estritamente arquitetônica, aquela postura não tinha a menor lógica. Mas, como se vê, não é apenas uma lógica aparente que sustenta a relação dos torcedores com os estádios de futebol. Tanto que a mesma postura de defesa a um e de crítica ao outro acontece igualmente quando os torcedores de Campina Grande visitam o Almeidão. Invertendo-se aí apenas os sentidos dados a cada estádio, claro. (Caldas, 2020, p. 60)

Não se trata, por outro lado, como alerta Felipe Lopes (2020), de mera romantização ou nostalgia envolvendo condições precárias dos estádios mais antigos. Mas sim da compreensão de que estádios ganharam estes significados e permitiram a produção de relações afetivas, sociais e de identificação a partir dos seus ocupantes, a partir da ação torcedora.

O processo de arenização, como de praxe, não foi elaborado coletivamente em diálogo com as torcidas de futebol. As torcidas, por não terem parte significativa nos processos decisórios, não foram perguntadas acerca do que é segurança e conforto a partir de suas perspectivas ou do que seria um “estádio moderno” a partir de suas necessidades. Os mandamentos sagrados desta ordem – “segurança e conforto para quem?”³² seria a pergunta a

³² É evidente que ninguém, em princípio, se colocaria contra a ideia de segurança nos estádios. A questão é que, ao não explicitar o conteúdo de seu conceito de segurança, o modelo de arena esportiva abre brechas para utilizar seu aparato unicamente como forma de controle contra determinadas manifestações, enquanto continua permitindo a existência de uma série de violências. Para citar um exemplo, em MÊS de 2025, um casal homossexual foi xingado e ameaçado durante um jogo do Corinthians, em seu estádio em São Paulo. Para evitar consequências mais graves, ambos decidiram se retirar do jogo. Até que ponto, portanto, o conjunto de ferramentas de segurança implementada pelas arenas esportivas está servindo para garantir a segurança e conforto de grupos historicamente

ser respondida –, foram colocados de forma vertical, de cima para baixo, segundo parâmetros da indústria do entretenimento, que pouco se relacionavam com o futebol, em especial o futebol brasileiro.

Se o olhar se voltar para os principais agentes deste processo, mais uma vez se nota a parceria entre entidades privadas e o poder estatal, estabelecendo as estruturas para que o mercado prospere. No caso do futebol, é a FIFA quem assume o protagonismo: a realização de seus eventos esportivos, sendo a Copa do Mundo o principal deles, só ocorre em equipamentos esportivos que estejam de acordo com seu Caderno de Encargos, um amplo manual de construções de arenas esportivas que determina desde o tamanho da entrada para os caminhões de transmissão televisiva até a distância entre os assentos. Popularmente, estes parâmetros ficaram conhecidos como o já citado Padrão FIFA. Possuir um “estádio Padrão FIFA” se tornou uma ferramenta de diferenciação, um símbolo de *status* e uma vantagem para atrair novos parceiros econômicos em um cenário de competição generalizada.

Bernardo Buarque de Hollanda e Jimmy Medeiros (2019) afirmam que

O novo paradigma arquitetônico [...] implicou não apenas em um design *high tech* diferenciado. Ele contemplou um projeto privatista traduzido em um novo público alvo, com camarotes corporativos, *business seats*, *club seats* e *season tickets*, entre outros. Seu corolário perverso coube aos habituais frequentadores, com o aumento exponencial no valor dos ingressos, com a valorização de espaços vips e com a setorização de camarotes destinados aos patrocinadores. (Hollanda; Medeiros, 2019, p. 4, grifo dos autores)

Por mais que “apenas” 12 praças esportivas tenham sido escolhidas como sedes para a Copa do Mundo de 2014 – sendo 5 delas construídas do zero e outras 7 que foram reformadas –, as regras da FIFA se tornaram um padrão de normatividade. Clubes que não lograram sucesso em suas tentativas de receber jogos da Copa, reformaram seus estádios sob os mesmos parâmetros de forma independente, destacadamente os casos de Palmeiras em São Paulo, Grêmio³³ em Porto Alegre e Atlético Mineiro em Belo Horizonte, o mais recente dos empreendimentos, inaugurado em 2023.

Com tamanho investimento e equipamentos plenamente adaptados à sua função mercadológica, esperava-se que um novo tipo de público passasse a comparecer aos jogos de futebol. Ao menos no caso brasileiro, esta expectativa ficou evidente a partir da pesquisa de

excluídos dos estádios de futebol? É neste sentido que o conceito de segurança, neste contexto específico, passa a ser visto com desconfiança aqui. Para mais informações sobre o caso citado, ver em <https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2025/08/01/casal-registra-boletim-de-ocorrencia-e-denuncia-homofobia-em-jogo-do-corinthians.ghtml> Acesso em 27 de setembro de 2025.

³³ O caso da Arena Grêmio foi ainda mais radical, já que envolveu uma mudança de localização. O Estádio Olímpico, onde o clube mandava suas partidas, foi abandonado e uma nova arena foi erguida em outra região da capital. No caso do Palmeiras, o Allianz Parque (nome recebido após a venda dos *naming rights* da arena para a companhia de seguros em questão) foi construído no mesmo local do Palestra Itália, antigo estádio palmeirense.

Gustavo Bandeira e Matheus Beck (2014), que adotaram publicações do jornal Zero Hora relativas a este tema como material empírico. A espera por esse novo público se torna cristalina neste comentário do colunista Diogo Olivier, publicado dias antes da inauguração da Arena Grêmio:

A meta das arenas multiuso que se multiplicarão no Brasil rumo a 2014 é conquistar aquele público que ficava em casa assistindo pela TV, sem paciência para aturar tanto desconforto em estádios velhos e ultrapassados. Para sustentar os custos de manutenção de tanto conforto e possibilidades de lazer, o ingresso será naturalmente mais caro. Terá de acontecer uma mudança cultural no exercício de torcer (Olivier, 2012, p. 53 *apud* Bandeira & Beck, 2014, p. 6)

Ao mesmo tempo em que as novas arenas carregavam a tarefa de conquistar um público ainda alheio à atividade futebolística torcedora e impulsionar as receitas dos clubes, se dava o início da naturalização dos ingressos mais caros, com o protagonismo das empresas de comunicação. Afinal, se uma arena esportiva agora possuía o conforto e a segurança como principais atrativos, isto não viria sem um custo elevado em troca. Assim como no caso inglês, uma parte significativa do público brasileiro que possuía a ida aos estádios como prática comum passaria a lidar não só com uma nova cultura futebolística, adaptada à forma-empresa, mas também aos custos elevados – e, muitas vezes, impeditivos – para a sustentação desta cultura. Se impõe a reflexão sobre quem *pode* frequentar uma arena esportiva. Não por uma escolha individual entre tantas ofertas relacionadas ao lazer, mas sim por uma questão material básica: a falta de dinheiro.

A expectativa por uma “nova era”, tão presente na cobertura jornalística, possuía como cerne a possibilidade de aumento de receitas que, por sua vez, passava necessariamente por ingressos mais caros sendo cobrados pelos clubes e por novos sujeitos frequentadores. Isto recoloca as torcidas organizadas no centro do debate.

Como apontam Hollanda e Medeiros (2019),

Estes grupos, tidos e havidos pela opinião pública como os responsáveis por atos de distúrbio e de vandalismo dentro e fora dos estádios, têm assistido, na esteira dos megaeventos, a um processo de asfixia econômico-jurídica. [...] Trata-se da tentativa mais ostensiva por parte das autoridades e dos organizadores do espetáculo futebolístico – Ministério Público, clubes e federações – de refrear a escalada da violência, com sua exclusão do cenário futebolístico, quer seja em termos jurídicos, com a proibição de sua entrada nos jogos, quer seja em termos financeiros, com a elevação do preço dos ingressos, dificultando seu acesso. (Hollanda; Medeiros, 2019, p. 12)

Luiz Zini Pires, outro jornalista citado por Bandeira e Beck (2014), afirma o seguinte ao comentar acerca de uma briga ocorrida na abertura da arena gremista, entre torcedores da Geral do Grêmio, principal agrupamento torcedor do clube:

A Geral tinha dois adversários pesos-pesados: Brigada Militar e Ministério Público. Sábado enfrentou um novo e poderoso: os outros torcedores gremistas que estream a Arena e assistiram, ninguém contou, mais um episódio violento na intensa vida da Geral. (...) O clube lutou contra a BM e o MP para garantir espaço diferenciado (sic) para os fãs mais animados no novo estádio. Ganhou. Perdeu tudo antes dos primeiros 45 minutos da era da Arena. Viu que certos integrantes da Geral, ao contrário da grande maioria do grupo, não podem frequentar o mesmo espaço destinado ao gremista de verdade. O futebol é esporte familiar (Pires, 2012, p. 11 *apud* Bandeira & Beck, 2014, p. 8).

A arena esportiva, agora, é o lugar da previsibilidade, suposta³⁴ segurança e conforto, espaço destinado aos torcedores “de verdade”, que se adaptam a este novo paradigma. Ou seja, a presença das torcidas organizadas está autorizada desde que seu comportamento seja compatível ao espetáculo proporcionado.

Há, ainda, na fala do jornalista, uma espécie de diferenciação moral ao apontar para o futebol como um “esporte familiar”. Independente da intenção do autor da frase, o que se pode notar é a produção de novos valores dominantes e novas subjetividades nas arenas esportivas, que deveriam orientar a conduta das torcidas, e que contam com a imprensa especializada como principal meio de divulgação de tais ideias.

No mesmo tom, Luiz Zini Pires afirma o seguinte:

a Arena inaugurou o novo século dos estádios no Brasil. Abriu um espetacular espaço ao torcedor, que ocupou as cadeiras como se estivesse num teatro de futebol [...] o conforto atrairá mais e mais torcedores, formará novos, elevará a média de ocupação. Nada será como antes. [...] Cada gremista precisa criar o próprio mapa e reinventar-se como torcedor na casa do futuro (Pires, 2012b, p. 11 *apud* Bandeira & Beck, 2014, p. 7).

Parte da previsão do colunista parece ter se concretizado: as médias de público dos campeonatos nacionais recentes, de fato, vêm crescendo. A média de público do Campeonato Brasileiro Série A de 2019, de 21.320 torcedores por partida, foi capaz de se situar no top 3 das maiores médias registradas no campeonato (nas edições de 1983, 1987 e 1980), colocando-se em segundo lugar³⁵. Por outro lado, é preciso levar em conta quem está frequentando estas novas arenas, considerando que o aumento do preço dos ingressos se dá em números muito maiores do que a própria inflação da moeda nacional³⁶.

³⁴ “Suposta” porque as arenas e os estádios brasileiros seguem sendo palco para manifestações racistas, machistas e homofóbicas, como apresentam anualmente os relatórios do Observatório da Discriminação Racial no Futebol, que podem ser acessados em <https://observatorioracialfutebol.com.br/observatorio/relatorios-anuais-da-discriminacao/> Acesso em 27 de setembro de 2025.

³⁵ Dados disponíveis em <https://futdados.com/campeonatos-brasileiros-medias-de-publico/> Acesso em 04 de maio de 2023.

³⁶ Felipe Lopes ressalta o exemplo do estádio corinthiano, considerando que “o ingresso médio para o corinthiano assistir à final do Campeonato Paulista de 1977 – que decretou o fim do jejum de títulos de quase 23 anos do clube paulista – era, em valores atuais, corrigidos pelo IPC (Índices de Preços ao Consumidor), R\$ 10,32. Em contrapartida, para assistir à final do mesmo campeonato em 2017 – quando seu valor simbólico já era

Na presente pesquisa, adotei a mesma estratégia de Bandeira e Beck (2014) para investigar a recepção jornalística quanto às inaugurações das arenas de Corinthians e Palmeiras, em São Paulo, ocorridas também no ano de 2014. Verifiquei, assim, como foram reportadas as novas arenas nos jornais Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo a partir do acesso aos seus acervos.

Naquele momento, em 2014, denominada apenas como Arena Corinthians³⁷, o estádio recebeu sua primeira partida oficial no dia 18 de maio de 2014, após um amistoso que serviu como evento-teste dias antes. No caso da arena corintiana, a cobertura jornalística possuía alguns pilares: em sua edição do dia 16 de maio, dois dias antes da inauguração, a *Folha* destaca, em reportagem de Adriano Wilkson e Eduardo Ohata, que o clube usará a renda de bilheteria ao longo dos próximos 7 anos para pagar o financiamento realizado para a construção do estádio, parcialmente viabilizado pelo BNDES (a dívida naquele momento era de 750 milhões de reais) (Wilkson; Ohata, 2014). Este se tornou um foco bastante comum da cobertura em relação às arenas, em especial as rendas de bilheteria, que passaram a contar com cifras milionárias de forma cotidiana a partir do aumento dos preços dos ingressos. Na mesma matéria, a *Folha* ainda faz referência a uma questão que envolvia especificamente o estádio do Corinthians, diferentemente dos casos de Grêmio e Palmeiras: a arena receberia, em menos de um mês, a partida de abertura da Copa do Mundo de 2014, e raros foram os testes realizados para certificar as condições do novo equipamento, especialmente do setor de arquibancadas que seria levantado exclusivamente para os jogos da Copa. Estava em jogo, portanto, a adequação da arena ao chamado Padrão Fifa.

Na véspera da inauguração, em sua edição do dia 17 de maio, o *Estadão* já anunciava aquele que é tema recorrente na discussão: as críticas da torcida corintiana com relação aos preços dos ingressos em sua nova arena. De acordo com a matéria assinada pelo jornalista Vitor Marques, os preços para a inauguração do estádio custavam até 350% mais do que a torcida se acostumou a pagar no Pacaembu, onde realizava a maioria de suas partidas (Marques, 2014). Já no dia da inauguração, o *Estadão* traz, na matéria denominada “A casa dos sonhos dos corintianos”, algumas informações em torno da concepção arquitetônica da arena. Em primeiro lugar, os jornalistas Almir Leite e Paulo Favero explicam que o projeto vencedor foi o do escritório Coutinho Diegues Cordeiro, assinado por Aníbal Coutinho. Eles afirmam que “o que

significativamente menor, diga-se de passagem – o corintiano teve de pagar, em média, R\$ 64,58” (Lopes, 2020, p. 130).

³⁷ Em 2020, o clube vendeu os *naming rights* referentes ao estádio para a empresa Hypera Farma em contrato válido até 2040. Desde então, recebeu o nome de Neo Química Arena.

mais agradou os conselheiros corintianos foi a concepção do estádio, que possibilitaria uma série de áreas para dar lucro ao clube” (Leite; Favero, 2014, p. D4). Na sequência o arquiteto destaca outro ponto relevante, afirmando que

outro fator é que ele é segmentado de acordo com todos os públicos que o Corinthians tem. Só que uma determinação do clube, desde o início, foi que não houvesse diferenciação de acabamento, que é igual em todos os setores. O que muda é a quantidade de serviços que você tem, acoplados ao valor do ingresso. (Coutinho, 2014, D4)

O que o arquiteto anuncia é uma concepção classista de arena esportiva, algo que a linguagem empresarial ameniza ao classificar como setorização. Há, na aparência, uma preocupação com a acessibilidade e conforto das camadas menos favorecidas da torcida, mas desde que estejam separadas daqueles que pagaram mais para receber mais serviços e conforto. Na sequência, os jornalistas relatam as diferenças encontradas entre os setores:

Assim, o torcedor que for ao estádio terá banheiros luxuosos e confortáveis, mármore para todos os lados e grandes espaços de convivência. Nos setores mais caros, sentará em poltronas confeccionadas pela Ferrari e pela Maserati, poderá fazer pedido de comida pelo celular – um garçom vai atendê-lo – e ficará em um sistema *all inclusive*, em que se pode comer e beber à vontade. Já nos setores mais populares haverá um cardápio mais simples e, além disso, o torcedor terá de pagar por cada item que consumir. (Leite; Favero, 2014, p. D4)

Resultado esportivo à parte³⁸, a recepção jornalística quanto à inauguração foi positiva, em suas edições do dia 19 de maio. A *Folha* publicou a coluna de Juca Kfourri, declaradamente torcedor corintiano, com tom festivo e emocionado em comemoração pela nova casa. O jornalista abriu seu texto desta forma

O olhar da cabeça deveria ser no jogo. Ou no quanto falta para abrigar a abertura da Copa. E falta muito, tanto que é preciso ser um otimista inveterado para acreditar que tudo estará pronto quando as seleções do Brasil e da Croácia entrarem em campo para, aí sim, jogar o jogo que importa. Ontem não. Porque ontem o olhar foi o do coração. (Kfourri, 2014, p. D3)

A *Folha* ainda publicou um material gráfico que listava uma série de aspectos que foram avaliados para checar o que funcionou e o que não funcionou na inauguração. A lista era formada por quatro aspectos: sinalização, acessos, segurança e estrutura. Não por acaso, sendo o grande foco de propaganda relacionado às arenas esportivas, o único aspecto totalmente aprovado foi o da segurança. Em referência à estrutura, a *Folha* criticou o preço dos alimentos vendidos dentro do estádio, os banheiros sujos, o serviço de áudio, os serviços de telefonia e internet e a falta de respeito quanto aos assentos numerados.

³⁸ O Corinthians perdeu para o Figueirense por 1x0.

Já o *Estadão* demonstrou um tom bem mais otimista: afirma que o estádio passou no teste, apesar de poucos problemas. O jornal trouxe declarações positivas tanto do diretor de operações do Comitê Organizador da Copa do Mundo quanto de Andrés Sanchez, ex-presidente do clube. As críticas ficaram por conta do trânsito fora do estádio e da falta de sinalização para os setores de imprensa. A matéria, assinada por Almir Leite e Vitor Marques, também destaca protesto das torcidas organizadas do clube por conta dos preços dos ingressos (Leite; Marques, 2014).

Enquanto isso, no lado verde da capital paulista, o Palmeiras inaugurou sua arena praticamente seis meses após o Corinthians, no dia 19 de novembro de 2014. Desde sua inauguração, o estádio já havia seus *naming rights* negociados com a seguradora Allianz e passou a se chamar Allianz Parque. Diferentemente do estádio de seu rival, que construiu um estádio do zero no bairro de Itaquera, o Palmeiras realizou a reforma do antigo Palestra Itália, de forma que ficou afastado de sua casa durante o período da obra. O retorno à casa foi tema bastante destacado tanto por parte do clube quanto por parte da imprensa esportiva.

Em sua edição do dia 16 de novembro, a *Folha* apresenta recorte temático semelhante dado à arena corintiana, destacando em matéria de Diego Iwata Lima que a perspectiva é que o estádio palmeirense gere lucro desde o seu primeiro dia de funcionamento (Lima, 2014). Levantada com dinheiro privado, a arena palmeirense possui modelo de negócio diferente de seu rival, garantindo que as rendas de bilheteria fiquem com o clube, enquanto a construtora Wtorre permanece com a maior parte da receita provinda dos *namings rights* e de eventos fora do futebol. O tema é semelhante ao do *Estadão*, na edição publicada na véspera da inauguração do estádio, em matéria assinada por Daniel Batista. Se destaca a expectativa do clube em receber cerca de 4,5 milhões de reais em bilheteria na partida de estreia. O jornalista ainda destaca a esperança do então presidente do clube, Paulo Nobre, em alavancar o programa de sócios-torcedores a partir da inauguração da arena. A ideia é que a concorrência por ingressos faça com que estes só sejam acessíveis através do programa, que oferece períodos de pré-venda³⁹ (Batista, 2014). Como informava a *Folha* em matéria publicada na véspera da inauguração, dentre os 32 mil ingressos colocados à disposição na pré-venda, 28 mil foram adquiridos por sócios, com os outros 4 mil disponíveis para a venda geral (Lima, 2014b).

Ainda na edição do dia 16, a *Folha* apresenta a coluna de Paulo Vinícius Coelho, conhecido como PVC, também declaradamente torcedor palmeirense, que, apesar de apontar a

³⁹ O tema dos programas de sócios-torcedores será abordado com mais cuidado no capítulo seguinte, que tratará especificamente dos clubes e sua adaptação ao futebol-negócio.

crise esportiva que o clube vivia naquele momento, mostrava como a inauguração do estádio estava cercada de expectativas:

Não será fácil, mas a arena precisa ser a plataforma de relançamento do Palmeiras como clube gigante. O Corinthians ainda não tem nenhum parceiro em Itaquera. O Allianz Parque tem oito, a cervejaria Itaipava, e a rede de lanchonetes Burger King entre eles. Se somar os donos de camarotes, junta Bradesco e Itaú na lista de proprietários. [...] **O estádio precisa ser gerenciado como empresa** e ter um conselho diretor formado por todos os sócios. [...] Se é difícil conversar com a W. Torre, melhor ter mais sócios e **um conceito: quanto mais forte o time, mais dinheiro todos vão ganhar.** [...] Em vez de estreiar um estádio na quarta-feira, o Palmeiras precisa inaugurar uma era. (Coelho, 2014, p. D6, grifos meus)

PVC é um dos jornalistas esportivos mais relevantes do país e sua opinião abertamente favorável à empresarização não passa despercebida neste trecho. Não só aponta a *necessidade* de o estádio ser gerenciado como uma empresa, mas sugere um conceito básico para o relacionamento entre os parceiros comerciais envolvidos; ou seja, sugere um comportamento, uma racionalidade. A preocupação quanto ao relacionamento entre Palmeiras e W. Torre ocorre dado o embate jurídico que ambos travaram quanto a divergências presentes no contrato da parceria. O processo durou 10 anos, com um acordo sendo celebrado apenas em 2024.

Na edição de 19 de novembro, dia da inauguração da arena, o *Estadão* também recorre ao seu colunista assumidamente palmeirense Antero Greco. O jornalista destaca que

O velho, querido e mítico Palestra Itália ressurgiu amplo, moderno e funcional – bonito mesmo. E com o nome de Allianz Parque, porque os tempos exigem tais parcerias. [...] Ambos os sócios devem ganhar muito, em dinheiro, prestígio e público. Shows e futebol não faltarão, e eis aí o jogo com o Sport e as apresentações do genial Paul McCartney. A Casa Verde entra no visual da cidade. O Palmeiras pode orgulhar-se do espaço recuperado e se junta ao Corinthians na dianteira da concepção moderna para praças esportivas. [...] Vida longa e faceira ao rebatizado Allianz Parque – que, com o perdão da turma do marketing e sem tirar o mérito do esforço para ter os *namings rights*, para a velha guarda será sempre “o Palestra Itália”, imortal, ou “o Palestra”, ou o “o campo do Parmera”, como dizíamos no querido Bom Retiro. (Greco, 2014, p. A23)

A longa citação se justifica pela quantidade de temas trazidos ao debate por Greco. Em primeiro lugar, em comparação com PVC, há uma postura bem mais reticente quanto às adaptações típicas do futebol-negócio. Se, por um lado, abraça a estética e a aparência “moderna”, Antero Greco se mostra reticente quanto à nova nomenclatura do estádio, relembrando denominações elaboradas pela “velha guarda”, atentando não só para gerações diferentes de torcedores, mas também para outras formas de relacionamento com a praça esportiva. A ironia com a “turma do marketing”, profissionais típicos do futebol-negócio, se contrasta, porém, com certa apatia e resignação quanto à necessidade das mudanças que o desagrada, quando afirma, por exemplo, que “os tempos *exigem* tais parcerias”. Um último

ponto diz respeito à rápida adaptação quanto ao conceito de arena multiuso: assim como havia uma partida de futebol marcada para a inauguração do estádio, também já estavam marcados shows de Paul McCartney. A realização de shows ao longo dos anos de funcionamento da arena até aqui foi motivo de descontentamento tanto do clube, que não possui gerência destas datas, quanto da torcida. A razão é que muitas das datas de apresentações de artistas internacionais – ou de outros eventos de grande porte – conflitavam com o calendário futebolístico e exigiram que o Palmeiras realizasse suas partidas fora do Allianz Parque. De acordo com o *Estadão*, em matéria que realiza balanço dos 10 anos de funcionamento da arena, foram mais de 14 milhões de frequentadores, mais de 600 eventos corporativos, 435 jogos de futebol e 230 shows⁴⁰.

Ainda na cobertura do dia da inauguração da nova arena, o *Estadão* publica uma matéria em que detalha os aspectos do contrato estabelecido entre Palmeiras e W. Torre, com foco voltado para as possibilidades de ganho financeiro a partir deste empreendimento (Batista, 2014b). É importante notar como a promessa de novos tempos, tempos de bonança financeira, é frequentemente destacada na cobertura jornalística, em geral em um tom otimista que, é justo imaginar, também afeta seus leitores e torcedores dos clubes envolvidos. No caso do Palmeiras, o que se construiu foi uma percepção de que não só uma nova casa estava à disposição de sua torcida, mas que o clube entraria em um novo momento financeiro e, consequentemente, esportivo. As edições de *Estadão* e *Folha* daquele dia ainda incluíam material gráfico que continham mapas e imagens projetadas do estádio, detalhando suas características.

Assim como seu principal rival, o Palmeiras estreou sua arena com uma derrota, o que tomou parte da repercussão dos jornais no dia seguinte à inauguração. Do ponto de vista da avaliação do estádio, a *Folha* repetiu a elaboração de uma lista do que considerou que funcionou e do que não funcionou: avaliou positivamente o aspecto da segurança; criticou setores da arena com aparente falta de acabamento e materiais expostos, além da ocorrência de banheiros sujos e da circulação de torcedores em áreas reservadas à imprensa.

Para repercutir a impressão torcedora, o jornal publicou a coluna de Lúcio Ribeiro, jornalista convidado – e palmeirense. A expectativa em torno de uma nova era no clube contrastava com o pessimismo em relação ao momento esportivo do time, que naquela altura brigava contra o rebaixamento no campeonato:

[...] o palmeirense encarou a inauguração da sua nova casa como um portal de entrada para uma dimensão futura. [...] No meio da grande expectativa de estreia de sua bela arena em tempos de belas arenas, quando foi criado uma caça aos ingressos que lembrou a batalha da Copa do Mundo por entradas,

⁴⁰ A reportagem pode ser lida em detalhes aqui: <https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/jogos-shows-restaurantes-e-tour-allianz-parque-recebeu-14-milhoes-de-pessoas-e-17-mil-eventos/>. Acesso em 20 de novembro de 2024.

mesmo quando a maior e única ambição de um time oito vezes campeão brasileiro é só sobreviver na elite, o sentimento reinante era de orgulho. (Ribeiro, 2014, p. D3)

O contraste de sentimentos também marcou a cobertura do *Estadão* para a inauguração, com a manchete “A festa se transformou em pesadelo” (Prósperi, 2014). A avaliação da arena em si foi bastante parecida com a da *Folha*: preocupação com trânsito, cambistas, ambulantes e área de imprensa; elogios para segurança e orientação dos setores.

Até aqui, considerando a cobertura realizada pela imprensa esportiva, o que se nota é uma empolgação com as novidades trazidas pelo futebol-negócio. No tema das arenas esportivas, foram raras e tímidas as considerações críticas acerca das consequências trazidas por este processo, formando-se uma voz uníssona e otimista em torno da questão; assim como se nota um foco bastante voltado para as questões especificamente econômicas envolvendo a construção destes equipamentos, com debates sobre rendas, receitas, déficits, dívidas e perfil do público a frequentar estes espaços. Por fim, nota-se a mobilização de afetos positivos como esperança e otimismo com o futuro a partir da noção de “nova era” a ser construída a partir dos novos equipamentos esportivos.

4.3 A imprensa esportiva e as SAF

Além das arenas esportivas, a transformação dos clubes em empresas privadas é um elemento importante no contexto do futebol-negócio. A partir da Lei 13.194, sancionada em agosto de 2021, clubes passaram a ser adquiridos por investidores privados e assumiram o modelo de Sociedade Anônima do Futebol, uma SAF. Se, no tópico anterior, foquei na repercussão que as arenas esportivas causaram na imprensa, a intenção agora é analisar como foi a recepção jornalística quanto ao tema das SAF, ou seja, como esta novidade foi recebida e comentada por jornais e seus jornalistas. Estratégia semelhante será utilizada, a partir do acervo dos três jornais de maior circulação nacional (*Folha de São Paulo*, *O Globo* e *O Estadão de São Paulo*). Procurei pelo termo “SAF” nas notícias e colunas publicadas ao longo de 2021, quando a lei foi sancionada. As notícias de cunho essencialmente informativo foram deixadas de lado para maior atenção quanto ao conteúdo de textos mais opinativos e normativos, bastante frequente em colunas, mas também em editoriais dos jornais.

Iniciarei com a cobertura da *Folha de São Paulo*. Ainda em maio de 2021, alguns meses antes da aprovação do projeto de lei, há o primeiro registro de um colunista do jornal tratando do tema. Juca Kfoury, ao escrever sobre os protestos realizados por torcedores do Manchester United-ING contra os donos do clube, afirma o seguinte:

[...] De fato, é inimaginável pensar que o Flamengo tenha um dono, que alguém possa se assenhorar da paixão de tantos para fazer o que bem entender. Daí, diante da necessidade de modernizar o modelo de administrar clubes de futebol, discutir-se no Brasil a ideia da Sociedade Anônima Futebolística (SAF) [...] É adorável a frase “ódio eterno ao futebol moderno”, por tudo que traduz da memória afetiva do torcedor. Tão adorável como impraticável desde que caiu o Muro de Berlim, algo que muitos que ainda estão chegando a pé de Woodstock não conseguem entender, embora com a melhor das intenções. (Kfourri, 2021, B6)

Algumas informações talvez sejam importantes para começar a entender a posição do jornalista: Juca Kfourri jamais se furtou a “misturar” futebol e política a partir de sua posição progressista, como se verá no último tópico deste capítulo; além disso, com trajetória de destaque no jornalismo esportivo, foi diretor da Revista Placar e jornalista/columnista dos maiores veículos do país e sempre travou batalha contra os “cartolas”, sejam de clubes, sejam da CBF. É justo afirmar, portanto, que a preocupação e as críticas de Kfourri sempre estiveram conectadas com as formas amadoras e patrimonialistas de administração de clubes e confederações. Espelho que este seja o grande motivador por trás da percepção positiva de Kfourri quanto às SAF e quando afirma a necessidade de “modernizar” a gestão dos clubes brasileiros.

Há mais neste trecho: Kfourri parece endossar a ideia de que não há alternativa ao modelo SAF, de forma que a transformação de clubes associativos em empresas se impõe como necessidade histórica. De fato, como dito no capítulo que abre esta pesquisa, este era o sentimento generalizado quando as SAF surgiram. Porém, seria possível imaginar que Kfourri, uma referência do campo progressista conectado ao futebol, apresentaria maior resistência à solução neoliberal. Não seria este um exemplo de força do discurso neoliberal, naturalizando-se mesmo entre grupos que, em condições normais, apresentariam reticências? O neoliberalismo, ao se estabelecer como racionalidade e produzir uma nova subjetividade, colonizou o imaginário social com imagens próprias e coerentes com a forma empresarial. É neste sentido que Casara (2021) propõe a ideia de imaginário neoliberal, que atua no sentido de bloquear a razão crítica e a política. O autor argumenta que

A importância da categoria “imaginário neoliberal”, para explicar tanto o funcionamento do Estado e da sociedade quanto as condutas individuais, fica evidente ao se perceber que, às crises geradas pelo neoliberalismo, são apresentadas respostas forjadas a partir de imagens e ideias neoliberais, ainda que disfarçadas. [...] Em outras palavras, apenas a compreensão de que existe um imaginário neoliberal é capaz de explicar como foram apresentadas respostas neoliberais (e, portanto, inócuas) para uma crise nascida do funcionamento normal do neoliberalismo. Todavia, esse imaginário neoliberal se encontra velado. (Casara, 2021, p. 295-296)

A este tipo de passividade e bloqueio da imaginação política, Mark Fisher (2020) dá o nome de realismo capitalista. O subtítulo de seu livro é a questão que o orienta: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo? O triunfo do realismo capitalista passa justamente por estabelecer o capitalismo como “o único sistema político econômico viável, sendo impossível imaginar uma alternativa a ele” (Fisher, 2020, p. 10). O imaginário ocidental – ou ao menos aquele hegemonicamente impactado pela indústria cultural do cinema estadunidense – está recheado de ideias em torno do fim do mundo. Catástrofes “naturais” causando a destruição do planeta são praticamente um gênero cinematográfico por si só. Mais difícil, porém, é encontrar alternativas consideradas reais o suficiente para evitá-las. Segundo Fisher, “a tese de Fukuyama de que a história havia atingido o clímax com o capitalismo pode ter sido amplamente zombada, mas continua sendo aceita, e mesmo presumida, no plano do inconsciente cultural” (Fisher, 2020, p. 15).

O trecho destacado da coluna de Kfoury é um dos exemplos de como tal tese segue orientando a percepção contemporânea, mesmo daqueles inseridos em círculos considerados progressistas. Parece impossível imaginar uma alternativa que não seja entregar os clubes a esta lógica empresarial.

Em coluna publicada na *Folha* em julho de 2021 com o título “A mãe da SAF”, já com o projeto de lei aprovado na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, Kfoury afirma o seguinte:

Portinho, advogado especializado em Direito Esportivo, sem alarde ouviu quem tinha de ouvir no mundo do futebol e manteve o que havia de essencial no projeto de Pacheco. E Costa, mais discreto ainda, não mexeu numa vírgula do que havia sido aprovado no Senado, permitindo a rápida aprovação também na Câmara. [...] Mas está dado o choque de capitalismo de que nosso futebol precisa depois de viver por décadas na base da corrupção e da socialização da miséria, basta olhar para a CBF e para a maioria de nossos clubes, os mais populares, principalmente. Ah, sim, a mãe, que provavelmente xingará a do colunista ao lê-lo: a mãe se chama Rodrigo Rocha Monteiro de Castro, 48, doutor em Direito pela PUC-SP, MBA em Administração de Empresas pelo Insper, um são-paulino apaixonado pelo clube tricolor e obcecado por introduzir o futebol brasileiro no século 21. (Kfoury, 2021b, p. 5)

Após apontar o senador Rodrigo Pacheco, do DEM, como “pai” da SAF, Kfoury refere-se ao senador Carlos Portinho, do PL, e ao deputado federal Fred Costa, do Patriotas, parabenizando-os pelo trabalho realizado na relatoria e no processo de aprovação do projeto de lei da SAF. Curiosamente, os três partidos faziam parte da base aliada do então presidente Jair Bolsonaro, a quem Juca Kfoury fazia oposição pública. O jornalista ainda afirma que Portinho “ouviu quem tinha de ouvir” para consolidar o projeto. Não há qualquer registro, porém, de que

algum torcedor ou torcida tenha sido ouvido/a, de forma que mais uma vez o papel relegado às torcidas no futebol-negócio é o da passividade.

Tão empolgado estava com o “choque de capitalismo” no futebol, visando a superação do modelo associativo comandado por cartolas, Kfourri passou a divulgar, em seu blog no UOL, textos de autoria de Rodrigo Rocha Monteiro de Castro, citado acima. Este é um exemplo de como os discursos de jornalistas e “especialistas”, tanto da área do Direito quanto da Economia, como nos casos de analistas de mercado, se cruzam em nome do fortalecimento argumentativo em nome do futebol-negócio. Nos textos de Castro que Kfourri republica, não há qualquer tipo de ponderação crítica ou de reflexões acerca dos possíveis interesses em jogo, apenas a chancela⁴¹.

Paulo Vinicius Coelho foi outro colunista a escrever com alguma frequência sobre as SAF em 2021. Apesar de um tom um pouco mais ponderado do que Kfourri, sua posição favorável também era evidente. Em coluna publicada no dia 3 de dezembro, com a lei já aprovada e clubes ativamente em busca de investidores, PVC demonstra uma motivação semelhante à de Kfourri:

O futebol brasileiro não vai avançar enquanto não se livrar da velha política dos conselhos deliberativos [...] A semana de definições para grandes clubes se tornarem sociedades anônimas de futebol (SAF), casos explícitos de Botafogo e Cruzeiro, e mais incipiente do Vasco, indicam buscas de caminhos que fujam da velha política. Como em Brasília, essa fuga pode ser ilusória. As SAFs podem representar dinheiro novo, numa economia do futebol estrangulada, cujo teto é baixo [...] Vai subir se houver investidores e será necessário cuidar de serem honestos. (Coelho, 2021, p. B8)

A preocupação com a política clubística segue em conexão com o discurso dos especialistas de Itaú, XP e Ernst&Young citados anteriormente. Mesmo o ceticismo demonstrado por PVC gira em torno de questões morais, como honestidade/desonestidade, investidor bom/investidor mal e não se refere necessariamente às consequências trazidas pelo modelo em si.

Em coluna de 19 de dezembro de 2021, o jornalista comemora a aquisição do Cruzeiro por parte da empresa de Ronaldo Nazário em coluna com o título “Compra é novidade fenomenal para o futebol brasileiro”. A surpresa de PVC se sustenta no fato de um brasileiro realizar o investimento e não de uma empresa estrangeira com maior poderio:

A novidade é que a nova legislação faz brasileiros, antes interessados em adquirir clubes na Europa, entenderem que é possível ter sucesso aqui mesmo. [...] A surpresa veio porque se olha para o Cruzeiro como um clube falido e porque se imaginava que viria um empresário do Oriente Médio ou da

⁴¹ Um exemplo pode ser visto aqui: <https://blogdojuca.uol.com.br/2022/08/o-primeiro-ano-da-lei-da-saf/> Acesso em 29 de novembro de 2024.

Inglaterra. Acontece que a carreira empresarial de Ronaldo faz dele um Fenômeno, apelido dos tempos de jogador. (Coelho, 2021b, p. B10)

O fato de Ronaldo, ex-jogador do clube, ser o seu comprador gerou uma repercussão positiva que pode ser verificada no trecho citado. Porém, a relação de amor não durou muito: Ronaldo vendeu sua parte das ações já em 2024, com lucro; comprou por 400 milhões de reais em 2021 e vendeu por 600 milhões de reais em 2024.

Ainda havia tempo em 2021 para mais uma coluna e PVC demonstra mais uma vez uma empolgação comedida:

Digamos que todos comecem o ano com empresa nova. Já deu para entender que nem todos serão campeões. Não vai haver milagre. [...] Não há dúvida de que a SAF produzirá soluções individuais e pode ser um ganho enorme para o futebol se tornar, no Brasil, um setor importante da economia do país. [...] Dará certo para o Brasil se houver trabalho. Vai funcionar para cada clube, dentro de cada objetivo. Os campeões serão os que trabalharem melhor. Como sempre foi. (Coelho, 2021c, p. B7)

Além da tentativa de segurar a empolgação torcedora com as possibilidades de sucesso esportivo a partir da venda de seus clubes, PVC traz outro argumento: o potencial do setor se tornar maior e mais relevante na economia brasileira como um todo. Do ponto de vista futebolístico, este é um argumento lateral, mas também ajuda a explicar o empenho estatal, entre representantes do executivo e legislativo intensamente envolvidos, na aprovação de leis que estabeleçam o terreno para o investimento privado e sua consequente concorrência. Este é o tipo de intervenção que o mercado gosta.

PVC ainda apresenta perspectiva meritocrática, também importante ao discurso neoliberal, ao afirmar que os vencedores serão aqueles que trabalharem melhor. É preciso levar em conta que, por enquanto, ainda existem clubes associativos que jogam o jogo a partir de regras diferentes das SAF, tanto no que diz respeito à legislação quanto ao potencial de investimento, além dos próprios modelos e objetivos diferentes de cada SAF. Não há garantia que um investidor queira transformar o clube em potência esportiva. Ronaldo, por exemplo, apenas tirou o Cruzeiro de situação financeiramente calamitosa para vendê-lo com lucro na sequência. De forma que “trabalhar bem” não possui um significado só, sendo o sucesso esportivo apenas uma possibilidade.

Para encerrar a cobertura da *Folha*, o jornal publicou um editorial seguindo com o tom bastante otimista quanto à lei da SAF, apesar de refletir sobre a necessidade de um regime fiscal específico e simpático às novas iniciativas:

É promissora a nova regulamentação que favorece a transformação de clubes de futebol em empresas. Sancionada em agosto, a lei institui a Sociedade Anônima de Futebol (SAF) para o fomento de atividades relacionadas ao esporte, como a formação de atletas e a exploração de direitos de marca,

propriedade intelectual e transferência de jogadores. [...] É verdade que o súbito ônus decorrente da conversão de entidade sem fins lucrativos em empresa pode desincentivar o movimento e fragilizar o propósito da lei. Mas, como quase sempre ocorre em projetos de interesse setorial, a benesse era excessiva. O melhor seria, quando muito, prever um benefício temporário. A legislação tributária precisa de simplificação, não de mais exceções. (Folha de São Paulo, 2021, p. A2)

Mesmo que publicado em setembro de 2021, antes de algumas colunas aqui citadas, optei por fechar com o editorial por conta de sua relevância. O editorial não é assinado por um jornalista, é o próprio jornal “falando”, de modo que possui peso significativo nos rumos de determinado tema. Como visto, a cobertura da Folha foi essencialmente positiva quanto à lei da SAF. A ponderação máxima veio de PVC ao afirmar que a SAF “não é um milagre”. Os especialistas chamados à conversa foram também todos favoráveis, sem qualquer ponderação crítica, seja acerca do modelo em si ou sobre experiências anteriores (no Brasil ou fora dele) que fracassaram ao tentar transformar clubes em empresas. Desta forma, sendo a *Folha* o jornal de maior circulação do país e demonstrando apoio praticamente irrestrito, o discurso e as práticas de empresarização do futebol são caracterizados como simples evolução natural do futebol como negócio.

O *Estadão*, por sua vez, dedicou bem menos atenção ao tema em 2021. Ainda que o otimismo seja o mesmo, grande parte da repercussão se deu apenas a partir da compra do Cruzeiro, realizada em dezembro daquele ano. Há apenas uma matéria prévia a este fato, publicada em 3 de maio em caráter de “reportagem especial” que aproveitava o avanço do projeto de lei ao Senado (Campos, 2021). Com comentários de mais um especialista, desta vez o convidado é Rafael Marcondes, creditado como consultor do escritório Pinheiro Neto e especialista em direito desportivo e tributário. Naquele momento, ainda havia dois projetos acerca do tema, sendo um do senador Rodrigo Pacheco, que avançou, e outro do deputado federal Pedro Paulo, do PSD. O PSD era mais um partido a compor a base aliada do governo Bolsonaro na Câmara, de forma que toda a discussão em torno de um modelo jurídico que abria caminho para empresarização dos clubes partiu, essencialmente, do campo da direita.

Na votação em plenário da Câmara, o projeto obteve um placar favorável arrasador: 429 x 7. Apenas o PSOL votou em bloco contra a iniciativa. Já no Senado, o projeto foi aprovado por unanimidade. Este é outro indício de como se construiu determinado consenso em torno das SAF, contando com o esforço conjunto entre poder público, especialistas e imprensa. Em dezembro, o *Estadão* seguiu sua cobertura anunciando a compra do Cruzeiro por Ronaldo. A matéria conta, mais uma vez, com comentário de um advogado especialista em direito desportivo. Eduardo Carlezzo, que participou da elaboração do projeto de lei, afirma o seguinte:

Abre-se uma nova página na história do futebol nacional. **Os clubes abandonam o falido modelo associativo para entrar de vez dentro do modelo capitalista**, já presente em todos os países relevantes no contexto global. [...] Agora, cabe ver como reagirão os outros clubes grandes, pois vários deles até o momento não haviam mostrado nenhuma intenção nesta transformação em empresa: 2022 será um ano eletrizante e um divisor de águas na história do nosso futebol. (Carlezzo, 2021, p. A23, grifo meu)

Difícil não se empolgar com tamanha perspectiva de transformação e sucesso no futebol brasileiro, certo? Mais uma vez, não há qualquer consideração crítica ou ao menos moderada. Curiosamente, em um contexto político bastante conturbado, em que se diz haver uma polarização e lados muito bem definidos, se nota um consenso em torno da ideia de que mais capitalismo era a única saída para o futebol brasileiro se tornar “relevante”, como afirma Carlezzo.

Em 20 de dezembro de 2021, o *Estadão* aciona seu editor de esportes para escrever sobre o tema. Robson Morelli apresenta sua perspectiva sobre as SAF a partir do caso Cruzeiro:

Ronaldo não comprou apenas o Cruzeiro, ele colocou o futebol brasileiro à venda. [...] os clubes brasileiros têm potencial para fazer receitas com direitos de transmissão dos jogos, patrocinadores, venda de jogadores, bilheteria, camisetas e programas de sócio-torcedor. Estão endividados porque suas administrações sempre foram péssimas, sem transparência e voltadas para políticas de ‘cala-boca’ para a torcida, de modo a gastar, em muitos casos, o que não têm com jogadores e técnicos somente para acalmar os ânimos. Ronaldo será seguido por bilionários do mundo inteiro, alguns com experiência, outros nem tanto, claro, desde que os estatutos ofereçam controle acionário acima de 51%, como fez o time de BH. A notícia já se espalhou. É questão de tempo para todos entrarem no jogo. (Morelli, 2021, p. A17)

É um roteiro que se repete. A figura de Ronaldo, descrito neste caso como um desbravador de terrenos selvagens, funciona como chamariz para investidores de todo o mundo. A notícia que se espalha é a de que há negócios a serem feitos no futebol brasileiro, em uma abertura ao mercado internacional. O futebol no Brasil não está mais no período de trevas do modelo associativo, mas agora recebe luz e está a uma boa gestão de distância do sucesso.

Em 23 de dezembro de 2021, o *Estadão* publica mais um material especial visando esmiuçar o tema das SAF e da compra do Cruzeiro. Mais uma série de especialistas são consultados: Pedro Oliveira, cofundador da empresa de consultoria OutField (uma das responsáveis pelo relatório dos *Convocados*, citado em capítulo anterior); Tullo Cavallazzi Filho, advogado especialista em direito desportivo, além de presidente da Comissão Especial de Direito Desportivo da OAB; José Battistotti, que era presidente do Avaí-SC, mas também presidente da Associação Nacional de Clubes de Futebol (ANCF); Leo Berenguer, CEO da XP Investimentos, que intermediou a compra do Cruzeiro; Denis Rappaport, que é creditado apenas

a partir de sua formação na Universidade de São Paulo e pela Fundação Getúlio Vargas (Goussinsky, 2021).

Destaco três pontos desta última matéria para encerrar a cobertura do *Estadão*: em primeiro lugar, a ausência de qualquer perspectiva torcedora. Os entrevistados são advogados, analistas e/ou dirigentes, produzindo uma percepção convergente sobre o tema. É claro que não se supõe que a perspectiva torcedora seria necessariamente negativa, porém não há qualquer iniciativa de apresentar uma pluralidade de opiniões, gerando uma abertura para divergências. O que ocorre repetidamente é apenas a reafirmação dos aspectos positivos desta “nova era” do futebol brasileiro. Em segundo lugar, a presença das empresas de consultoria, que já foram alvo de análise anterior, o que aponta para a livre circulação do discurso neoliberal no cotidiano do futebol, além da formação de novas lideranças e referências no tema. Por fim, a reportagem produz uma associação direta entre a profissionalização dos jogadores de futebol no Brasil em 1933 com a chegada da SAF em 2021, como ferramenta de profissionalização da gestão dos clubes e, conseqüentemente, o fim dos dirigentes amadores. É como se este fosse o passo derradeiro que faltava ao futebol brasileiro para entrar de vez em uma lógica mercantilizada e abandonar a âncora do amadorismo.

Parto agora para a cobertura realizada pelo *Globo* acerca do tema da SAF em 2021. Aqui há uma novidade, finalmente: em meio ao entusiasmo geral, algum sinal de ponderação.

Em 21 de dezembro daquele ano, *O Globo* apresenta uma entrevista com Irlan Simões, jornalista, mas também pesquisador sobre o tema. Simões possui artigos e livros publicados sobre o processo de mercantilização do futebol, um deles dedicado a ouvir torcedores que foram frustrados por experiências de clube-empresa mundo afora (Simões, 2020). Em 2024, Simões participa com frequência do programa Redação Sportv, canal esportivo da Globo, além de possuir um *blog* próprio no site do Globo Esporte, de modo que se tornou uma voz relevante neste circuito, mesmo que solitária. Destaco abaixo alguns trechos de sua entrevista, que inicia sendo questionado sobre Cruzeiro e Ronaldo:

A venda de 90% dos ativos foi precipitada, para mim. Levou a zero a chance de o clube redirecionar a rota, em caso de fracasso do projeto do Ronaldo. O Cruzeiro fica sem plano B ou C. Está totalmente à mercê do Ronaldo, do que ele espera. [...] A questão é que, se o Ronaldo não conseguir realizar seus objetivos, o Cruzeiro passará a ser um estorvo para ele. Terá de lidar com a torcida, que vai exigir títulos. Ele é um indivíduo com uma quantidade de capital considerável, mas devemos considerar o fato de que não é um emir, com um saco sem fundo de dinheiro. Ele não é um cara que vai ficar brincando de colocar dinheiro no Cruzeiro. Ele vai tentar ao menos empatar o investimento dele em algum momento. (Simões, 2021, p. 31)

Em primeiro lugar, nota-se a caracterização menos simpática à figura de Ronaldo, sendo este um empresário como qualquer outro e, em comparação com outros investidores comuns no futebol mundial, longe de ostentar o mesmo poderio financeiro. Em segundo lugar, em ponto pouco abordado anteriormente, aponta-se para o desespero do Cruzeiro em agarrar a primeira oportunidade de venda do clube, que se encontrava em condição econômica caótica. A Lei da SAF não aponta qual a porcentagem acima dos 51% o clube precisa ceder para o investidor privado, de forma que a venda dos 90% das ações tornou o clube associativo, que permaneceu com 10%, enfraquecido para enfrentar qualquer tipo de desavença que possa ocorrer à frente. Por fim, a “previsão” acertada: Ronaldo, de fato, passou a ser cobrado pela torcida cruzeirense ao não operar o milagre imediato do sucesso esportivo, que ocupava o imaginário torcedor, a partir de transformação tão positiva e início da “nova era”.

A entrevista segue com a perspectiva de Simões sobre o movimento das SAF em geral:

O futebol brasileiro, como um todo, desconhece a realidade de muitos clubes europeus, pensa apenas no Paris Saint-Germain e no Manchester City. De fato, o que a Lei da SAF criou, do ponto de vista dos clubes, é fantástico. [...] para os clubes, os mecanismos para eles quitarem as dívidas são muito interessantes, partindo do pressuposto que desta vez será diferente. Porque outros já foram criados e não resolveram, como Profut, Ato Trabalhista... A questão é o desconhecimento quanto à nova relação que se cria. Não pode simplesmente entregar o clube ao investidor no momento em que surgir uma oferta, sem cautela e preparação, sem a criação de mecanismos para blindar o clube, seu patrimônio, sem criar válvulas de escape, caso se discorde do caminho adotado pelo investidor. (Simões, 2021, p. 31)

Simões aponta para o nível de desconhecimento em torno de iniciativas semelhantes ao redor do mundo, dado que o foco se assenta sobre os exemplos de sucesso. É possível especular que é justamente a partir desta falta de conhecimento, patrocinada também por uma cobertura jornalística pouco afeita ao tom crítico, que a empolgação desmedida se cria. Na Inglaterra, onde todos os clubes são propriedades privadas de investidores, clubes continuam sendo rebaixados e convivendo com o insucesso esportivo; obviamente, não é possível existir 20 campeões em um único campeonato, mesmo que o sonho seja vendido para todos através das promessas de investimento pesado.

Simões, apontando para a perspectiva dos clubes, demonstra como este é mais um dentre diversos movimentos de iniciativa estatal para desafogar os clubes de futebol de suas dívidas. A novidade desta vez, que sustenta a adesão empolgada da imprensa esportiva e outros atores do futebol, é a via da empresarização, contando com a visão de senso comum de que tudo melhorará com a gestão privada, tão comum ao debate político mais generalizado no Brasil. O que Simões faz é jogar luz sobre a contingência deste processo: sim, a partir de uma mudança profunda e implicações diretas nas relações entre clube e torcida, as agremiações podem se ver

livres das dívidas que as sufocam; porém, são fartos os exemplos de iniciativas semelhantes que deram errado e o clube voltou à estaca anterior. O que a empolgação desmedida – ou o desespero de dirigentes – pode causar é a venda precipitada sem que uma saída de emergência esteja planejada.

Simões complementa ao ser questionado sobre o que pode dar errado:

O volume do investimento pode não ser suficiente para o investidor quitar o passivo da associação e obter o seu retorno financeiro. Pode haver divergência entre investidor e coletividade daquele clube. Pode haver má gestão dos acionistas, e a sociedade anônima gerar mais dívidas. [...] Diante dessa figura nova que entra como herói, pode faltar um mecanismo à disposição do clube para dar uma reviravolta no quadro, porque agora o clube é propriedade de alguém. O modelo associativo é negativo: nele, o clube é fechado, vive nas mãos de oligarquias. Mas questiono se é isso, se vamos pular da loja maçônica para a empresa que não tem saída de emergência. (Simões, 2021, p. 31)

O trecho final parece resumir a percepção de Simões. Não se nega que os clubes associativos, no Brasil, se embrenharam em um caos financeiro, mas disto não se conclui automaticamente que “não há alternativa” e que só a SAF salva, algo que parece bastante presente no imaginário jornalístico aqui ressaltado a partir da influência do discurso neoliberal. Como afirma Jodi Dean (2009), a contingência não é só característica da política para Rancière (2018), como é também parte integrante da própria ordem, ou seja, demonstra como esta ordem foi resultado de condições histórico-sociais específicas e não algo inevitável. Historicizar a ordem significa retirá-la do campo da natureza em que, supostamente, não há o que ser feito além da reação. É a partir deste movimento que outros horizontes se tornam possibilidades reais. Para tanto, há que se ter força necessária não só para identificar o funcionamento deste imaginário neoliberal que produz resignação, mas de construir imagens que o confrontem.

O restante da cobertura d’*O Globo* seguiu padrão semelhante aos demais jornais aqui citados. O protagonismo, entre os colunistas, foi de Rodrigo Capelo, jornalista que se tornou a grande referência na mídia em torno da economia futebolística. Em 2019, Capelo e a jornalista Gabriela Moreira foram responsáveis por uma série de reportagens de grande repercussão que tratavam da situação financeira precária do Cruzeiro, envolvendo desvios e lavagem de dinheiro. À época, os jornalistas sofreram críticas e perseguições por parte da torcida do clube. Ao fim daquele ano, como se sabe, o Cruzeiro foi rebaixado para a segunda divisão do futebol nacional, onde permaneceu até 2022. Rodrigo Capelo, que também possui *blog* no Globo Esporte e participa ativamente da programação do Sportv, pavimentou seu espaço como o principal responsável destes veículos para abordar o tema de negócios no futebol e economia interna dos clubes, repercutindo anualmente os relatórios produzidos pelas diferentes agências de consultoria. Em 2021, Capelo (2021c) publicou um livro de título sugestivo, “O futebol

como ele é”, em que analisou trajetórias de sucesso e fracasso de diferentes clubes, mantendo o foco na gestão das agremiações. Na seção de agradecimentos do livro, o jornalista faz referência ao amigo César Grafietti, grande protagonista da discussão em torno das finanças futebolísticas e autor principal dos relatórios da Itaú BBA e *Convocados*.

Em sua coluna n’*O Globo*, Capelo apresenta um tom semelhante ao de PVC na *Folha*, com caráter mais descritivo e ponderado do que a empolgação explícita. Foi assim que comentou a venda do Cruzeiro:

Maltratada por quase três anos consecutivos, enfim, a torcida do Cruzeiro tem motivos para esperança. Ronaldo anunciou que comprará a empresa que gere o futebol celeste [...] e esses são fatos que, depois de tanta desgraça no lado azul de Minas Gerais, levam fê para o torcedor. Começo esta coluna assim por questão de empatia. É obvio que um negócio deste tamanho, que envolve a venda de um clube popular a alguém, evento raro no futebol brasileiro, precisa ser entendido aos poucos, com apuração e ceticismo. Mas não podemos esquecer de onde viemos e para onde vamos. Itair Machado e todos os picaretas que destruíram o Cruzeiro nos últimos anos ficarão no passado. Começa agora a era Ronaldo. É natural que haja esperança. (Capelo, 2021b, p. 25)

Mesmo com o ceticismo anunciado, as promessas contidas no texto são semelhantes às já comentadas: o fim do martírio amador e irresponsável, a nova era, esperança e otimismo. Este foi o padrão encontrado nas colunas de Capelo naquele ano em todas as vezes que tratou do tema. Em uma delas, relata uma conversa com Pedro Mesquita, então executivo da XP e intermediário do negócio entre Cruzeiro e Ronaldo, que reafirma o tom *revolucionário* do movimento envolvendo as SAF (Capelo, 2021).

O Globo ainda apresenta um segundo caso de ponderação crítica a este momento, mas não pelos mesmos caminhos de Irlan Simões. Em uma coluna publicada em dezembro de 2021, o advogado Pedro Trengrouse, mais um especialista convidado, entende que só a Lei da SAF não é suficiente:

O Brasil é o único entre os principais mercados do futebol que não tem liga profissional nem investimento empresarial nos clubes. Mas nem todo o dinheiro do mundo seria suficiente nesse modelo associativo onde tudo é de todos, e nada é de ninguém. [...] O Brasil precisa de um marco regulatório para impulsionar o futebol. (Trengrouse, 2021, p. 3)

O advogado sustenta que a transformação de clubes em empresas não deveria ser facultativa, mas obrigatória a todos eles, lembrando parte do conteúdo da Lei Pelé de 1998. Ainda indica a obrigação da criação de uma liga de clubes, um tema que ganhou força entre 2023 e 2024 e promete causar impactos a partir de 2025. Por fim, destaca a necessidade de aprovação do Acordo de Cooperação e Facilitação de Investimentos entre o Brasil e Emirados Árabes, de olho nas possibilidades de investimento estrangeiro no futebol:

No país do futebol, nada melhor para isso do que investir nos clubes e na própria Liga, com segurança, eficiência e alto retorno, reforçando o *soft power* de ambos os países pelo futebol, com estratégia integrada a outros investimentos, como ocorreu na Inglaterra, quando Abu Dhabi comprou o Manchester City em meio a um aporte de £ 3,5 milhões para salvar o Barclays da bancarrota. (Trenrouse, 2021, p. 3)

Ou seja, não bastando a obrigação de transformar tudo o que for possível em empresa, o futebol brasileiro ainda deveria servir de oportunidade para países que necessitam de uma lavagem de suas imagens através de altos investimentos.

Dentre a cobertura positiva do tema, ainda é possível citar a coluna de Marcelo Barreto que, além de ser publicado n’*O Globo*, também é apresentador do programa Redação Sportv. Em 26 de dezembro, publicou o seguinte ao comentar sobre a provável compra do Botafogo pelo norte-americano John Textor:

[...] Quase 50 anos depois, foi a vez de o Botafogo encontrar seu Papai Noel. Ele apareceu à luz do dia, tem nome e sobrenome estrangeiro (não do Polo Norte, mas de um pouco mais abaixo) e prometeu deixar um presente bem mais caro do que a minha Black Tiger: um investimento de 400 milhões de reais na SAF do clube. [...] Esta coluna é minha homenagem natalina ao torcedor alvinegro. Na semana passada, escrevi neste espaço que será fascinante observar a experiência de Ronaldo como investidor do Cruzeiro. Neste dia 26, vou me permitir deixar a desconfiança de lado e apenas torcer para que a parceria com John Textor dê certo. (Barreto, 2021, p. 37)

Aqui se percebe o abandono de qualquer perspectiva minimamente cética, supostamente própria à prática do jornalismo, para inaugurar um novo nível de apoio utilizando-se de simbologia infantilizada e, evidentemente, despolitizada do tema.

Este esforço pela despolitização do processo de transformação dos clubes em empresas talvez seja o grande ponto comum entre a cobertura dos diferentes jornais e colunistas aqui citados, com uma ou outra exceção. A despolitização cumpre função essencial quando pensamos no processo de mercantilização de tudo o que é possível. Para tornar qualquer mercadoria mais palatável, retiram-se de cena os conflitos intrínsecos à sua própria produção.

Conflitos e diferentes processos de opressão social precisam ser escamoteados para que a potência reflexiva de uma expressão artística, de um discurso, de uma imagem, seja apenas a sua aparência e mais nada. É resultado deste percurso que um filme se torna só um filme, uma música apenas uma música e – por que não? – o futebol apenas futebol. Reduzidos ao patamar de entretenimento produzido em massa apenas para passar o tempo e suavizar a realidade, ferramentas que poderiam ser utilizadas para a politização e jogar luz sobre os conflitos inerentes à sociedade capitalista, se tornam mercadorias descartáveis e repetitivas. A despolitização funciona como uma força de desmobilização, dado que

Esse gerenciamento dá a impressão de que não há luta ou disputa de projeto a ser feita. Isso quer dizer que a disputa influenciada diretamente por posições ideológicas é rejeitada; ou seja, o fazer da política torna-se subordinado a uma presumida imparcialidade atribuída à tecnocracia e aos especialistas esclarecidos. (Fernandes, 2019, p. 217)

O tópico a seguir apresenta mais pistas para compreender como o tema da política no futebol tem sido tratado a partir das perspectivas contidas nos discursos jornalísticos.

4.4 Jornalismo x Entretenimento e a política no futebol

A postura antipolítica presente no futebol-negócio foi tema do capítulo anterior, quando os analistas de mercado apontavam para a necessidade de superar a política dos clubes em nome do desenvolvimento empresarial. Este tema também se encontra com fartura na cobertura esportiva, a partir da necessidade autoimposta de deixar questões políticas de lado para não “manchar” o esporte.

Não pretendo apontar para um consenso, considerando que são diversas as vozes ainda presentes no jornalismo esportivo que não se esquivam da tarefa de abordar temas que consideram políticos, relacionando-os ao futebol ou não. É possível afirmar, por outro lado, de que o *espírito* do jornalismo esportivo sofreu um redirecionamento importante na última década e meia, produzindo impactos nas possibilidades de existência da política no esporte e na reprodução de uma racionalidade empresarial nos discursos elaborados a partir da imprensa especializada na área.

Assim como o neoliberalismo não inaugurou a mercantilização do esporte, a cobertura jornalística contemporânea não inaugurou a espetacularização ou a produção do *infotainment*⁴² (Padeiro, 2014) no esporte; ambos os processos são mais longos e complexos. Porém, ignorar as mudanças de forma e conteúdo recentes na cobertura esportiva seria um equívoco. É neste sentido que se tornou comum na bibliografia voltada ao tema o estabelecimento da primeira década dos anos 2000 como este marco na mudança do tom da cobertura esportiva. Também é comum, como faz Mariana Oselame (2010), tomar como material empírico o programa Globo Esporte, principal periódico de cobertura esportiva do país que, pertencente à Globo, a maior rede de televisão brasileira, possui a capacidade de influenciar nacionalmente os padrões de cobertura jornalística. A autora nos conta que

⁴² O conceito, cunhado a partir da junção dos termos “informação” e “entretenimento”, trata da forma de comunicação midiática que intenciona, concomitantemente, entreter os espectadores ao exibir notícias. Ou seja, contrasta com a maneira tradicional de telejornais com apresentadores engravatados e feições sisudas em nome da credibilidade. O infotainment busca reter e atrair novos públicos, em especial os mais jovens, a um meio de comunicação em disputa com a internet, como no caso da televisão.

Quando estreou, em 14 de agosto de 1978, o Globo Esporte comandado por Léo Batista estava mais para um “telejornal de esportes” do que para um programa de entretenimento. Era apresentado da tradicional bancada, com textos lidos no teleprompter. Três décadas depois, especialmente a versão apresentada em São Paulo, por Tiago Leifert, o Globo Esporte é, antes de tudo, um programa de televisão. A bancada deu lugar à mobilidade do apresentador e a linguagem engessada pelo teleprompter foi substituída pelo improvisado e o (suposto) bom humor, sem roteiro. (Oselame, 2010, p. 64)

O protagonismo dado a Tiago Leifert no diagnóstico dessa ruptura é tão destacado que, como aponta Márcio Telles (2020), a produção acadêmica sobre o tema chegou a cunhar o termo *leifertização* do jornalismo esportivo para explicar como a busca por entreter seus telespectadores passou a ser a missão dos programas em questão. Telles (2020), que realiza leitura crítica do artigo de Oselame (2010) e das tendências percebidas nos estudos sobre mídia e comunicação, corretamente interpreta este fenômeno como um processo histórico que implica em não levar à sério a hipótese de que um jornalista sozinho foi capaz de transformar forma e conteúdo da imprensa esportiva no Brasil. Por outro lado, talvez um tanto como Margaret Thatcher representou a essência do neoliberalismo com passagens marcantes mesmo não sendo a única responsável pelo mesmo, pode-se considerar que se tenha dado a Leifert este mesmo peso como representante de uma forma específica de fazer jornalismo esportivo.

Longe de me embrenhar em debates mais específicos sobre mídia e comunicação, me interessa notar como este processo envolvendo jornalismo esportivo e entretenimento, além de ter ocorrido (coincidentemente?) em período semelhante ao da ascensão do discurso e prática neoliberal no futebol-negócio, produz uma postura antipolítica como parte do discurso empresarial no esporte. Como parece impossível fugir de Tiago Leifert, recorro a um texto de opinião publicado pelo jornalista na Revista GQ em 2018 como um exemplo de como este discurso se estrutura:

Quando política e esporte se misturam dá ruim. Vou poupá-los dos detalhes, mas basta olhar nossos últimos grandes eventos para entender que essas duas substâncias não devem ser consumidas ao mesmo tempo. O que me leva à minha primeira grande preocupação de 2018: é ano eleitoral. Nos Estados Unidos, Colin Kaepernick, jogador da NFL, a liga de futebol americano, resolveu se ajoelhar durante o hino americano para protestar contra a forma como a polícia trata os negros. Trump ficou pistola, os torcedores conservadores também, considerando um desrespeito ao hino. Independentemente do que você, leitor, ache, Kaepernick está desempregado. Nenhum time quis esse “troublemaker” no elenco. Como eu estava dizendo, quando esporte e política se misturam... (Leifert, 2018, n.p.)

Neste primeiro trecho, Leifert contextualiza o que o motivou a publicar sua visão. Em 2018, ocorreria a eleição presidencial no Brasil que, no segundo turno, opôs Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. Em um cenário de suposta polarização política, Leifert relembra ocorridos

nos megaeventos esportivos como a Copa do Mundo, realizada no Brasil em 2014, e nas Olimpíadas de 2016, sediadas no Rio de Janeiro: em ambos os casos, vaia a dirigentes políticos marcaram os eventos de inauguração; Dilma Rousseff em 2014 e Michel Temer em 2016 foram vaiados e xingados pelo público presente nestas oportunidades. Leifert ainda destaca o caso de Colin Kaepernick, atleta de futebol americano, que reagiu aos casos de violência policial contra a população negra estadunidense e, como forma de protesto, passou a se ajoelhar durante a execução do hino nacional antes das partidas. Kaepernick foi boicotado pela liga de futebol americano e jamais voltou a ser contratado por qualquer equipe após o ocorrido.

É interessante notar como a percepção sobre o que é política se constrói nestes discursos. Assim como no caso dos analistas de mercado, aqui a política é tratada como sinônimo de conflito, como algo que desestabiliza a ordem e atrapalha aquilo que *deveria* estar acontecendo. Se anteriormente o problema era a política dentro dos clubes, agora se apresenta como um empecilho mais generalizado, como nas manifestações populares de desaprovação a lideranças políticas ou jogadores que se utilizam de momentos de grande repercussão midiática para estabelecer um posicionamento que julgam necessário.

No caso de Kaepernick, caracterizado pelo jornalista como *troublemaker* – ou criador de problemas, em tradução livre –, a resposta do mercado esportivo é isolá-lo, em estratégia que Leifert naturaliza como forma de punição justa a quem tenta “bagunçar” com o entretenimento. Leifert segue:

Será que o evento esportivo é um local apropriado para manifestações políticas? Eu acho que não. Olhando por todos os lados, não vejo motivos para politizar o esporte. Do ponto de vista do atleta: ele veste uma camisa que não é dele (que, aliás, ele largará por um salário melhor), uma camisa que representa torcedores que caem por todo o espectro político. A câmera e o microfone só estão apontados para aquele jogador por causa da camisa que ele está vestindo e de sua performance esportiva. Não acho justo ele hackear esse momento, pelo qual está sendo pago, para levar adiante causas pessoais. É para isso que existe a rede social: ali, o jogador faz o que quiser. No campo? Ele está para entreter e representar até mesmo os torcedores que votam e pensam diferente. (Leifert, 2018, n.p.)

O jornalista entende que nem tudo é política, mas que tudo pode ser politizado. Ser contra a politização do esporte, ao afirmar que aquele não é o lugar adequado, significa ser contra a exposição das contradições necessárias para produzi-lo, o que atrapalharia o senso de divertimento leve que Leifert projeta no esporte. E esta é a raiz do debate sobre como a noção de entretenimento impacta as possibilidades de contestação política e, no limite, de produção de uma nova ordem. Tratar o esporte como evento espetacularizado e produtor de entretenimento pressupõe papéis muito bem definidos para cada um de seus agentes.

O próprio jornalista dá ótimo exemplo de como tal lógica se sustenta: o atleta é um trabalhador alienado como qualquer outro e assim deve continuar; a camisa não é sua, a atenção que espectadores dedicam ao esporte não é por conta dele, o atleta apenas empresta seu corpo por determinado período para entreter quem assiste às partidas e deve receber seu salário em silêncio. Há uma sinalização do que é a política dentro da racionalidade neoliberal em questão, interpretada como uma *causa pessoal* e necessariamente individualizada. A luta contra o racismo, como no caso de Kaepernick, se vê retirada de qualquer horizonte coletivo, reduzida a uma opinião pessoal; durante o trabalho, o atleta sequer representa a si mesmo e deve guardar suas manifestações para rede sociais.

Para deixar Tiago Leifert respirar, trago outro exemplo para demonstrar como essa é uma visão que está longe de ser individual, mas que representa parte considerável do que se denomina como jornalismo esportivo atualmente. No contexto da pandemia de COVID-19 em 2020, o ex-jogador Raí, naquele momento dirigente do São Paulo, deu uma série de declarações referentes às ações de Jair Bolsonaro na condução da presidência do país. Em uma delas, afirmou que

Se perder a governabilidade, eu torço e espero uma renúncia para evitar o processo de impeachment, que sempre é traumático. Porque o foco tem que ser a pandemia. (O impeachment) não é uma coisa que tem de se pensar agora, energia nenhuma pode ser gasta nisso, mas se estiver prejudicando ainda mais essa crise gigantesca de saúde, sanitária, tem que ser considerado. (Raí, 2020, n.p.)

A fala de Raí não passou despercebida por Caio Ribeiro, um dos principais comentaristas esportivos da Rede Globo, também ex-jogador de futebol:

Eu não gostei do discurso do Raí. Ele falou muito pouco de esporte e muito sobre política. Por mais que ele diga que é a opinião pessoal dele, hoje ele é o homem forte do São Paulo. E as declarações e opiniões que ele dá respingam na instituição. Então, ele tem que falar de esporte. Quando ele fala de renúncia, hospitais públicos, tudo isso, me parece que ele tem uma conotação política em relação a preferências. (Ribeiro, 2020, n.p.)

A essência do discurso parece se repetir: enquanto dirigente esportivo, Raí deve se limitar a falar sobre esporte; a política reduzida a opinião pessoal que, se manifestada, pode “respingar” na instituição, que sempre está acima do sujeito. Para utilizar os termos de Rancière (2018), o que se nota é como a *polícia* se mobiliza a qualquer sinal de perturbação da ordem ou de sujeitos que não estão obedecendo o papel que lhes cabe, no processo que o autor denomina de desidentificação.

Mais um exemplo a respeito desta nova postura midiática foram os caminhos tomados pelo canal ESPN no país. A emissora já contou com uma série de jornalistas que encaravam a cobertura jornalística a partir de uma perspectiva mais crítica, relacionando os diferentes

esportes com temáticas sociais e políticas, como Juca Kfouri, José Trajano, Renata Calzoni, Soninha, Lúcio de Castro, entre tantos outros. A demissão de Trajano em 2016 chegou a ser vista como a morte desta versão tradicional da emissora (Vaquer, 2016) e de certa forma completava esta transição entre tipos diferentes de realizar a cobertura esportiva no canal.

Kfouri, em entrevista, explica que

[...] de repente instalou-se um clima absolutamente cego, de não entender que o futebol faz parte da vida, e o futebol e a política são faces da mesma moeda, e que é assim que deviam ser tratadas. [...] a direção da ESPN americana chamava a atenção para isso: não se limitem às quatro linhas da quadra de basquete, ou do campo de futebol americano, tem uma efervescência acontecendo no país, que a ESPN não pode desconhecer. E aqui no Brasil, de alguma maneira, tentou-se fazer isso... (Kfouri, 2024, n.p.)

Por mais pessimista que este cenário possa parecer, ainda há espaço para algum nível de desobediência. De certa forma desconectados deste espírito *policial* presente no jornalismo esportivo, é possível citar jornalistas que apontam para o caminho contrário, no sentido da politização do esporte. Ainda nas palavras de Kfouri

Veja bem, é difícil hoje a gente falar de um jornalismo esportivo no Brasil. Existem diversos. **Existe um Exército de Brancaleone que tenta ainda fazer jornalismo de verdade.** O que é jornalismo esportivo de verdade? É aquele jornalismo que te conta do jogo, que é capaz de transmitir emoção para você sobre o jogo, te conta das contratações dos jogadores machucados e tal. Mas não esquece de contar para você aquilo que você tem o direito de saber: os bastidores do seu clube, os bastidores da entidade que comanda o futebol brasileiro, das tramoias e dos cartolas que enriquecem ilicitamente à custa da paixão do torcedor, do jogador assediador, do jogador estuprador, do jogador que se vende por um resultado para favorecer uma casa de aposta. (Kfouri, 2024, n.p., grifo meu)

Milly Lacombe pode ser apontada como mais uma integrante deste Exército de Brancaleone citado por Kfouri, no sentido de que não se furta a tratar sobre política e futebol em suas manifestações⁴³. Tomarei uma de suas colunas para análise, publicada em 2021 em meio à discussão sobre a realização da Copa América no país. Após a desistência por parte das antigas sedes Argentina, por conta do aumento dos casos de COVID-19, e Colômbia, que enfrentava conflitos sociais importantes naquele momento, o Brasil assumiu a realização da competição em caráter emergencial, mesmo que também estivesse sofrendo as consequências da pandemia. A decisão gerou debate e chegou até mesmo nos atletas da seleção brasileira, em geral alheios a qualquer questão pública, que produziram um manifesto se dizendo contrários ao recebimento do evento esportivo, mas que jogariam de qualquer forma.

⁴³ É importante notar que Lacombe costuma produzir críticas mais contundentes e profundas do que seus colegas, em geral homens, sendo capaz de articular tópicos frequentemente “esquecidos” por eles, como a presença constante de machismo e homofobia no futebol brasileiro.

Lacombe, então, reflete sobre a “mistura” entre futebol e política, bem como a manifestação dos jogadores:

Essa é uma pergunta que recebo de forma recorrente. Por que, para que, ficar misturando a todo o instante política e futebol? Não podemos apenas jogar bola e deixar a política de lado um pouco? [...] Por isso, tudo o que diz respeito ao futebol é político e envolve política: desde a escolha de um time, passando pela forma como a gente torce e distorce, pela maneira como a gente reage aos dirigentes e às suas ações, pelo jeito como a gente ama os craques que vestem nossa camisa, como a gente detesta o grosso que veste nossa camisa, como a gente trata os rivais etc. Tudo é político. (Lacombe, 2021, n.p.)

Aqui está em jogo outra conceituação de política: a ideia de que tudo é político. Esta percepção se encontra com facilidade em meios sociais progressistas, na falta de um termo mais específico. Dizer que “tudo é política” possui o mérito de expandir a percepção comum e jogar luz sobre questões cotidianas que são resultados de projetos políticos, de mostrar como até mesmo temas ou tópicos que julgamos território de uma subjetividade sem história – e, portanto, neutra –, possuem uma raiz necessariamente social, sendo fruto de processos de disputas anteriores.

Por outro lado, esta perspectiva apresenta dois problemas de saída, que precisam ser enfrentados: em primeiro lugar, se tudo fosse político, o próprio termo *política* perderia sua razão de existir, já que não restaria nada e nenhuma distinção seria necessária entre o que é e o que não é política. Em segundo lugar, se a política já está dada em tudo, o processo de verificação crítica da realidade e a própria ação dos sujeitos se tornam desnecessários, como se já estivessem prontos, restando apenas agir sobre ela.

O espaço para elaboração e criação se tornaria mais uma vez restrito. Para Rancière (2018), a raiz do problema deste tipo de perspectiva se encontra em determinado uso do conceito de poder:

O conceito de poder permite concluir de um “tudo é policial” um “tudo é político”. Ora, a consequência não é boa. Se tudo é político, nada o é. Se então é importante mostrar, como Michel Foucault o fez magistralmente, que a ordem policial se entende para muito além de suas instituições e técnicas especializadas, é igualmente importante dizer que nenhuma coisa é em si política, pelo único fato de que nela se exercem relações de poder. (Rancière, 2018, p. 46)

É preciso considerar as consequências desta concepção de política: será possível que a ideia de que tudo é político funcione então mais como forma de desmobilização do que de mobilização ao admitir que tanto os conflitos em si quanto os “lados” desta disputa já estão previamente estabelecidos? Vejamos como Lacombe desenvolve seu pensamento:

Toda vez que você se revoltar com a venda do craque do seu time para uma equipe árabe, norte-americana ou chinesa lembre-se de que você está tomando uma atitude política. Toda vez que você xingar um dirigente, lembre-se:

atitude política. Toda vez que você reclamar do calendário de jogos, outra vez: atitude política. Tá revoltado por que a seleção tirou seu jogador mais valioso da disputa do Brasileirão? Você está agindo como um ser político. Por que, então, misturar política e futebol? Porque não é possível separar o que é parte integrante e fundamental do todo. Nem mesmo separar o que nasceu junto misturado. (Lacombe, 2021, n.p.)

A partir deste trecho é possível especular se esta concepção também não cumpre o papel de individualizar a luta política. Quais os impactos desta orientação para a construção de projetos políticos coletivos de transformação da realidade? Casara (2021) nos responde que

Esse narcisismo neoliberal leva ao desaparecimento do valor da política. Em outras palavras, o narcisismo produz a antipolítica. A promessa de autodeterminação pessoal, distorcida a partir de manipulações do sujeito e transformada em egoísmo, entre em conflito com o projeto de autodeterminação coletiva. Não por acaso, o mesmo movimento que levou à hegemonia do neoliberalismo produziu também a desagregação do movimento operário e do projeto revolucionário a ele ligado. Valores e ideias como solidariedade, comum e espaço público perderam a importância para o indivíduo. A ideia de *individualismo* também sofreu uma mutação. O individualismo perdeu em autonomia e ganhou contornos narcísicos, o que significa a perda do interesse das pessoas pelos outros e pelo coletivo. Pode-se, então, associar esse narcisismo e esse egoísmo ao desinteresse pelo comum e à ausência de projetos coletivos. (Casara, 2021, p. 137, grifo do autor)

Mais uma vez, se tudo é político, não estaria a ação política se tornando tão parte do cotidiano a ponto de causar desmobilização? Se a política para Rancière (2018) é justamente um ato de elaboração e criação, uma forma de desestabilizar uma ordem, a ideia de que tudo é político parece como algo excessivamente monótono e com pouco potencial para causar danos e forçar seu adversário ao movimento. Qual o impacto, para utilizar um exemplo de Lacombe, de um torcedor xingar um dirigente? Este não seria justamente o papel que se espera que um torcedor cumpra na ordem “natural” do futebol? As posições naturalizadas de um dirigente como líder, que deve saber lidar com a insatisfação alheia, e da torcida que, inclusive na condição de cliente no futebol-negócio, possui o direito de manifestar insatisfação seguem intactas.

O Incrível Exército de Brancaleone, dirigido por Mario Monicelli, é um clássico filme italiano dos anos 1960. O exército, retratado satiricamente, é formado por desajeitados e inexperientes soldados que jamais atingem seus objetivos. Por mais que Brancaleone seja ironicamente reconhecido como um herói popular ao fim, todo seu exército termina morto. Monicelli, a partir desta comédia, traça críticas às noções de heroísmo e reconhecimento social.

Ao fim, o exército de Brancaleone é o oponente sonhado por qualquer um.

PARTE II: SOCIEDADES ANÔNIMAS DO FUTEBOL E O NEOLIBERALISMO ENTRE CLUBES E TORCIDAS

5 O DISCURSO E A PRÁTICA: OS CLUBES DE FUTEBOL E AS SAF NO BRASIL

Considerando o novo campo aberto após a promulgação da Lei da SAF, como os próprios dirigentes dos clubes interessados em se transformar em sociedades anônimas justificaram esta escolha? Em torno de quais argumentos e promessas se construíram as falas direcionadas às suas torcidas em relação a tal transformação? E como anda a relação entre clubes e torcidas neste contexto de futebol-negócio em que se busca transformar o torcedor em cliente? São estas as questões que orientam este capítulo.

Entre os clubes mais populares e tradicionais que aderiram mais rapidamente ao modelo da SAF, destacam-se os casos de Atlético Mineiro, Bahia, Botafogo, Cruzeiro e Vasco da Gama.

O processo de transformação destes clubes em SAF foi aqui investigado em busca das declarações de seus dirigentes que contribuíram na formação de um discurso positivo em torno do tema. Buscarei deixar claro como a presença frequente do argumento tipicamente neoliberal que afirma não haver uma alternativa possível se articula com promessas esperançosas para o futuro, fazendo circular afetos positivos entre suas torcidas.

Para o segundo tópico, adiciono o caso dos clubes Palmeiras e Flamengo, que, a despeito de (ainda) não optarem pelo formato da SAF oficialmente, são frequentemente apontados como exemplos de gestão empresarial. Isto permitirá demonstrar como a racionalidade neoliberal, em sua forma adaptada ao futebol, é capaz de se reproduzir mesmo nas estruturas ditas amadoras e arcaicas.

5.1 Novas SAF, a promessa de futuro e o “Não há alternativa”

Talvez nenhuma liderança do campo político-institucional tenha demonstrado capacidade maior de resumir o espírito neoliberal do que Margaret Thatcher, primeira-ministra britânica entre 1979 e 1990. Entre tantas declarações que apontavam para o cerne do neoliberalismo, uma delas diz respeito a um *slogan* que ficou conhecido como justificativa para toda e qualquer ação político-econômica de seu governo: “não há alternativa” ou simplesmente TINA (considerando a frase em sua língua original, o inglês, que afirmava “there is no alternative”). Em outras palavras, não haveria alternativa fora do capitalismo, não haveria

alternativa fora do neoliberalismo. Qualquer tipo de projeto que questionasse os fundamentos neoliberais deveria ser classificado como irreal, ilusório ou uma utopia no sentido negativo do termo – conveniente ao neoliberalismo.

Neste sentido, o que a racionalidade e a subjetividade neoliberal produzem é uma espécie de passividade política, em que nem mesmo imaginar outros mundos e outras configurações de sociedade é desejável. A racionalidade neoliberal é capaz não só de produzir um tipo específico de conduta e percepção da realidade, mas de inibir aquelas que não lhe servem. Se o caminho é único, ao menos apresenta uma projeção esperançosa de futuro – independentemente de sua realização – que serve como forma de mobilização e engajamento daqueles que a escutam.

No capítulo anterior, mostrei como a imprensa esportiva tratou a chegada das SAF como o surgimento de uma “nova era” para os clubes. Veremos agora como este tema foi elaborado pelos clubes.

5.1.1 A pressa cruzeirense

Em ordem cronológica, o Cruzeiro foi o primeiro a anunciar não só a aprovação nas instâncias internas do clube para a transformação em SAF, mas também a venda para um investidor; no caso, a Tara Sports, liderada por Ronaldo Nazário.

A Lei da SAF foi sancionada em 6 agosto de 2021 e em 18 de dezembro daquele ano o Cruzeiro já possuía acordo com Ronaldo. A pressa do clube era tanta que em 3 de agosto, apenas com a aprovação da lei na Câmara e no Senado, o clube já aprovava o projeto de sociedade anônima. A reunião do Conselho Deliberativo do clube apresentou 217 votos a favor, 5 contra e 1 nulo em um quase consenso⁴⁴. Tudo indicava pressa, mas por qual motivo? O Globo Esporte obteve o documento que foi distribuído aos conselheiros e que serviria de base para o projeto⁴⁵. Um trecho do documento diz o seguinte:

A PL nº 5516/2019 terá uma grande importância e será essencial para o reerguimento de um Cruzeiro, de forma sólida e estável. Assim, é de extrema importância a aprovação do presente tema devido ao cenário exposto, demonstrando ao mercado que o Cruzeiro encontra-se pronto. Com a SAF devidamente constituída, aceleramos o processo e o recebimento de propostas de possíveis investidores. (Duarte, 2021, n.p.)

⁴⁴ A reportagem completa pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/conselho-deliberativo-do-cruzeiro-aprova-implementacao-do-projeto-de-clube-empresa.ghtml> Acesso em 06 de dezembro de 2024.

⁴⁵ A reportagem completa pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/conheca-detalhes-da-minuta-a-ser-votada-pelo-conselho-do-cruzeiro-para-aprovar-mudanca-do-clube-para-saf.ghtml> Acesso em 06 de dezembro de 2024.

Como já comentado em capítulo anterior, o Cruzeiro atravessava um período caótico do ponto de vista econômico que, evidentemente, afetava diretamente suas possibilidades de sucesso esportivo. A SAF era interpretada, portanto, como tábua de salvação, o que justificava tamanho empenho de seus dirigentes e conselheiros na aprovação do projeto antes mesmo da lei receber sanção do presidente de república, Jair Bolsonaro. Percebe-se a preocupação, contida no documento, em sinalizar ao mercado que o clube estava pronto para receber investimento e “ser salvo”.

Já em novembro de 2021, o presidente eleito do clube associativo, Sérgio Santos Rodrigues, anunciava o registro da Cruzeiro SAF. A empresa estava criada e pronta para receber investimento e ser vendida. Em publicação em sua rede social, estas foram as palavras do dirigente:

Entre os grandes desafios que tínhamos pela frente, um dos maiores era tornar o Cruzeiro um clube empresa. Foi um longo trabalho, desde o primeiro dia da gestão, com dezenas de encontros e reuniões, muitas delas no Senado e na Câmara dos Deputados. Hoje, esse desejo se tornou realidade e apresentamos para registro a primeira Sociedade Anônima do Futebol do Brasil. Essa nova realidade nos permitirá reerguer o Clube. Agradeço muito a todos os envolvidos, entre Alvarez & Marsal, Ernst & Young, Volpini & Batista e todos os que foram e são decisivos para que SAF do Cruzeiro saia do papel. E repito o que já disse algumas vezes, publicamente: nosso trabalho é para deixar o Cruzeiro sólido e equilibrado para nossos filhos e netos. Seguimos firmes nesse propósito. (Rodrigues, 2021, n.p.)

É interessante notar como os dirigentes participaram ativamente de todo o trâmite do projeto lei: o presidente do clube cita “dezenas de encontros e reuniões”, ocorridas tanto no Senado quanto na Câmara, o que pode ser interpretado como um *lobby* pelo projeto em questão. Rodrigues assumiu a presidência do Cruzeiro em junho de 2020, portanto, trabalhou ativamente em prol da aprovação da lei por mais de um ano. Em seus agradecimentos, o presidente ainda faz menção a escritórios de advocacia e à Ernst & Young, uma das consultoras analisadas em capítulo anterior. Fica evidente que a Lei da SAF é um projeto que contou com o incentivo e participação de diferentes grupos de interesse que souberam alinhar-se em nome de um objetivo comum.

A pressa – ou precipitação? – do Cruzeiro ainda levou a um impasse antes mesmo da venda do clube ser concretizada. Em meio ao processo de transição, mas já tomando decisões à frente da SAF, Ronaldo apresentou novas exigências para finalizar a compra do clube. Por conta de uma dívida tributária, que inicialmente não seria paga pela SAF, o novo investidor viu a operação em risco, dado que os centros de treinamento do clube, que também não seriam propriedade da SAF, eram dados como garantia do pagamento da dívida que, caso não fosse paga, poderia ser executada. Sem centro de treinamento garantido, Ronaldo se sentiu

desprotegido. As novas condições apresentadas passavam pelo pagamento de parte da dívida tributária, desde que os dois centros de treinamentos passassem a ser da SAF.

A reação não foi a melhor possível. No dia seguinte à apresentação das novas condições, a Mesa Diretora do Conselho Deliberativo do clube tornou público detalhes da negociação inicial, a despeito das cláusulas de confidencialidade: ao invés do investimento anunciado inicialmente na quantia de 400 milhões de reais, o contrato previa apenas 50 milhões imediatos e outros 350 milhões de receitas incrementais a serem geradas ao longo da gestão⁴⁶. Contrariado com a publicidade, Ronaldo confirmou o aporte inicial de 50 milhões e reafirmou o compromisso de gerar mais 350 milhões de receitas posteriormente⁴⁷. Por aclamação dos 215 presentes, Ronaldo teve suas condições aceitas e pôde enfim concretizar a compra do clube.

A trajetória de Ronaldo no comando da SAF cruzeirense, em especial do ponto de vista torcedor, será esmiuçada no capítulo seguinte. Mas, neste momento, cabe afirmar que seu desempenho não logrou sucesso, ao menos esportivamente, e durou muito menos do que a expectativa indicava: ao lidar com a pressão torcedora pela falta de resultados em campo e com uma oferta em mãos para a venda, com lucro, da SAF, Ronaldo optou pela saída. Como não houve tempo para o investimento dos 350 milhões acordados, Ronaldo adquiriu o Cruzeiro por 50 milhões de reais e o revendeu por 600 milhões para o empresário Pedro Lourenço, que já contava com um histórico de investimentos no clube desde sua forma associativa. É difícil imaginar qualquer tipo de operação ou investimento financeiro que possibilite o ganho que o ex-atleta obteve em tão pouco tempo como nesta negociação, indicando o potencial lucrativo que a compra e venda de clubes tão populares pode significar.

Com o processo de transformação do clube em SAF tendo ocorrido de forma tão recente, não se verificou um investimento discursivo relevante nesta nova negociação. A venda da SAF, na prática, significou apenas a chegada de um novo dono e foi percebida de maneira muito mais natural do que a ruptura anterior, quando houve a necessidade de mobilização política para que a associação deixasse de ser a responsável pelo futebol. Ainda assim, em sua saída, Ronaldo reforça a perspectiva de que sua participação foi o que tornou possível a continuidade do clube, ao afirmar que “A gente salvou o clube. Salvamos o Cruzeiro de desaparecer.” (Nazário, 2025, n.p.). Este mesmo recurso argumentativo, a perspectiva de salvador da pátria, poderá ser

⁴⁶ Mais detalhes podem ser lidos aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2022/03/16/mesa-diretora-do-conselho-do-cruzeiro-expoe-detahes-de-acordo-com-ronaldo-e-quebra-clausula-de-confidencialidade.ghtml> Acesso em 10 de dezembro de 2024.

⁴⁷ A nota completa de Ronaldo pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2022/03/17/r-50-milhoes-r-400-milhoes-em-carta-ronaldo-esclarece-valores-de-aporte-no-cruzeiro.ghtml> Acesso em 10 de dezembro de 2024.

observado também nos tópicos seguintes, envolvendo os demais clubes que se tornaram SAF assim que a nova lei entrou em vigor.

5.1.2 O Botafogo e a chegada do capital internacional

O CEO da XP, consultora que intermediou a venda do Cruzeiro, já anunciava o próximo passo em dezembro de 2021:

Não tenho dúvida que começamos hoje a transformar a história do futebol nacional. O Cruzeiro é só o primeiro. Muitas outras negociações semelhantes envolvendo os clubes brasileiros estão por vir. O Botafogo será o próximo, também assessorado pelo nosso Investment Banking (Berenguer, 2021, n.p.)

Naquele momento, porém, o Botafogo já havia criado a Botafogo S/A há dois anos, a partir do modelo de uma SPE (Sociedade de Propósito Específico), prévio à Lei da SAF. O caminho para a SAF, portanto, já estava pavimentado. Em dezembro de 2019, os bilionários torcedores do clube, João e Walter Moreira Salles, encomendaram um estudo financeiro a ser produzido pela Ernst & Young com o objetivo de reunir as informações necessárias para este passo. Nas palavras dos irmãos Salles

Nossa intenção não é determinar o destino do Botafogo, e sim de oferecer opções. Somos torcedores do Botafogo, e queremos o melhor para o clube. Acima de tudo, não queremos ser donos do clube, ou administrá-lo. Nossa única intenção ao contratar a E&Y foi entregar ao Botafogo, nesse momento tão crítico, um roteiro realista dos caminhos possíveis a serem percorridos. A partir daí, caberá ao clube, e aos seus torcedores, definir o seu futuro. (Salles; Salles, 2019, n.p.)

A sequência do processo foi tão rápida quanto a do Cruzeiro. No dia 29 de dezembro de 2019, a S/A já havia sido aprovada pelo Conselho do clube e confirmada pelos sócios. Edson Alves Júnior, presidente do Conselho Deliberativo à época, afirmou

Mais um passo nesse momento histórico que vive o Botafogo. O quadro social entendeu que a aprovação do Conselho era necessária. Ela referendou essa aprovação, quase 98% de votos favoráveis. É mais um passo. A gente sabe que o caminho é longo e árduo, mas é um caminho de esperanças. (Júnior, 2019, n.p.)

Mais uma vez com um consenso formado em torno da ideia e aprovação de 98% dos sócios, a mobilização se deu entorno do sentimento de esperança e salvação do clube que, assim como o Cruzeiro, se encontrava em situação econômica difícil. Por outro lado, mesmo com tanta antecedência, foi só em 2022, após a nova legislação entrar em vigor, que o clube conseguiu encontrar um investidor na figura de John Textor. Este fato aponta para como a intervenção estatal, no sentido de elaborar uma lei mais amigável para os investidores, foi essencial para esta nova onda de empresarização dos clubes.

Com apenas 11 votos contrários e 722 a favor, os sócios do Botafogo confirmaram a decisão do Conselho e aprovaram a venda de 90% da empresa criada para o bilionário norte-americano no dia 14 de janeiro de 2022. O acordo envolvia um aporte inicial de 50 milhões de reais, com mais 100 milhões de reais após a assinatura do contrato e outros 250 milhões nos três anos seguintes, em formato bastante parecido com a venda do Cruzeiro⁴⁸.

O presidente do clube social à época, Durcesio Mello, em entrevista ao Globo Esporte em março de 2022, detalhou o processo de transformação do clube em SAF:

Teve um trabalho político forte que comandeí porque faz parte. O Botafogo é uma associação. Tem que convencer todo mundo, do Conselho Deliberativo ao sócio-proprietário, de que é um bom negócio. Quando votamos no Conselho Deliberativo, deu 97% de aprovação e quando votou na Assembleia Geral, que teve a torcida invadindo, teve 98% de aprovação. As pessoas sentiram. A política do Botafogo sentiu que o projeto era muito forte, muito sólido, protegia o clube de todas as maneiras. (Mello, 2022b, n.p.)

Ao responder sobre qual seria o papel do clube social após a venda de 90% da nova empresa, Mello afirma que

O futebol tem muita coisa política e institucional. Ele mesmo fala que é importante ter o Botafogo social, que vai ficar comigo, forte. [...] Tem muito mais coisa, tem participação na CBF, Ferj, em Brasília tem muita coisa a ser feita, como ajudamos na lei da SAF. (Mello, 2022b, n.p.)

Por estes dois trechos, se começa a notar um padrão em relação à participação dos “cartolas” no processo de aprovação da nova legislação. Assim como no caso do Cruzeiro, o dirigente botafoguense destaca seu papel “em Brasília”, demonstrando como a classe dirigente, “amadora”, se embrenhou de maneira bastante ativa neste projeto, convencida do potencial que a nova lei apresentava no que diz respeito à recepção de investimentos privados em seus clubes. Ademais, Mello também demonstra como, quando interessa, a política é utilizada como meio para atingir estes objetivos, mesmo nesse caso em que, com o sucesso da empreitada da SAF, a política clubística atuou para o seu (quase) desaparecimento.

Se a Tara Sports, de Ronaldo, possuía também o controle do Valladolid-ESP, Textor era um investidor com mais peso: a Eagle Football Holdings também é dona do Crystal Palace (Inglaterra) – que frequentemente disputa a Premier League, a liga mais valiosa do mundo futebolístico – e do RWD Molenbeek (Bélgica). Esta configuração de *multiclub ownership* gerava uma preocupação diferente à torcida botafoguense: o clube seria uma prioridade do novo dono ou apenas mais um em seu grupo? A desconfiança aumentou quando Textor também adquiriu o Lyon, clube francês, em junho de 2022.

⁴⁸ Ver mais detalhes em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/socios-aprovam-venda-da-saf-a-textor-e-botafogo-recebera-primeira-parcela-em-ate-5-dias-veja-numeros.ghtml> Acesso em 10 de dezembro de 2024.

A primeira manifestação pública sobre Textor veio justamente de Durcesio Mello, em março de 2022, em sua rede social:

Torcida alvinegra, hoje é um dia histórico. O Botafogo, de grandes tradições e glórias, agora também vai mirar o futuro e tornar-se protagonista. Nossa gestão tem orgulho de ter encontrado um grande parceiro como John Textor, um investidor sério, cuidadoso e responsável, que certamente será um grande guardião do nosso futebol. Inicia-se uma nova era, e assim damos as boas-vindas ao John Textor. (Mello, 2022, n.p.)

Além de vender a ideia de um futuro promissor, indicando a inauguração de uma nova era, também estava em jogo a construção de uma imagem positiva e confiável ligada ao novo investidor e dono clube. Evidentemente, Textor não possuía o reconhecimento popular, como no caso de Ronaldo, de forma que esta tarefa de apresentação se mostrava necessária para a boa recepção. O fato de Textor possuir outros clubes se tornou, a partir das falas de Mello, um fato positivo neste processo, algo que adicionaria credibilidade e afastaria a imagem de aventureiro:

A gente tinha outras propostas que ainda estavam embrionárias. O John Textor entrou como um trator, e o negócio andou muito rápido. E por que o projeto do John teve preferência em relação a outros? Porque ele já tem ativos no futebol e ele quer ficar no futebol. Isso é muito importante. Ele tem o Crystal Palace, o Molenbeek, está tentando um clube em Portugal e outro na Espanha, e o Botafogo é o principal desses ativos dele. Quando pergunta para ele se vai vender o Botafogo um dia, ele diz: **“Não, o Botafogo só com a minha morte. Quando eu morrer, vai passar para os meus filhos. Isso daqui é o meu legado”**. O que é muito legal para o torcedor e para a gente que está passando que ele não está aqui para fazer uma alavancagem, ter lucro e sair. Não é isso. (Mello, 2022b, n.p., grifo meu)

Curiosamente, o trecho grifado destaca justamente aquela que é uma das críticas feitas ao modelo de clube associativo: a apropriação do clube por parte de um grupo específico ou até mesmo de uma família, que se perpetua no poder mesmo através de eleições. O que o modelo SAF inaugura é a naturalização deste processo, com um dono que só pretende sair do poder quando morrer e seu herdeiro assumir.

Ainda sobre a preferência dada ao Botafogo, o próprio Textor foi chamado a tratar sobre o tema publicamente e assumiu este compromisso em entrevista cedida a Paulo Vinicius Coelho, em junho de 2022:

A prioridade é o Brasil, sério! O clube, na França, tem sido conduzido pelo mesmo presidente nos últimos vinte anos, Jean Michel Aulas, e ele continuará sendo o presidente e CEO. Meu tempo integral da operação é e continuará sendo no Botafogo. Temos uma tremenda oportunidade de reestabelecer o clube e criar uma Premier League para o Brasil. Tudo no Brasil é uma histórica oportunidade. É cativante e eu não vou gastar meu tempo fazendo muito mais coisas fora. (Textor, 2022, n.p.)

No capítulo seguinte, sobre a recepção torcedora a estas novidades, será possível verificar como este discurso positivo acerca de Textor e da SAF foi bem-sucedido.

5.1.3 O Vasco da Gama e o primeiro fiasco

Seguindo na cronologia das SAF no Brasil, concomitante ao processo de venda do Botafogo, o caso do Vasco da Gama também envolveu a compra por um grupo que já possuía outros clubes de futebol ao redor do mundo.

A mudança no estatuto do clube, aprovando o modelo SAF, foi votada pelo Conselho Deliberativo em 24 de março de 2022. Foram 166 votos favoráveis e 3 contrários, em mais um cenário de consenso. Ainda era a necessária a votação entre os sócios que, apesar de demonstrar uma oposição maior, também contou com ampla maioria na aprovação, realizada em agosto daquele ano: foram 3.898 votos a favor da SAF e 976 contrários. Naquele momento, o clube já possuía um interessado na compra: a 777 Partners, uma rede multiclubes que já possuía participação acionária em nada menos que 6 clubes espalhados pela Europa: Hertha Berlin (Alemanha), Standard Liège (Bélgica), Sevilla (Espanha), Genoa (Itália) e Red Star 93 (França). As votações, portanto, não só aprovaram o modelo SAF, mas a venda para a 777.

Diferentemente dos casos de Cruzeiro e Botafogo, o Vasco vendeu “apenas” 70% de suas ações, mantendo 30% no controle do clube social. O compromisso da 777 era de investir 700 milhões de reais em troca do controle majoritário das ações.

Do ponto de vista do que se disse em torno da venda, os argumentos são semelhantes aos vistos anteriormente. O presidente do clube social à época, Jorge Salgado, afirmou no dia da votação final

Estamos em dívida com a torcida, muitos anos sem ganhar nada, coleciona dívida. Sou empresário, sei o que é isso. Se não controla uma dívida, com juros... Vasco não tem crédito. Quando você mostra o balanço, todo mundo foge. A partir de agora, vai passar a ter novamente credibilidade. Estamos construindo hoje o futuro do Vasco. (Salgado, 2022, n.p.)

Percebe-se que o roteiro é quase o mesmo: clube economicamente mal das pernas, a ideia de que só a SAF poderia salvá-lo e a promessa de um futuro melhor a partir da venda. Jorge Salgado cedeu uma entrevista ao Globo Esporte em 2023 detalhando este processo, o que colabora na compreensão do tema. Cito alguns trechos:

[...] diante do quadro eu sabia que a gente precisava de injeção de capital para virar esse jogo. **É como se você estivesse na UTI, assim cheio de... praticamente vegetando, e se você não receber medicação muito forte você não reage e vai morrer.** Era o que estava acontecendo com a gente. A gente não tinha atração financeira nenhuma. Eu não pagava os funcionários em dia, não pagava os fornecedores em dia, não pagava os bancos em dia, a taxa Selic começou a disparar. A gente sai de uma inflação de 3% para 13%. Vasco não tinha crédito em banco. Como a gente ia administrar esse caos se não recebesse injeção de dinheiro? Aí vem a SAF, a gente estuda a SAF, a lei é exatamente para criar solução para clubes muito endividados. (Salgado, 2023, n.p., grifo meu)

Ao ser questionado se faria a mesma coisa se pudesse voltar no tempo, Salgado afirma que não venderia 70% das ações, mas seguiria com o modelo SAF totalmente controlado pelo clube. A preocupação do dirigente se baseava em um argumento que já conhecemos bem nesta altura:

Para separar o futebol da política do clube. Futebol do Vasco hoje é uma empresa, tudo tem que funcionar ao pé da letra. A gente recebeu investimento absurdo do investidor americano (777). Ele não fez isso por caridade para ajudar o Vasco. Ele fez isso numa perspectiva de longo prazo de ter retorno sobre seu investimento. E é assim no futebol no mundo inteiro. Nem por isso o torcedor se afastou, o torcedor deixou de torcer pelo Manchester United, pelo Manchester City ou pelo Liverpool. E a mesma coisa acontece aqui no Vasco. A gente fez a SAF e o torcedor abraça. O torcedor entendeu que a solução era essa mesmo, não tinha outra solução. O sócio entendeu. Quando foi para a assembleia geral votar a gente teve 80% de adesão. Ficou minoria, porque a minoria sempre faz o ruído. (Salgado, 2023, n.p., grifo meu)

A entrevista do dirigente possui um tom essencialmente defensivo que se explica pelo contexto: até o início de 2024 a 777 Partners havia investido apenas 310 dos 700 milhões prometidos no ato da compra. A empresa passava por dificuldades financeiras e, em maio de 2024, um movimento até então inédito ocorreu: o Vasco, dono dos 30% restantes, conseguiu reaver o controle da SAF por via judicial, retomando o controle da empresa criada. Esta é uma possibilidade presente em qualquer contrato, inclusive nos casos das SAF no Brasil, em caso de descumprimento do acordo celebrado.

É difícil mensurar até que ponto o fato de o Vasco ter permanecido com os 30% no acordo inicial pode ter fortalecido o clube no sentido de retomar o controle acionário, mas é um aspecto a ser levado em conta. A suspensão do contrato, porém, diz muito mais sobre a fragilidade econômica do comprador, que abriu brechas para a retomada da associação ao não cumprir acordos básicos, do que uma vitória da política e/ou do modelo associativo. A decisão não se deu pela convicção de que outro modelo de clube era melhor ou mais desejável, mas apenas pela má administração dos atuais donos.

A iniciativa, no caso do Vasco, foi de Pedrinho, ex-atleta, ídolo da torcida e novo presidente do clube social. A liminar favorável à associação afirmava que a 777 não só deixou de investir o que estava em contrato como também retirava dinheiro da SAF vascaína, em repasses para outras empresas sem ligação direta com o futebol. Em outubro de 2024, ao enfrentar problemas com a justiça dos EUA, a 777 Partners sofreu intervenção da seguradora

A-CAP e teve todos os seus ativos colocados à venda, inclusos clubes de futebol, aviões, iates e outras propriedades⁴⁹.

Por outro lado, o imbróglio não foi suficiente para retirar o modelo SAF de cena. Novamente no controle do clube, a busca da associação passou a ser por novos investidores interessados a efetuarem o investimento. Segundo Pedrinho,

Meu problema nunca foi e nunca será com a SAF, mas a legitimidade financeira. Diversas vezes pedimos garantias financeiras para não chegar a esse nível. Fiz isso para o Vasco SAF não quebrar. [...] O futebol não volta para o associativo, permanece e permanecerá com a SAF. A SAF continuará para sempre. Todo planejamento esportivo e financeiro continua com a SAF. Mesmo com as restrições, nunca deixei de sinalizar tudo o que estava acontecendo. Seria fácil eu lavar minhas mãos, esperando o caos acontecer, e dizer depois que eu avisei. O mais difícil foi ter entrado com a ação. Tem que ter muita coragem para fazer o que fizemos, tudo em respeito à instituição Vasco da Gama. O que fizemos foi fiscalizar e cobrar. (Pedrinho, 2024, n.p.)

O exemplo da SAF vascaína demonstra como as promessas podem se perder rapidamente no tempo e o futuro nem sempre é tão promissor quanto se espera. Ao menos até junho de 2025, o Vasco ainda não havia finalizado um novo processo de venda e seguia em busca de investidores.

5.1.4 O Bahia e o City Football Group

O ano de 2022 ainda reservava espaço para mais uma SAF em um clube popular no Brasil, o Esporte Clube Bahia. Após aprovação por unanimidade do Conselho Deliberativo do clube, os sócios possuíam duas votações a serem realizadas no dia 3 de dezembro daquele ano: em primeiro lugar, aprovar a mudança no estatuto do clube, adotando o modelo SAF; na sequência, votariam acerca da proposta do Grupo City, interessado na compra do clube. Mais uma goleada: 98,6% dos sócios foram favoráveis e o Bahia entrava no circuito das SAF no Brasil.

É preciso tirar um momento para tratar do City Football Group. O clichê sobre imagens dizerem mais que palavras faz sentido aqui e colabora para a compreensão em torno da dimensão desta rede de clubes de futebol:

⁴⁹ Mais detalhes sobre o caso podem ser lidos aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2024/10/07/com-problemas-na-justica-a-cap-coloca-a-venda-ativos-da-777-incluindo-todos-os-clubes-aviao-e-ate-iate.ghtml> Acesso em 11 de dezembro de 2024.

Figura 6 – Rede City Football Group

Fonte: Observatório Social do Futebol⁵⁰

Entre ações majoritárias, minoritárias e parcerias, o City Football Group possui gerência em 13 clubes de futebol espalhados pelo globo. O grupo pertence ao Abu Dhabi United Group que, por sua vez, é propriedade do xeque Mansour bin Zayed Al Nahyan, membro da família real de Abu Dhabi e Ministro dos Assuntos Presidenciais para os Emirados Árabes Unidos.

O caso do City Football Group é costumeiramente citado como exemplo do chamado *sportswashing* (Skey, 2023; Kearns *et al*, 2024), quando nações utilizam seu poderio financeiro para uma lavagem de imagem em nível internacional.

O principal clube da rede é o Manchester City, da Inglaterra, e não existia expectativa de que o Bahia fosse a prioridade máxima da rede. Por outro lado, recebeu a promessa de ser o segundo clube mais importante do grupo, através da fala de Ferran Soriano, ex-dirigente do Barcelona e atual CEO global do grupo:

É um momento muito importante para o Bahia, mas é também um momento muito importante para nós. Celebramos hoje o primeiro dia de um relacionamento, de uma viagem, uma viagem que tem objetivo de levar o Bahia até o máximo do seu potencial. É muita responsabilidade. Todos os nossos times, com o Bahia são 13, todos têm uma história, todos têm seu valor, mas o Bahia é excepcional. É excepcional pelo tamanho, pelo tamanho da torcida. O Bahia vai ser o segundo clube maior do grupo. (Soriano, 2023, n.p.)

⁵⁰ O Observatório Social do Futebol está vinculado ao Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME) da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Em seu site, lançou esta ferramenta que permite visualizar, de acordo com a seleção que o usuário indicar, todas as redes multiclubes no futebol internacional. O mapa pode ser acessado em: <https://observatoriosocialfutebol.org/mapadasredesmulti-clubesdofutebol/> Acesso em 30 de dezembro de 2024.

A proposta por 90% da SAF somava 1 bilhão de reais a serem investidos nos primeiros 15 anos da nova administração: 500 milhões em contratação de jogadores, 300 milhões para o pagamento de dívidas e outros 200 milhões para o investimento em infraestrutura.

Em relação ao Grupo City em si, havia preocupação quanto a acusações de violação do *fairplay* financeiro no futebol inglês. Este processo se iniciou em fevereiro de 2023, quando o Bahia ainda estava em transição para integrar o grupo, e segue sem uma definição. As potenciais punições variam desde uma advertência até a expulsão do Manchester City pela Premier League⁵¹. Guilherme Bellintani, então presidente do clube social do Bahia e grande incentivador do projeto da SAF, afastou a possibilidade de impacto deste processo no Bahia (Bellintani, 2023).

Em relação ao processo de aprovação da SAF, a decisão dos sócios foi bastante comemorada por Bellintani e seu vice, Vitor Ferraz. O presidente, em tom semelhante aos demais dirigentes citados até aqui, afirmou

Hoje nossos sócios tomaram uma decisão histórica e democrática, nos aproximando de formar parte do maior e mais pioneiro grupo de futebol do mundo e de um novo futuro para o nosso querido e ousado clube, por meio do Bahia SAF. É muito emocionante que o nosso querido clube esteja prestes a formar parte do City Football Group. Continuaremos trabalhando duro nos próximos meses para finalizar o investimento (Bellintani, 2022, n.p.)

Já Ferraz trouxe atenção para um ponto curioso:

Primeiro um agradecimento para todos que votaram e participaram deste processo. Hoje me remete muito ao dia 17 de maio de 2013, quando neste mesmo lugar, esse mesmo público escolheu fazer do Bahia democrático. E não se enganem, foi a democracia que nos trouxe aqui, que nos possibilitou evoluir. (Ferraz, 2022, n.p.)

O vice-presidente faz referência ao processo de mudança estatutária, ocorrido em 2013, que atribuiu poder de voto direto aos sócios nas eleições para a presidência do clube, prerrogativa exclusiva do Conselho Deliberativo até então. Na sequência, afirma que o que possibilitou o Bahia chegar até ali, ou seja, ser vendido, foi a democracia. A questão é que agora a democracia, ao menos do ponto de vista interno, acabou: tanto o Conselho Deliberativo quanto os sócios não possuem mais o poder de influenciar as decisões do futebol do clube. Se, em 2013, a novidade trazia mais possibilidades de participação torcedora, a chegada da SAF em 2022 a afasta novamente.

A gestão de Bellintani à frente do clube também oferece uma perspectiva importante: uma de suas primeiras ações enquanto presidente foi, em janeiro de 2018, a criação do Núcleo

⁵¹ Mais detalhes sobre o caso podem ser lidos aqui: https://www.espn.com.br/futebol/premier-league/artigo/_id/11583881/city-pode-perder-pontos-titulos-ser-expulso-da-premier-league Acesso em 11 de dezembro de 2024.

de Ações Afirmativas do Bahia, um núcleo com orçamento próprio e com objetivos de trabalhar temáticas sociais e políticas a partir da plataforma clubística. Contando com uma equipe multidisciplinar, o núcleo foi responsável por campanhas contra o racismo, pelos direitos das populações LGBTQIAPN+ e em defesa de causas ambientais. Segundo Bellintani.

O projeto nasce de uma necessidade de tratar de questões que são próprias do futebol, mas são tratadas de forma isolada ou sequer tratadas. Temas como participação das mulheres, inclusão social, questões de homofobia e raciais, que são muito comuns no futebol... O núcleo é formado por conselheiros e pessoas que se dedicam sem custos para o clube, mas que estão se propondo para ter medidas que avancem (Bellintani, 2018, n.p.)

A iniciativa soava tão incomum diante do cenário futebolístico brasileiro que o clube obteve reconhecimento internacional ao ser classificado como o “clube mais progressista do Brasil” pelo jornal britânico *The Guardian*⁵².

Por outro lado, a venda da SAF para um fundo de investimentos com raízes nos Emirados Árabes, um país que, digamos, não se destaca pela luta em prol dos direitos humanos, suscitou debates. A dúvida central era se o Bahia deixaria tais iniciativas de lado por conta dos novos donos e a resposta foi “não”. Já com a venda consolidada, em 2024, Emerson Ferretti, um homem assumidamente homossexual, foi eleito presidente do clube associativo e, sobre o tema em questão, afirmou:

Não houve qualquer ruído diante da eleição do primeiro presidente LGBT do futebol brasileiro. A responsabilidade social está no estatuto do Bahia. Claro que o assunto é bastante delicado. O Bahia se importa com valores e causas sociais. É injusto dizer, por causa deste acordo com o City Football Group, que não nos importamos. Mas eles têm se mostrado preocupados com o social, têm feito ações localmente. Uma coisa é a origem do grupo, outra é seu braço esportivo. Nosso papel é fazer com que as ações deles, do braço esportivo, não tenham a ver com o país deles. Sou LGBT e sofri preconceito a vida toda. Seria uma incoerência gigantesca se eu não tivesse a preocupação de manter nossa identidade e cuidar do nosso povo. (Ferretti, 2024, n.p.)

Por outro lado, não seria justamente esta a lógica do que se chama de *sportswashing*, com a utilização do futebol, através de vultuosos investimentos, como forma de polir a imagem dos países de origem de tais investimentos? Quando Ferretti aponta para a diferenciação entre a origem do dinheiro e seu “braço esportivo”, perde de vista a relação intrínseca entre eles. A homossexualidade, inclusive, é proibida nos Emirados Árabes Unidos.

Esta parece ser uma armadilha típica do que Nancy Fraser (2020) denomina de neoliberalismo progressista, que apresenta um verniz mais conectado a demandas por reconhecimento identitário, como nas questões raciais, de sexualidade e de gênero, desde que

⁵² A reportagem original pode ser lida, em inglês, no link: <https://www.theguardian.com/football/2019/nov/13/bahia-progressive-football-club-brazil-prices-fans-political-issues-love> Acesso em 17 de março de 2025.

sua forma concorrencial e sua ideologia meritocrática estejam orientando este reconhecimento. Ou seja, o “empoderamento” de indivíduos pertencentes a grupos sociais oprimidos é reconhecido a partir da narrativa do mérito individual, daquela ou daquele que se esforçou muito e atingiu uma posição de destaque dentro do capitalismo. Não há emancipação coletiva no horizonte do neoliberalismo progressista, de forma que as estruturas de opressão seguem as mesmas.

No caso em questão, ao mesmo tempo em que o City Group (gerido pela família real de Abu Dhabi e com participação no governo dos Emirados Árabes Unidos) financia campanhas relevantes do ponto de vista social e político no Brasil, também limpa sua imagem internacionalmente e segue desrespeitando os direitos humanos em seu território. Uma perspectiva otimista, como no caso do atual presidente do Bahia, prefere focar nas possibilidades locais de fortalecimento de pautas sociais e políticas, utilizando sua trajetória individual como exemplo do “respeito” do fundo de investimentos por questões locais.

Por outro lado, é preciso ficar atento para como a lógica de circulação global de investimentos faz conectar realidades que, em um primeiro momento, parecem distantes. O que Fraser (2020) nos ensina é que, mesmo quando pautas típicas do imaginário da esquerda estão envolvidas, o neoliberalismo é capaz de se adaptar e responder de forma rápida a partir de tais demandas, utilizando uma gramática própria e cercando as possibilidades de ação política, indicando um horizonte individual de “sucesso”. É o que Mark Fisher (2020), de forma provocativa, classifica de comunismo liberal, citando os exemplos de George Soros e Bill Gates, que acumulam bilhões a partir da exploração de trabalhadores, mas se apresentam publicamente preocupados com temáticas ambientais e sociais.

Em um último ponto acerca do Bahia, destaco a trajetória de Guilherme Bellintani que, após deixar a presidência do clube, se tornou ele mesmo um dono de rede de clubes no Brasil. Atualmente, Bellintani possui 90% da SAF do Londrina-PR, 85% da SAF do Linense-SP, 50% do VF4-PB e assumiu a gestão do departamento de futebol do Ypiranga-BA por 10 anos. Este é mais um exemplo de como o modelo SAF não encanta apenas os grandes clubes do país que precisam solucionar seus problemas financeiros, mas se espalha por outros estados e por clubes de menor expressão; e que a própria experiência de empresarização de um clube pode servir também para a formação de novos investidores que replicarão a mesma racionalidade em outros clubes.

5.1.5 O Atlético Mineiro e sua saída “caseira”

Por fim, o caso mais recente entre os clubes selecionados que se tornaram SAF, o Atlético Mineiro também vivenciava um contexto de graves problemas econômicos, com dívidas com os próprios investidores que adquiriram o clube.

O modelo SAF no Atlético Mineiro foi aprovado pelo Conselho Deliberativo do clube em 20 de julho de 2023. Naquele momento, a votação pela SAF também já aprovava a venda para a Galo Holding, grupo de investidores comandado pelos empresários conhecidos entre a torcida do Atlético como os “4 R’s”. São eles: Rubens Menin e seu filho Rafael Menin, Ricardo Guimarães e Renato Salvador.

Rubens Menin, nome de maior destaque entre eles e quem se tornou CEO da SAF do Atlético, é o bilionário fundador da CNN Brasil, do Banco Inter, cofundador da MRV Engenharia e proprietário da Rádio Itatiaia. O empresário, também conselheiro do clube, já havia realizado uma série de empréstimos à associação e, junto com Ricardo Guimarães, dono do banco BMG, possuía mais de 300 milhões de reais a receber do clube. A dívida total da associação naquele momento girava em torno de 1,8 bilhão de reais. Os 4R’s já participavam ativamente da gestão de Sérgio Coelho, presidente eleito, o que produzia uma situação curiosa, trabalhando para vender o clube para eles mesmos. Além disso, a dívida crescente do Atlético, que aumentou consideravelmente enquanto os 4R’s já participavam da gestão da associação, servia como argumento central para a venda.

O acordo envolvia a compra de 75% da SAF pela Galo Holding, enquanto os 25% restantes permaneceriam no poder da associação. Inserido no aporte inicial prometido de cerca de 900 milhões de reais estava a própria dívida do clube com Menin e Guimarães. Além disso, a MRV também adquiriu os *naming rights* da recém-inaugurada arena do Atlético, que se tornou propriedade da Galo Holding, bem como o centro de treinamento do clube. Portanto, em uma assinatura, o investimento de 900 milhões já foi cortado para 600 milhões por conta da dívida que os novos donos “pagaram” para eles mesmos.

Ainda no dia da votação do Conselho, Rubens Menin afirmou que

Não queremos levar vantagem. **Vamos é aumentar a responsabilidade a partir de agora.** A coisa, feita com o profissionalismo que está sendo feita, o Atlético vai ser um time grande. Não tem nada fácil. Tudo é muito difícil. Mas vai ser um time grande. A gente tirando esses juros da dívida, comendo o Atlético pelo pé, 13,75 mais spread, come o Atlético pelos pés. Vamos ter um futebol bom. Não vai ser o maior do mundo ainda, porque tem o Real Madrid na Espanha, e tem o Flamengo aqui com o orçamento. Mas quem sabe a gente chega lá. [...] **Acho que vamos ser sustentáveis.** A chance de acabar o time, de ter o orçamento pequeno, não vamos ter mais. (Menin, 2023, n.p., grifos meus)

A responsabilidade que não existiu quando realizava empréstimos e participava da gestão que elevava a dívida a patamares inéditos, tornando o clube um alvo bem mais fácil de ser transformado em SAF, agora é a prioridade de Menin, já que seu dinheiro estará diretamente na reta. Em entrevista cedida ao Globo Esporte um ano após a aprovação da SAF, Menin diz que

O tempo é senhor a da razão. Espero que a gente consiga entregar o Atlético com seriedade, com dignidade, com honestidade, com propósito, porque a gente não tem direito de usar o Atlético para nós, eu não posso usar o Atlético para mim, eu quero ser usado pelo Atlético, olha a diferença, um é pegar e usar o Atlético para qualquer benefício próprio. (Menin, 2024, n.p.)

A postura altruísta que Menin busca projetar pode parecer desconectada da realidade descrita anteriormente, mas segue o roteiro que já foi apresentado em todos os outros casos em análise aqui. É necessário criar uma imagem positiva em torno dos novos donos do clube, uma imagem que transmita segurança, que indique que agora o clube está em boas mãos. Ainda é possível ver Menin reproduzir outros argumentos já citados, como a inevitabilidade do modelo SAF, sendo esta a salvação do futebol brasileiro ao afirmar que

Se não houvesse as SAFs, o futebol brasileiro estaria passando por um momento muito difícil, times grandes teriam acabado sem ela. A SAF foi necessária, você combina a gestão do futebol, que precisa melhorar muito no Brasil, com a gestão empresarial [...] (Menin, 2024b, n.p.)

Menin também realiza crítica em relação ao futebol comandado por dirigentes amadores que, segundo ele,

Quebraram todos os times, não adianta ganhar um título e quebrar o time. Eu ganho um título e quebra, aí como é que vai fazer, o cara ganha, quebra, endivida o time, aí o outro vai lá, faz a bobagem, ganha o título, endivida, foi assim, o Brasil foi assim muito tempo. Eles acabaram com o futebol brasileiro. São pessoas que acham que conhecem tudo e não tem tecnologia, não tem gestão e avacalharam o futebol. (Menin, 2024, n.p.)

Mesmo que tenha descrito exatamente o papel que ele mesmo cumpriu na última gestão do Atlético enquanto clube associativo, Menin tenta se afirmar como o empresário que indicará os caminhos para o sucesso da SAF. No caso de Menin, ainda há o fato de ser fundador e proprietário de meios de comunicação, como o canal CNN e a Itatiaia, veículo jornalístico tradicional de Minas Gerais, tornando as possibilidades de uma cobertura crítica acerca do processo de venda e gestão do Atlético se tornarem ainda mais escassas.

De maneira geral, se pôde notar como, do ponto de vista do discurso, as estratégias foram semelhantes. Nos casos em destaque, a ideia de que a transformação dos clubes em empresas, através do modelo SAF, era essencial para sua sobrevivência e de que não havia mais alternativa para os clubes associativos ou para qualquer outro modelo possível foi repetida à exaustão. As promessas de grandes investimentos e resultados esportivos foram utilizadas

quase como um roteiro previamente estabelecido. Por outro lado, como nos casos de Cruzeiro e Vasco, nem tudo saiu conforme o planejado, deixando evidente que não há solução perfeita e nem garantia do sucesso, seja ele financeiro e/ou esportivo.

5.2 Palmeiras e Flamengo: gestão empresarial sem empresa

Ao longo das pesquisas para este capítulo e os anteriores, me deparei repetidamente com um diagnóstico semelhante: Palmeiras e Flamengo não *precisam* de SAF. A impressão compartilhada por dirigentes de outros clubes, jornalistas e analistas de mercado, se baseava na situação financeira controlada e potencial de crescimento de receitas nestes clubes que, portanto, não precisam ser salvos por um novo modelo jurídico e os consequentes investimentos privados.

À primeira vista, os casos de Palmeiras e Flamengo poderiam ser vistos como vitórias do modelo associativo, que não precisaram ceder às SAF. Por outro lado, e este é o ponto que gostaria de reforçar neste tópico, o exemplo destes clubes demonstra como a racionalidade neoliberal e a forma-empresa são capazes de se adaptar a diferentes contextos institucionais. É claro que as SAF, modelo já elaborado a partir das premissas desta racionalidade, facilitam sua adoção, mas outros contextos institucionais, vistos como essencialmente amadores, também podem reproduzir estas mesmas premissas.

Partindo de um panorama histórico no que pode ser chamado de macropolítica, não raro a América Latina é citada como um “laboratório” da experiência histórica da aplicação e do aprendizado neoliberal (Casara, 2021). De forma específica, é o período ditatorial chileno, comandado por Augusto Pinochet, que surge como o primeiro exemplo de um Estado orientado por esta nova racionalidade. A experiência chilena serviu de base para a exportação e adaptação subsequente do neoliberalismo para o Reino Unido de Margaret Thatcher e os Estados Unidos de Ronald Reagan. O que a trajetória deixa evidente é uma das principais características desta forma de gestão: sua capacidade de adaptação a qualquer ambiente político, seja explicitamente autoritário ou pretensamente democrático. Aliás, o próprio Reino Unido é exemplo de como o neoliberalismo ganha mesmo quando perde: a derrota do Partido Conservador em 1997, apesar das expectativas, não retirou a racionalidade neoliberal do centro da política partidária e do governo. O Partido Trabalhista de Tony Blair não só não enfrentou o neoliberalismo, mas o reforçou, desta vez com uma roupagem progressista (Fisher, 2022).

Proponho que os casos de Palmeiras e Flamengo sejam vistos como mais um exemplo desta elasticidade. Os dois clubes possuem pontos de virada bastante claros nesta trajetória,

separados por menos de um mês: a eleição de Eduardo Bandeira de Mello como presidente do Flamengo em dezembro de 2012 e a eleição de Paulo Nobre como presidente do Palmeiras em janeiro de 2013. Bandeira de Mello é formado em administração de empresas e, àquela altura, completava 25 anos como executivo do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e presidiu o Flamengo no período 2013-2018. Paulo Nobre é advogado, investidor com atuação na bolsa de valores e presidiu o Palmeiras no período de 2013-2016.

Algumas declarações destes dirigentes apontam um caminho para compreender a associação que estou sugerindo. Já em dezembro de 2012, logo após sua eleição, Mello afirmou que

A situação financeira do Flamengo é uma lástima. Só nos sobrou R\$ 8 milhões de todos os contratos, e esse dinheiro vai embora rapidinho. A gente assume no dia 2, e no dia 5 tem a folha para pagar. A gente já imaginava que ia encontrar uma situação difícil, mas ela é ainda mais complicada do que a gente esperava. Mas tem de conviver com isso. Quem administra um clube com 39 milhões de torcedores, não pode ficar com medo disso. **Vamos fazer uma administração austera, cortando gastos**, e sendo criativos, buscando contratos de patrocínio. (Mello, 2012, n.p., grifo meu)

O tom foi semelhante em janeiro de 2013 e já apontava para uma racionalidade empresarial na gestão do clube carioca:

Esses ajustes têm que ser feitos. **Chegamos aqui e encontramos uma situação de déficit. Temos que agir do lado da receita e do lado da despesa.** Do lado da receita, o Bap está trabalhando, tentando buscar patrocínios, parcerias, sócio-torcedor mais na frente. Tudo isso vai nos ajudar muito pelo lado da receita. **Pelo lado da despesa, nós temos que ter uma administração austera**, até para dar o exemplo. Não podemos manter uma situação que é irreal, pois no final não vamos conseguir pagar ninguém. (Mello, 2013, n.p., grifos meus)

Paulo Nobre seguia linha semelhante nesta entrevista após a vitória na eleição de janeiro de 2013:

Com certeza absoluta **vai ser um biênio de recessão**. O Palmeiras atravessa problemas financeiros. **Precisamos cortar custos**, mas avaliar bem o que tem ser cortado. Não podemos esquecer que o nosso carro-chefe é o futebol, que não será relegado a segundo plano. O maior patrimônio do Palmeiras é a torcida e vamos montar um time competitivo. (Nobre, 2013, n.p., grifos meus)

Já empossado e ativo no cargo, Nobre comentou sobre a venda dos *naming rights* da arena palmeirense, em fase final de construção:

A Allianz está de parabéns por ter unido a sua marca a um dos maiores clubes do mundo, como também está de parabéns a Wtorre, mas o dinheiro não vai entrar agora e o Palmeiras tem uma porcentagem anualmente do que entra. Então não adianta imaginar que isso já vá trazer o equilíbrio financeiro. **Precisa de trabalho, austeridade financeira para entregar para o próximo presidente um Palmeiras melhor do que a gente pegou.** (Nobre, 2013b, n.p., grifo meu)

Nobre foi reeleito ao fim de 2014 para mais dois anos ocupando a presidência do clube e afirmou que

Enquanto eu for presidente, haverá austeridade financeira, que é a obrigação de todo brasileiro. Não serei populista. As pessoas confundem isso com time ruim, mas é não gastar mais do que arrecada. O objetivo é ter em 2015 um grande time, bem reforçado e competitivo para, como dizia o nosso ex-técnico Ricardo Gareca, ser sempre protagonista. O Palmeiras tem DNA vitorioso, um time centenário que foi o grande campeão do século XX e tem tudo para também ser no século XXI. **Mas terei responsabilidade financeira.** A filosofia será exatamente a mesma, mas sabendo corrigir os erros de percurso. (Nobre, 2014, n.p.)

Os grifos nas declarações de cada presidente não foram por acaso. Busquei identificar um termo chave no discurso empresarial, em especial aplicado aos clubes de futebol: austeridade. Este termo foi utilizado mais de 40 vezes ao longo dos relatórios produzidos por Itaú BBA, XP, *Convocados*, Ernst & Young e companhia, analisados anteriormente. Gestões esportivas eram mais ou menos elogiadas nestes documentos de acordo com o grau de austeridade que impunham aos gastos internos. Ser austero se configura como um dos ingredientes principais da receita neoliberal para o sucesso econômico, em especial aplicado à gestão dos clubes.

A austeridade, porém, não é uma ideia inocente, ela possui uma história⁵³ e faz parte da ferramentaria liberal, ordoliberal⁵⁴ e neoliberal, de forma que não é possível tomá-la com naturalidade. É claro que a gestão de clubes de futebol jamais esteve no radar dos clássicos liberais ou do FMI, por outro lado, o futebol apresenta ecos, com suas devidas particularidades, destas disputas macroeconômicas e diz algo sobre as ideias que estão pairando no ar em determinado período histórico.

Sugiro que o caso do Palmeiras seja um exemplo ainda mais direto disto: entre 2009 e 2011, o clube foi presidido por Luiz Gonzaga Belluzzo. Economista de orientação keynesiana – Belluzzo é patrono da Associação Keynesiana Brasileira (AKB) –, o ex-presidente foi e continua sendo alvo de muitas críticas pelo gasto considerado exagerado em relação à contratação de jogadores na tentativa de sagrar-se campeão pelo clube. Belluzzo, porém, deixou a presidência sem nenhum título conquistado e com dívidas nas alturas, apesar de ser o responsável por tirar do papel o acordo para a construção da arena palmeirense, fonte de renda importante para seus sucessores. Um de seus críticos é justamente Paulo Nobre, um investidor do mercado de ações, que pode ser visto como um representante entusiasmado da racionalidade neoliberal. Uma das “heranças” de Belluzzo foi o adiantamento de receitas dos anos futuros

⁵³ Para conhecê-la, sugiro o trabalho de Blyth (2017), que serviu de referência para esta discussão.

⁵⁴ *Ibidem*.

para investir no time de futebol durante seu período na presidência: os retornos dos atacantes Kléber ‘Gladiador’ e Vágner ‘Love’ e do meio-campista chileno Jorge Valdívia, jogadores muito queridos pela torcida palmeirense (ao menos naquele momento) foram apontados como exemplos de irresponsabilidade financeira do dirigente, dada a incapacidade econômica do clube em arcar com estes custos. Segundo Nobre,

Os mandatos são muito curtos e a pessoa quer entrar a qualquer custo para a história do clube, adianta receitas e quem paga a conta são as gestões futuras. O Palmeiras foi uma caixa d’água de onde saiu mais água do que entrou. Não existe mágica: a caixa acaba secando [...] É necessária criatividade para outras fontes de receitas e saber andar com as próprias pernas. Não adianta ter jogadores que você não tem condições de pagar. (Nobre, 2014, n.p.)

É claro que presidentes de clubes de futebol, como Belluzzo e Nobre, tomados aqui como representantes de racionalidades conflitantes no campo político-econômico global, jamais possuíram as ferramentas que a economia de um Estado oferece; muito menos se deve tirar grandes conclusões sobre as diferentes doutrinas econômicas a partir de exemplo tão singelo. Por outro lado, é uma coincidência grande demais para ser deixada de lado como os discursos na economia futebolística emulam determinados processos ocorridos na chamada macroeconomia e na política institucional. Do ponto de vista de Belluzzo, provavelmente fazia sentido investir, inclusive em infraestrutura, para colher frutos no futuro. Do lado de Nobre, após um período de gastança descontrolada, era preciso apertar os cintos, cortar gastos e agir com austeridade visando o retorno ao consumo mais à frente.

De tal forma, o elogio às administrações de Mello e Nobre é também um elogio à forma-empresa, austera, de lidar com o futebol. O presente bem-sucedido de Flamengo e Palmeiras não é uma vitória do modelo associativo, é uma vitória da capacidade de adaptação neoliberal aos mais diferentes contextos, transformando em empresa mesmo aquilo que, do ponto de vista jurídico, não é uma empresa. A vitória destes dois clubes é parte da vitória do modelo que também criou a SAF, apenas conquistada em condições diferentes.

6 A CHEGADA DAS SAF E AS PERCEPÇÕES TORCEDORAS

Por maior que seja o esforço e investimento, a efetividade de um discurso é sempre contingente. Não há garantias de convencimento daqueles que são seus alvos preferenciais. No caso do futebol, não seria possível concretizar as transformações citadas até aqui sem algum nível de consentimento torcedor. Disto não se exclui, porém, a possibilidade de posturas mais críticas a este processo de empresarização.

Ao longo deste trabalho, foi mostrado como o discurso neoliberal adaptado ao futebol foi elaborado, seus principais mecanismos e ferramentas, desde seus principais formuladores, como no caso dos analistas financeiros, sua circulação entre a imprensa esportiva e sua aplicação a partir dos clubes. Neste capítulo, a intenção é a de verificar como as torcidas de futebol, conforme especificado a seguir, têm reagido às novidades trazidas pelo futebol-negócio contemporâneo, e investigar até que ponto o discurso empresarial tem sido convincente entre este grupo e produzido impacto em suas formas de torcer.

Como de costume, alguns avisos antes de começar: é tarefa impossível dar conta de acessar a pluralidade contida em uma torcida de futebol, em especial nas torcidas dos clubes mais citados aqui, com milhões de torcedores. Não haverá uma manifestação, uma interpretação ou opinião que represente sua totalidade.

No capítulo anterior, foi possível notar uma parcela que compõe as torcidas, como no caso dos sócios, que votaram praticamente em consenso a favor da transformação de seus clubes em SAF, para citar um exemplo. O número de sócios, por outro lado, é sempre bastante reduzido e limitado pela relação monetária necessária para existir, de forma que não podem ser tomados como representativos de uma torcida inteira. Um recurso frequente é a divisão entre torcedores organizados e torcedores ditos comuns, que não estão associados a algum subgrupo. É relativamente mais simples acessar manifestações das torcidas organizadas, dada sua formação coletiva, coesa e hierárquica, fazendo-se ouvir através de atos coletivos e de recursos institucionalizados, como a publicação de notas oficiais. Não se exclui, porém, a possibilidade de torcedores comuns estarem presentes em manifestações protagonizadas por torcidas organizadas, mas distinguir sua presença é um desafio bastante grande. Desta forma, busquei essencialmente por manifestações coletivas acerca dos temas que serão tratados e não a opinião individualizada, o que implicaria em outra metodologia.

A este recorte, incluí também os coletivos de torcedores que são organizados por aproximação política, além da clubística. Estes são grupos relativamente recentes no cenário futebolístico, mas, por apresentarem um aspecto motivador diferente para sua existência,

podem apresentar interpretações distintas para este contexto. Neste caso, busquei manifestações em seus perfis em redes sociais, sua principal forma de manifestação.

Seguirei trabalhando com os mesmos clubes do capítulo anterior, que combinam popularidade torcedora e que mais cedo se transformaram em SAF, em ordem cronológica: Cruzeiro, Botafogo, Vasco, Bahia e Atlético Mineiro. A estratégia permite criar um senso de continuidade e acompanhamento mais aprofundado do processo de empresarização destes clubes, agora na perspectiva torcedora.

6.1 Cruzeiro Esporte Clube

Como já comentado, a primeira manifestação torcedora se deu na votação praticamente unânime na assembleia de sócios que votou a aprovação do modelo da SAF para o clube.

Alguns meses após a aprovação e o anúncio da compra do clube por Ronaldo Nazário, novas exigências foram feitas pelo investidor para que a transação fosse concluída, de forma que uma nova votação no Conselho Deliberativo do clube precisou ocorrer. Esta foi uma nova oportunidade para a torcida do clube, entre torcedores comuns e organizados, demonstrar apoio ao projeto. Parte do Conselho, contrária à venda, obteve liminar que suspenderia a votação naquele dia 4 de abril de 2022. A pressão torcedora subiu de tom no lado de fora do Parque Esportivo, localizado no bairro Barro Preto, em Belo Horizonte. Aos gritos de “se não votar, o pau vai quebrar”⁵⁵, a torcida cruzeirense se reuniu, exibiu faixas e demonstrou seu apoio ao provável novo dono do clube. Algumas imagens daquele momento podem colaborar para compreender o clima no dia da votação que definiria a nova rota do Cruzeiro:

⁵⁵ A matéria completa do jornal O Tempo pode ser conferida no link: <https://www.otempo.com.br/sports/cruzeiro/se-nao-votar-o-pau-vai-quebrar-canta-torcida-do-cruzeiro-no-barro-preto-1.2647634> Acesso em 9 de janeiro de 2025.

Figura 7 – Torcida do Cruzeiro em apoio à SAF



Fonte: O Tempo⁵⁶

Figura 8 – Faixa da torcida do Cruzeiro



Fonte: Super Esportes⁵⁷

⁵⁶ *Ibidem*

⁵⁷ Esta e outras imagens da manifestação cruzeirense podem ser vistas em: https://www.mg.superesportes.com.br/app/fotos/futebol/cruzeiro/2022/04/04/galeria_cruzeiro,13486/torcida-do-cruzeiro-na-votacao-do-conselho-sobre-a-saf.shtml Acesso em 9 de janeiro de 2025.

A primeira imagem aponta para muitos torcedores reunidos no dia da votação, indicando também a presença da maior torcida organizada do clube, a Máfia Azul. A segunda imagem é o símbolo do apoio torcedor a Ronaldo, estabelecendo claramente os dois lados desta disputa: torcida e Ronaldo de um lado, parte do Conselho do outro. Como se sabe, a liminar foi derrubada no mesmo dia e a votação ocorreu, aprovando as novas exigências de Ronaldo e, finalmente, concretizando a venda da SAF.

Há ainda um aspecto que pode ser apontado no mesmo dia da votação: a presença de Pedro Lourenço, então membro do Conselho Deliberativo, e atual dono do Cruzeiro:

Figura 9 – Pedro Lourenço e torcedores do Cruzeiro



Fonte: Super Esportes⁵⁸

Lourenço, também conhecido como Pedrinho, está no centro da imagem, de boné. Carregado nos ombros por um torcedor, Pedrinho era conhecido pela torcida cruzeirense como espécie de mecenas do clube, já que possuía o empréstimo de grandes quantias para o Cruzeiro como prática comum. Recebido com gritos de “Olha que maneiro, Pedrinho e Ronaldo é melhor pro meu Cruzeiro”⁵⁹, Pedrinho é o bilionário dono da rede Supermercados BH e comprou o Cruzeiro de Ronaldo em 2024. No dia da votação, deixou explícito seu apoio à SAF e como

⁵⁸ Ibidem.

⁵⁹ A matéria completa pode ser lida em: https://www.superesportes.com.br/app/1,10/2022/04/04/noticia_cruzeiro,3965847/cruzeiro-pedrinho-foi-o-unico-conselheiro-festejado-em-votacao-da-saf.shtml Acesso em 9 de janeiro de 2025.

sua relação com a torcida cruzeirense ocupava espaço central em sua atividade como conselheiro:

Nós precisamos de paz, que dê tudo certo, que a gente tenha um caminho correto. O Ronaldo vem fazendo um trabalho maravilhoso e que esse ano seja melhor pra nós”, disse o mecenas cruzeirense. [...] A torcida tem o direito dela. Eles têm todo o meu respeito, eles são pessoas que são a razão de ser do clube. O torcedor tem que ter voz. Sempre estou do lado do torcedor do Cruzeiro. Sempre estive do lado, ajudei e sempre fui a favor do Cruzeiro. (Lourenço, 2022, n.p.)

Impossível afirmar se, naquele momento, Pedrinho já ambicionava a compra do clube. Por outro lado, sua relação de proximidade e carinho mútuo com a torcida do clube facilitou a aceitação popular quando da aquisição realizada dali a dois anos. Este apoio se tornou ainda mais importante porque, em 2024, Ronaldo já não gozava do mesmo prestígio popular e a venda para Pedrinho se tornou um desejo da torcida.

Apesar do apoio demonstrado a Ronaldo em abril de 2022, o primeiro conflito da torcida cruzeirense com a nova gestão da SAF (que ainda não havia sido oficializada, mas já comandava o clube) se deu já em janeiro daquele ano, com a saída do goleiro Fábio. O goleiro, que acabou se transferindo para o Fluminense na sequência, defendeu o Cruzeiro por 16 anos e possuía relação de idolatria com a torcida. Como parte da gestão austera promovida por Ronaldo, o alto salário de Fábio se tornou incompatível com o momento esportivo do time, que disputaria a Série B pelo terceiro ano consecutivo em 2022. A nova gestão ofereceu um novo contrato de duração de três meses para o goleiro, com vencimentos consideravelmente mais baixos e a possibilidade de aposentadoria ao seu fim, o que foi interpretado por Fábio como desrespeito⁶⁰. Era uma primeira amostra de como as coisas funcionariam sob comando empresarial.

Curiosamente, o nome de Ronaldo foi poupado neste primeiro momento: o alvo da raiva torcedora pela saída de seu ídolo foi o diretor esportivo Paulo André, contratado por Ronaldo: em um protesto que contou com cerca de 200 torcedores (inclusive com a presença das torcidas organizadas Máfia Azul e Pavilhão Independente), os gritos foram de “Ô Paulo André, seu vacilão! O Fábio representa uma nação!”⁶¹. Quem também não se poupou de manifestação foi Pedro Lourenço⁶², mais uma vez se colocando ao lado da torcida cruzeirense neste conflito e

⁶⁰ Ao menos até o momento em que este capítulo está sendo escrito, em 2025, Fábio segue em atividade como goleiro titular do Fluminense, aos 43 anos.

⁶¹ A matéria completa pode ser lida em: https://www.mg.superesportes.com.br/app/noticias/futebol/cruzeiro/2022/01/06/noticia_cruzeiro,3954452/torcida-do-cruzeiro-invade-praca-sete-em-protesto-contr-a-saida-de-fabio.shtml Acesso em 9 de janeiro de 2025.

⁶² Ibidem.

adicionando mais um tijolo na construção de uma relação positiva com aqueles que o apoiariam dali a dois anos.

Apesar de um primeiro semestre turbulento em 2022, a SAF do Cruzeiro terminou o ano em alta, ao menos do ponto de vista esportivo, ao garantir acesso à Série A. O caldo começou a entornar para Ronaldo apenas em 2023, com a má campanha do time no Campeonato Brasileiro. Após a derrota por 2x0 para o Flamengo no Mineirão, Ronaldo criticou a pressão realizada pela torcida e clamou por apoio para evitar mais um rebaixamento⁶³. Dias após a fala de Ronaldo, em 21 de outubro de 2023, na véspera do clássico contra o rival Atlético Mineiro, um protesto foi realizado pela torcida em que foram entoados os gritos “Ronaldo, vai se foder, o meu Cruzeiro não precisa de você” e “Se o Cruzeiro não ganhar, olê, olê, olá, o pau vai quebrar”⁶⁴.

O Cruzeiro ganhou, o pau não quebrou, mas a relação entre torcida e Ronaldo permaneceu ruim. No primeiro semestre de 2024, o time foi derrotado pelo Atlético na final do Campeonato Mineiro, eliminado da Copa do Brasil pelo modesto Sousa-PB e empatou em casa pela Copa Sul-Americana contra o Alianza-COL, após abrir uma vantagem de 3x0 no primeiro tempo.

Em abril daquele ano, mais um protesto: um bandeirão inaugurado em 2022, que continha a imagem de Ronaldo ainda jovem jogando pelo Cruzeiro, foi queimado pela torcida nas ruas de Belo Horizonte, como se pode ver na imagem abaixo:

⁶³ As falas completas de Ronaldo podem ser lidas aqui: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/cruzeiro/ronaldo-desabafa-sem-apoio-da-torcida-cruzeiro-dificilmente-ficara-na-serie-a/?hidemenu=true> Acesso em 9 de janeiro de 2025.

⁶⁴ A matéria completa pode ser lida pelo link: https://www.espn.com.br/futebol/cruzeiro/artigo/_/id/12755465/com-xingamentos-a-ronaldo-torcedores-do-cruzeiro-protestam-antes-de-classico-se-nao-ganhar-o-pau-vai-quebrar Acesso em 9 de janeiro de 2025.

Figura 10 – Torcida cruzeirense queima imagem de Ronaldo



Fonte: Globo Esporte⁶⁵

Ainda no mês de abril de 2024, já circulava a notícia de uma provável venda da SAF cruzeirense para Pedro Lourenço. No dia 28 daquele mês, a torcida aproveitou o clima de despedida e enterrou qualquer resquício de boa relação que mantinha com Ronaldo no início da SAF. Não só estendeu uma faixa contendo a mensagem “Tchau Ronaldo”, como pendurou sacolinhas de plástico da rede de supermercados pertencente a Pedro Lourenço em uma demonstração de apoio *sui generis*:

⁶⁵ A imagem pode ser vista em: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2024/04/12/torcedores-do-cruzeiro-queimam-bandeirao-com-imagem-de-ronaldo-assista.ghml> Acesso em 9 de janeiro de 2025.

Figura 11 – Cruzeirenses demonstram apoio a Pedro Lourenço



Fonte: Globo Esporte⁶⁶

A venda para Pedrinho se concretizou no dia seguinte, em 29 de abril de 2024. Pedrinho prometeu grandes investimentos para 2025 e, em janeiro deste ano, já havia contratado Gabriel Barbosa, ex-Flamengo, e Dudu, ex-Palmeiras, em dois movimentos que causaram grande repercussão entre a torcida cruzeirense.

Nota-se que os protestos entre torcedores comuns e organizados do Cruzeiro jamais se voltaram contra o modelo SAF em si, mas resultaram do descompasso entre expectativa e realidade, especialmente do ponto de vista esportivo. As promessas de “nova era” foram recebidas com um entusiasmo que não se sustentou a partir do momento em que os resultados em campo não refletiram este sentimento.

A falta de transparência de Ronaldo à frente do clube, tanto em relação aos investimentos realizados até então quanto ao montante restante da dívida do clube, afetou a relação de confiança criada quase que instantaneamente quando o empresário realizou a compra

⁶⁶ As imagens podem ser vistas em: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2024/04/28/jogo-do-cruzeiro-tem-faixa-tchau-ronaldo-e-sacola-de-supermercado-do-comprador-da-saf-veja-reacoes.ghtml> Acesso em 9 de janeiro de 2025.

da SAF. Ronaldo também não se furtou de criticar a própria torcida quando o clima se tornou mais quente, de forma contrária a Pedrinho, que sempre sinalizava positivamente à torcida cruzeirense e, ao menos até aqui, sustenta boa relação.

Do ponto de vista dos coletivos de torcedores ligados ao Cruzeiro, poucas foram as manifestações relativas à SAF neste período. Em janeiro de 2022, no dia do aniversário do clube e ainda em clima de êxtase causado pela notícia da venda do clube para Ronaldo, o coletivo Marias de Minas⁶⁷ publicou, em seu perfil no Instagram, a seguinte imagem:

Figura 12 – Publicação do coletivo Marias de Minas



Fonte: Marias de Minas⁶⁸

⁶⁷ A torcida do Cruzeiro recebe com frequência o xingamento de cunho homofóbico, sendo chamada de “Marias”. O coletivo, que defende pautas relativas à população LGBTQIA+ no futebol, subverte o significado da pretensa ofensa e a assume como nome.

⁶⁸ A publicação do coletivo pode ser lida na íntegra em: <https://www.instagram.com/p/CYPfMuTJKAE/>. Acesso em 9 de janeiro de 2025.

Na imagem, está contida não só a crença no surgimento de um “novo clube”, parte da promessa de uma nova era, mas também uma referência direta a Ronaldo. Assim como no caso das torcidas organizadas, alvos frequentes da racionalidade empresarial aplicada ao futebol e que não demonstraram rejeição à SAF, o mesmo pode ser dito do coletivo Marias de Minas. A capacidade de produzir consenso mesmo entre duas formas distintas de torcer e se relacionar com clube, em geral desprezadas pelo futebol (tanto “amador” quanto em sua forma-negócio, diga-se), demonstra a força e a efetividade do discurso em relação à parte da torcida cruzeirense.

Já em relação ao coletivo Resistência Azul Popular, encontra-se uma postura mais crítica. Apesar de não publicar qualquer tipo de manifestação no momento da venda do clube para Ronaldo, o coletivo fez uma publicação em junho de 2024 realizando um balanço da experiência com a SAF até aquele momento. A Resistência Azul Popular não só coloca em xeque algumas das promessas contidas no discurso empresarial como também se propõe a reforçar a democracia dentro da associação (ainda detentora de 10% das ações da SAF) visando a retomada do controle total da SAF. A publicação é composta, em primeiro lugar, da imagem abaixo:

Figura 13 – Publicação do coletivo Resistência Azul Popular



Fonte: Resistência Azul Popular⁶⁹

A imagem não sugere, necessariamente, o fim do investimento privado no clube, mas aponta para o desejo de sustentar o controle da SAF através das ações majoritárias, que permaneceriam nas mãos da associação. Este é um modelo comum no futebol alemão conhecido como 50+1, ou seja, a associação detém 51% do clube-empresa e, no restante dos 49%, pode receber investimento privado.

A publicação segue com um longo texto, do qual retiro alguns trechos, com uma avaliação da SAF cruzeirense até ali:

A esperada estabilidade não se efetivou e a gestão de Ronaldo acabou durando menos que um mandato da associação. Além disso, nesse curto período de dois anos e meio foram feitas cinco trocas de treinador. [...] Ao mesmo tempo,

⁶⁹ A publicação pode ser vista em: https://www.instagram.com/p/C7sKp0SuQQh/?img_index=1 Acesso em 9 de janeiro de 2025.

o aporte direto se resumiu a apenas R\$ 50 milhões, que embora tenham sido importantes para o pagamento de dívidas emergenciais, ficam muito abaixo das centenas de milhões já aportados em outras SAFs que venderam percentuais semelhantes de suas ações. Tampouco houve um aumento significativo de receitas em relação à média de anos anteriores. [...] (Resistência Azul Popular, 2024, n.p.)

Em primeiro lugar, o coletivo questiona as promessas de estabilidade contidas nos argumentos pró-SAF. A gestão de Ronaldo durou bem menos do que se esperava, apesar de atingir seu objetivo de revenda com lucro. Do ponto de vista esportivo, o “profissionalismo” promete estabilidade e trabalho de longo prazo que, na maioria das vezes, significa manutenção da comissão técnica, algo que também não houve com Ronaldo. A constante troca de técnicos é fartamente citada como exemplo de amadorismo do futebol brasileiro, onde não há tempo para desenvolver um trabalho. As promessas de investimento pesado e novas receitas, em geral o que produzem o sentimento de otimismo com as SAF, também foram frustradas. O texto segue:

Como detentora de um grupo multiclubes (Cruzeiro e Valladolid), a gestão de Ronaldo tinha como objetivo declarado reorganizar o clube, valorizá-lo e revende-lo. Já Pedro Lourenço, reivindica um aspecto passional em sua aquisição, sinaliza certa reaproximação da gestão com a torcida e ao mesmo tempo busca associar a poderosa “marca Cruzeiro” ao seu grupo empresarial. [...] Independente das diferenças entre as duas gestões, é fundamental reafirmar o papel da Associação como colaboradora ativa e fiscalizadora da SAF, inclusive por meio da atual comissão que analisa o acordo entre Ronaldo e Pedro Lourenço. (Resistência Azul Popular, 2024, n.p.)

Bastante afastada da caracterização elitista produzida pelos analistas de mercado vista anteriormente, em que associavam torcida e irracionalidade, o coletivo cruzeirense demonstra clareza em relação aos diferentes modelos de SAF e às consequências dos perfis distintos de cada dono. Ou seja, nem a intenção de revenda por Ronaldo e nem o discurso mais conectado com a torcida e interesses econômicos paralelos de Pedro Lourenço estão passando despercebidos. Em seguida, em coerência com o desejo de retomada do controle da SAF pela associação, o coletivo reforça o papel fiscalizador necessário neste período. A ideia é que a associação não morra por inanição e irrelevância, mantendo papel ativo e se fortalecendo, já que é o modelo associativo, através da ideia dos 50+1, o desejado pelo coletivo.

6.2 Botafogo de Futebol e Regatas

O Conselho Deliberativo do Botafogo votou, em 13 de janeiro de 2022, pela aprovação da venda da SAF do clube para John Textor. Porém, ainda no dia 8 daquele mês, Textor chegava ao Brasil para finalizar os detalhes de sua proposta e acompanhar o processo de votação. A torcida botafoguense já tinha conhecimento não só da proposta, mas do provável resultado na

votação do Conselho e preparou uma recepção para o empresário no Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro, que contou com a presença de mais de 100 torcedores. Este foi o primeiro contato da torcida com o novo dono do clube e expôs o clima de otimismo e esperança com a venda da SAF. Entre a recepção calorosa, gritos de “I love you, John”⁷⁰ e disputa por fotos com o norte-americano, uma cena marcou aquele dia: um torcedor do Botafogo, em meio à empolgação, ofereceu uma nota de R\$ 20,00 para John Textor.

Apesar de não saber explicar exatamente sua ação, o torcedor demonstrou, em entrevista realizada nos dias seguintes (já que se tornou figura reconhecida na internet), o sentimento que pairava entre grande parte da torcida botafoguense, ao menos entre aquelas e aqueles presentes na recepção a Textor:

Se a gente parar pra analisar friamente, é mais um alívio porque **agora a gente vai ser gerido de maneira profissional**. Principalmente nos últimos anos você via que o Botafogo estava sendo gerido por pessoas que não tinham noção nenhuma de profissionalismo. E quando eu falo profissionalismo não quero dizer sobre a pessoa ser a melhor da sua área, mas digo que as pessoas não sabiam nem se portar. Claro que pode dar errado, a gente nunca sabe. Mas é um alívio, analisando friamente. (Maia, 2022, n.p., grifo meu)

O clima de empolgação torcedora pôde ser verificado novamente no dia da votação do Conselho na sede de General Severiano. Como se sabe, o resultado foi pela aprovação da venda com praticamente um consenso formado: 167 votos a favor e apenas 3 contra. Ainda seria necessária a Assembleia Geral dos sócios para consolidar o resultado, mas a notícia foi o estopim para uma festa generalizada entre os torcedores presentes, tanto dentro quanto fora do Salão Nobre da sede do clube. Segundo a Polícia Militar⁷¹, estavam reunidos mais de 300 torcedores do clube, entre comuns e organizados.

⁷⁰ Mais detalhes podem ser lidos aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/torcedor-do-botafogo-que-ofereceu-r-20-a-textor-ganhou-o-dinheiro-como-presente-de-natal-da-avo.ghml> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

⁷¹ A informação foi obtida pelo Globo Esporte e publicada no link: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/com-festa-da-torcida-conselho-deliberativo-do-botafogo-aprova-venda-de-90percent-da-saf-a-john-textor.ghml> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

Figura 14 – Botafoguenses comemoram aprovação da SAF



Fonte: ESPN⁷²

O ano de 2022 transcorreu sem grandes problemas para o Botafogo, que conseguiu se manter na Série A do Campeonato Brasileiro sem sustos após subir de divisão em 2021. A promessa, porém, era de maiores investimentos em 2023 e, com isso, a expectativa torcedora por resultados esportivos melhores. Já em março de 2023, os primeiros protestos pela campanha ruim do time no Campeonato Carioca: após pichar os muros da sede do clube⁷³ com cobranças voltadas a Textor e Luís Castro, então treinador da equipe, outro protesto ocorreu no dia 27 do mesmo mês, durante uma partida realizada em Volta Redonda-RJ, com os mesmos alvos anteriores, agora acompanhados do diretor de futebol do clube, André Mazzuco:

⁷² A imagem pode ser vista em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/9782293/conselheiros-aprovam-venda-saf-botafogo-torcedores-fazem-festa Acesso em 10 de janeiro de 2025.

⁷³ A notícia pode ser lida aqui: <https://www.itatiaia.com.br/esportes/2023/03/09/botafogo-torcida-protesta-contrasaf-e-treinador> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

Figura 15 – Botafoguenses protestam em partida



Fonte: Globo Esporte⁷⁴

O Botafogo havia contratado 15 jogadores no início de 2023, o que poderia acalmar sua torcida, caso os resultados estivessem de acordo com a expectativa criada. A situação, porém, se tornou mais tranquila com a campanha de destaque obtida pela equipe ao longo do Campeonato Brasileiro: o Botafogo assumiu a primeira colocação logo na terceira rodada do campeonato e a sustentou até a 34ª, a quatro jogos do fim do campeonato.

O roteiro foi semelhante: após uma expectativa criada, com o título brasileiro nas mãos, a queda foi proporcional e gerou grande insatisfação em sua torcida. Em novembro daquele ano, quando a situação do time no campeonato começou a se complicar, torcedores foram até o Centro de Treinamento do clube para protestar aos gritos de “Se não ganhar, a porrada vai comer”⁷⁵. No dia seguinte a este protesto, uma reunião foi marcada entre dirigentes da SAF e torcidas organizadas do clube. Estavam presentes as torcidas Fúria Jovem, Torcida Jovem, Loucos pelo Botafogo, Torcida Fogoró e Movimento Ninguém Ama Como A Gente, além do CEO da SAF, Thairo Arruda. John Textor não estava no Brasil e participou por chamada de vídeo. É importante notar que o expediente de reunir dirigentes e torcidas organizadas em um momento de pressão por falta de resultados é prática tão comum quanto criticada no futebol brasileiro, em especial pela imprensa esportiva do país. A atitude é interpretada como falta de profissionalismo do clube, que sucumbe à pressão torcedora e cede reuniões em ambientes

⁷⁴ A notícia pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2023/03/27/torcedores-do-botafogo-protesta-contratextor-mazzucco-e-luis-castro-em-volta-redonda.ghtml> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

⁷⁵ A notícia pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2023/03/27/torcedores-do-botafogo-protesta-contratextor-mazzucco-e-luis-castro-em-volta-redonda.ghtml> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

fechados, justamente o que a empresarização do futebol deveria evitar. Ao fim da reunião, o Botafogo emitiu uma nota oficial que, em um trecho, reafirma a tentativa de construir uma relação próxima com as torcidas organizadas:

SAF e Torcidas Organizadas se comprometeram a manter relações próximas com construções produtivas, alinhados na busca constante dos objetivos comuns. Time e torcida concentram o foco na partida contra o Grêmio, em São Januário, nesta quinta. (Botafogo..., 2023, n.p.)

O Botafogo perdeu o jogo seguinte para o Grêmio e o campeonato para o Palmeiras, de forma que, ainda em novembro de 2023, novos protestos foram realizados. Os muros do estádio Nilton Santos, casa do Botafogo, foram pichados com uma série de mensagens e muitos ataques a John Textor, como pode ser visto no compilado de imagens abaixo:

Figura 16 – Pichações da torcida botafoguense



Fonte: Metrôpoles⁷⁶

Desta vez, Textor reagiu e escancarou o conflito ao afirmar:

Sério? Isso é uma piada? Vocês são a menos respeitada e mais inútil das nossas maravilhosas torcidas organizadas. A família Botafogo sente dor, mas não se levanta com vocês. Respeite os homens que deram a esperança de sonhar de novo (Textor, 2023, n.p.)

⁷⁶ A reportagem pode ser lida em: <https://www.metropoles.com/esportes/muros-do-nilton-santos-sao-pichados-em-protesto-contra-john-textor> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

Curiosamente, Textor se refere à Fúria Jovem do Botafogo, identificada nas imagens pela sigla FJB, que estava presente na reunião citada anteriormente. A mensagem do dono do clube descredibiliza a torcida organizada que até dias atrás possuía relação próxima com o clube e visa estabelecer uma hierarquia entre torcidas organizadas ao afirmar que a FJB é pouco respeitada e inútil. O tom da nota oficial publicada pelo clube após este caso é completamente diferente da nota anterior, publicada menos de 20 dias atrás desta:

O Botafogo repudia as ameaças publicadas nas redes sociais pela torcida organizada Fúria Jovem como tentativa de intimidação aos jogadores do Clube. [...] Cabe ressaltar que a referida torcida está proibida de ingressar e permanecer nos estádios pela Justiça, a pedido do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro. Também está vedado o acesso de torcedores trajando vestimentas ou acessórios alusivos a essa agremiação. Por último, o Clube reafirma que não aceitará este tipo de conduta e já acionou as autoridades visando a defesa de seus colaboradores. (Botafogo..., 2023b)

Ao que parece, é que, assim como a simpatia da torcida por Textor varia de acordo com os resultados em campo, a boa vontade do clube com suas torcidas organizadas também varia de acordo com o cumprimento ou não de um comportamento esperado. A qualquer sinal de instabilidade e quebra de expectativas nestas relações, a tensão cresce. Talvez não exista exemplo melhor de tal volatilidade do que a comparação entre janeiro e novembro de 2024: ainda impactada com a perda do título brasileiro e pela insatisfação com o comando de Textor, a torcida do Botafogo levou uma série de faixas à partida de estreia da equipe na temporada. Entre pedidos pela saída de alguns jogadores, Textor voltou a ser o alvo com uma faixa dizendo “Foda-se sua rede de clubes. Somos Botafogo! Não somos satélite!”⁷⁷. Estava em pauta não só a falta de resultados esportivos, mas a posição que o clube ocupava na hierarquia da rede de clubes pertencente a Textor, ao menos na interpretação de sua torcida.

Corte seco para novembro de 2024: além de estar muito próximo do título brasileiro daquele ano, o Botafogo estava na final da Copa Libertadores, torneio continental mais valorizado entre as torcidas brasileiras, a ser disputada em Buenos Aires no dia 30 daquele mês. Dois dias antes, em 28 de novembro, John Textor chega de surpresa em um bar na capital argentina onde estavam reunidos torcedores do Botafogo e é recebido aos gritos de “Uh papai chegou!”⁷⁸. O Botafogo se sagrou campeão da Libertadores, de forma inédita na história do clube, e do Campeonato Brasileiro, título que não conquistava desde 1995. Como consequência, Textor retomou seu prestígio, mais querido do que nunca pela torcida botafoguense.

⁷⁷ A matéria completa pode ser lida em: <https://trivela.com.br/brasil/fantasma-2023-botafogo-assunto/> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

⁷⁸ A notícia completa pode ser lida em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2024/11/28/uh-papai-chegou-torcida-do-botafogo-faz-festa-a-textor-em-buenos-aires.ghtml> Acesso em 10 de janeiro de 2025.

Assim como no caso do Cruzeiro, não foi possível identificar, ao menos nos limites da pesquisa realizada, críticas voltadas para o modelo de SAF no Botafogo. Por mais que a posição do Botafogo frente aos demais clubes comprados por Textor tenha sido uma preocupação da torcida botafoguense em determinados momentos, a SAF foi um modelo bem aceito. Mais uma vez como no caso do Cruzeiro, apenas os resultados esportivos abalaram esta relação de otimismo até aqui, mas sem que o modelo em si fosse questionado, apenas seus dirigentes, como qualquer clube associativo está acostumado.

Do ponto de vista dos coletivos de torcedores botafoguenses, pude encontrar apenas uma manifestação da Botafogo Antifascista em relação ao tema da SAF. Em fevereiro de 2023, antes dos maus resultados esportivos daquele ano, o coletivo realizou uma postagem em sua página no Instagram. A publicação continha, como imagem inicial, a montagem reproduzida abaixo:

Figura 17 – Publicação da Botafogo Antifascista



Fonte: Botafogo Antifascista⁷⁹

A publicação segue com um longo texto, do qual retiro alguns trechos:

[...] Além de um mero empreendimento para satisfazer os anseios de busca incessante por lucro e acumulação de capital do empresário, o Botafogo tornou-se satélite na hierarquia do grupo Eagle Football Holdings que engloba outros clubes sob controle do bilionário ianque John Textor. A condição de clube-satélite, à qual o Botafogo foi submetido, ficou escancarada após a publicação de uma nota pelo Alvinegro no último sábado (28/01) por ocasião do anúncio da transferência de Jeffinho, jogador que despontara como o maior destaque do time comandado por Luís Castro, para o Lyon da França, que também pertence ao grupo controlado por Textor. (Botafogo Antifascista, 2023, n.p.)

Para contextualização: o atleta Jeffinho foi um dos destaques do time ao longo de 2022, portanto havia a expectativa, por parte da torcida, de que o jogador continuasse a ocupar papel

⁷⁹ A postagem pode ser conferida na íntegra em: https://www.instagram.com/p/CoLDDG_vSs7/?img_index=1
Acesso em 10 de janeiro de 2025.

de relevância na equipe em 2023. Em um primeiro momento, a notícia era de que Jeffinho seguiria, sem compensação financeira ao Botafogo, para o Lyon, outro clube comandado por John Textor. Após repercussão negativa, a transferência foi concretizada por 10 milhões de euros. Do Botafogo para o Lyon ou, considerando o comando dos clubes, de Textor para... Textor. A nota do coletivo segue:

Tal nota faz questão a todo momento de ressaltar que o Botafogo converteu-se em uma espécie de incubadora de atletas cuja atividade comercial não passa de um trampolim para jogadores formados pelo clube. E aqui sequer entramos no mérito das cifras envolvidas na transação, afinal, jamais iremos naturalizar um quadro onde quem quer que seja retire os grandes destaques do Glorioso para sanar sua ganância pelo lucro desenfreado. Lembrando ainda que não há nada que impeça que essa prática torne-se recorrente. Há momentos em que o óbvio precisa ser dito: não torcemos por um banco, nem por uma financeira!⁸⁰ (Botafogo Antifascista, 2023, n.p.)

A crítica, como se lê, não está focada no valor da transferência, mas pelo papel cumprido pelo Botafogo na rede de clubes de Textor. Assim como pôde ser visto em relação a torcedores comuns e organizados, é a posição do clube, como satélite da rede, que gera incômodo.

O Botafogo, neste papel, seria apenas um clube para que jovens jogadores possam jogar, evoluir e, antes mesmo de algum retorno esportivo, seguirem para os outros clubes de mesmo dono. A prática ocorrida com Jeffinho, de fato, se tornou recorrente em 2024, só que com uma diferença que, na verdade, muda tudo: o clube foi campeão. Jogadores como Adryelson, que havia sido vendido para o Lyon ao fim de 2023 e retornado ao Botafogo por empréstimo na segunda metade de 2024; Luiz Henrique, que foi contratado pelo Botafogo no início de 2024; e o argentino Thiago Almada, contratado no segundo semestre de 2024 seguiram todos, vendidos ou não, para o Lyon⁸¹ após o fim da temporada vitoriosa do clube em 2024. Artur Jorge, treinador português que liderou a equipe a tais conquistas, também saiu por uma proposta melhor do futebol árabe, de forma que o Botafogo precisou remontar a base campeã de seu time para a temporada de 2025.

É o vai e vem de jogadores entre clubes pertencentes a uma mesma rede que produz a preocupação botafoguense, já que nem sempre os interesses do Botafogo estão em primeiro

⁸⁰ Importante registrar que a manifestação do coletivo foi bastante criticada na caixa de comentários da publicação na rede social. Tanto por seguidores simpáticos aos valores políticos demonstrados pela Botafogo Antifascista quanto por torcedores botafoguenses comuns deixaram claro o descontentamento com as críticas feitas à Textor. Tal postura mais crítica, portanto, passou longe de uma unanimidade ou consenso entre a torcida botafoguense.

⁸¹ Luiz Henrique, que já havia anunciado sua saída do Botafogo para o Lyon, acabou parando no Zenit, da Rússia, clube sem conexão com a rede de Textor.

lugar. O próprio Jeffinho, no centro desta polêmica, retornou por empréstimo em 2024 e foi recomprado pelo Botafogo ao fim da temporada⁸².

Mais uma vez, é curioso notar, mesmo que por motivos diferentes, uma SAF repete estratégia comum de clubes associativos de outras épocas: após uma temporada vitoriosa, a equipe é desfeita e os destaques são negociados em nome de novas receitas. Um eterno ciclo entre montar uma equipe, ser campeão, vender e remontar a equipe. A percepção que este costume gerava quando praticado por clubes associativos era de fraqueza econômica e má gestão. No caso de uma rede multiclubes, é apenas o seu funcionamento normal frente à necessidade de fazer circular as mercadorias que, neste caso, são os jogadores.

Diferente das manifestações entre torcedores comuns e organizados, o coletivo antifascista do Botafogo, aponta para outro caminho:

Seguimos acreditando que a solução para o Botafogo é a democratização do clube para que os rumos do Glorioso sejam ditados por quem de fato o ama de verdade: a sua apaixonada torcida. E sempre rechaçaremos a ideia de que os rumos da razão do nosso existir seja ditado apenas e simplesmente por um bilionário ianque. (Botafogo Antifascista, 2023, n.p.)

Como não há possibilidade de arranjo democrático e participação torcedora dentro de uma SAF, a única interpretação possível deste trecho final é o desejo pela retomada do modelo associativo tradicional ou a construção de algum outro modelo que privilegie a participação torcedora. Mesmo com esta oposição bastante enfática no início de 2023, não foram mais encontradas manifestações da Botafogo Antifascista, ou de qualquer outro coletivo ligado à torcida do clube, até a redação deste texto.

6.3 Clube de Regatas Vasco da Gama

A partir do exemplo do Vasco, já é possível apontar uma tendência entre a recepção torcedora em relação às SAF. Assim como nos casos de Cruzeiro e Botafogo, a notícia de que o clube havia aprovado a venda de sua SAF para a 777 Partners foi comemorada como um título pela torcida vascaína. Estas reações podem ser interpretadas como a vitória do discurso favorável às SAF no Brasil, repetido à exaustão pelos diferentes grupos de interesse que compõem o campo futebolístico. Os afetos positivos mobilizados por este discurso chegaram aos torcedores na forma de esperança, otimismo e empolgação com o futuro. Na imagem abaixo, registrada em 8 de agosto de 2022, quando a venda para a 777 se concretiza, simboliza o sentimento torcedor naquele momento:

⁸² O Lyon vive grave crise financeira, de forma que precisa se desfazer de alguns jogadores. Textor, então, pode produzir receita entre seus próprios clubes.

Figura 18 – Torcida vascaína comemoram aprovação da SAF



Fonte: Lance!⁸³

Reunidos na sede do Calabouço, no Rio de Janeiro, torcedores vascaínos se aglomeraram, agitaram bandeirões, acenderam sinalizadores e até colocaram a 777 na camisa do clube. Segue-se, portanto, a tendência vista nos clubes anteriores de recepção calorosa aos novos donos, sem que se possa perceber, ao menos nestes registros, qualquer ponderação sobre os termos do contrato ou do modelo da SAF em si.

Do ponto de vista esportivo, 2022 terminou com a boa notícia da subida do clube para a primeira divisão do Campeonato Brasileiro, após disputar a Série B por duas vezes consecutivas sem sucesso. Havia a expectativa, portanto, de que um investimento mais robusto fosse feito em 2023 para sustentar o clube na Série A.

A paz durou até maio de 2023, quando, já em disputa do Campeonato Brasileiro da Série A, o clube estava novamente frequentando a zona de rebaixamento. Os primeiros protestos foram registrados no dia 12 daquele mês durante partida entre Vasco x Vitória, realizada em São Januário, casa vascaína. Torcedores já pediam a saída da 777 e, ironicamente, “traduziram” a sigla SAF como “Sofrimento, angústia e fracasso”⁸⁴. Naquele momento, a 777 Partners já

⁸³ A imagem pode ser conferida aqui: <https://www.lance.com.br/colunas/garone-vasco-saf-esperanca-da-torcida-atestado-de-incompetencia-dos-dirigentes.html> Acesso em 11 de janeiro de 2025.

⁸⁴ Imagens do protestos podem ser vistas em: <https://ge.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2024/05/12/torcida-do-vasco-protesta-contra-a-777-diante-do-vitoria-sofrimento-angustia-fracasso.ghtml> Acesso em 11 de janeiro de 2025.

respondia a um processo por fraude na Justiça dos Estados Unidos e os investimentos no Vasco ainda não haviam ocorrido, frustrando a torcida.

Ainda em maio de 2023, no dia 23, um protesto foi realizado por torcidas organizadas do clube em frente à sede da 777 no Rio de Janeiro. Faixas, com escritos em inglês, pediam para a empresa dona do clube “Keep the promises”, além de uma lista dos dirigentes do momento riscados, indicando sua saída:

Figura 19 – Protesto de vascaínos



Fonte: O Globo⁸⁵

Além das faixas, as organizadas ainda entoaram gritos de “Ô 777, vai se foder, o nosso Vasco não precisa de você” e “Ôôô, cadê o dinheiro?”⁸⁶. Dois dias depois deste protesto, em 25 de maio, mais uma manifestação: desta vez em uma passarela da Avenida Brasil, no Rio de Janeiro, novas faixas foram estendidas com os dizeres “SAF, cadê a transparência? Mostra o contrato” e “Chega de urubu no Vasco. Luiz Mello agente duplo”⁸⁷, esta última em referência à presença de um dirigente torcedor do rival Flamengo na direção da SAF.

⁸⁵ A matéria completa pode ser lida em: <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/vasco/noticia/2023/05/torcedores-do-vasco-protestam-em-frente-a-sede-da-777-na-barra-da-tijuca.ghtml> Acesso em 11 de janeiro de 2025.

⁸⁶ Ibidem.

⁸⁷ Imagens do protesto podem ser vistas em: <https://www.bol.uol.com.br/esporte/2023/05/25/torcida-do-vasco-faz-novo-protesto-contr-a-membros-da-diretoria-e-da-saf.htm> Acesso em 11 de janeiro de 2025.

O Vasco acabou se livrando do rebaixamento apenas na última rodada do Campeonato Brasileiro daquele ano e não conquistou os outros títulos que disputou, frustrando as expectativas criadas pela torcida ao fim de 2022.

Como contado em capítulo anterior, a 777 Partners, através de uma ação da Justiça brasileira, perdeu o controle da SAF em maio de 2024. O clube associativo retomou o controle da SAF, que agora é presidida pelo ex-jogador do clube, Pedrinho, eleito ainda em novembro de 2023. Até o momento da escrita deste capítulo, o Vasco segue em busca de um novo investidor, sem abdicar do modelo da SAF. Esportivamente, o clube ainda não voltou a conquistar títulos, mas realizou campanha estável no Brasileiro de 2024, desta vez controlado mais uma vez pela associação.

Entre torcedores comuns e organizados, se repetiu o que foi visto entre as torcidas de Cruzeiro e Botafogo, ou seja, a empolgação inicial e as boas relações com os novos donos só foram deixadas de lado após a frustração com os resultados esportivos. Apesar de alguns protestos ironizando a sigla SAF, não foram realizadas manifestações de maior impacto contra o modelo SAF em si, mas, novamente, apenas contra os dirigentes da vez. Até aqui, é possível apontar a falta de resultados esportivos imediatos, criados a partir de argumentação plenamente favorável às SAF, como o principal obstáculo das iniciativas no Brasil. A intenção anunciada de um planejamento a longo prazo não foi colocada em prática tanto por Cruzeiro quanto por Vasco, que viram seus compradores originais deixarem o comando da empresa, por motivos diferentes, em torno de apenas um ano após suas chegadas.

Do ponto de vista dos coletivos torcedores, foi possível encontrar algumas manifestações relativas à SAF do clube entre o mais conhecido deles: o Vascomunistas. Apesar de não se posicionar no momento da venda para a 777, a primeira crítica foi realizada já em agosto de 2022, motivada pela campanha instável na Série B daquele ano:

Figura 20 – Publicação da Vascomunistas

**Vascomunistas**

@vascomunistas



Elenco com sérias debilidades físicas e técnicas. A propaganda messiânica de salvação com a 777 vendeu uma imagem de um futuro com gestão moderna e de qualidade. Passou a janela, estamos sem técnico e com reforços abaixo da demanda técnica. MT irregularidade e risco de não subir.

17:54 · 28 ago. 22 · [Twitter for Android](#)

Fonte: Vascomunistas⁸⁸

Este é o ônus do discurso que coloca um modelo de gestão como salvação para todos os problemas do clube. Passados apenas 20 dias de sua chegada ao clube, a 777 já precisava lidar com a insatisfação torcedora por falta de contratações de impacto e pelo desempenho em campo que não transmitia segurança.

Publicações de tom semelhante foram encontradas ao longo do período em que a 777 ficou no comando da SAF, com cobranças por mais investimentos e reforços que garantiriam resultados esportivos melhores. Neste sentido, é possível notar outra tendência, agora relativa aos coletivos: sem manifestação contrária à SAF no momento de sua aprovação, porém, a partir

⁸⁸ A publicação pode ser vista em: <https://www.instagram.com/p/Ch0UE1Ip6TO/> Acesso em 11 de janeiro de 2025.

do momento em que os resultados não chegam e/ou percebem-se problemas no funcionamento do modelo em si, como no caso das redes multiclubes, as críticas surgem. Por outro lado, e aqui há uma diferença considerável, não foram encontrados posicionamentos na Vascomunistas que indicassem um desejo do fim do modelo empresarial, diferentemente do que foi visto em coletivos de Cruzeiro e Botafogo, apenas o descontentamento com os donos do momento que, como visto, não conseguiram cumprir as próprias promessas.

6.4 Esporte Clube Bahia

A maior demonstração de apoio da torcida do Bahia em relação à SAF ocorreu justamente na votação da Assembleia Geral dos sócios, que aprovou a venda para o Grupo City com 98,6% dos votos. Esta foi uma sinalização importante por conta da dimensão do colégio eleitoral do clube, com ampla distância para as demais associações aqui analisadas: na Assembleia realizada pelo Cruzeiro, foram 562 votantes; no Botafogo, 740 sócios possuíam o direito de participação; no Vasco da Gama, 4.907 sócios votaram, mas o total apto a participar era de 6.385; já no Bahia o total de votantes foi de 13.103. Claro que ainda é pouco se for considerado o número total da torcida do clube, mas se torna uma amostra relevante em comparação aos clubes que, alguns com torcidas mais numerosas do que a agremiação baiana, apresentaram números bastante reduzidos entre seus sócios votantes.

Por outro lado, e ainda em comparação com os clubes anteriores, não foi possível encontrar grandes manifestações da torcida do Bahia, como aglomerações, fogos e festa, quando da aprovação da venda da SAF, como foi visto nos casos de Cruzeiro, Botafogo e Vasco. Uma hipótese pode ser apontada para explicar este fato: o Bahia não atravessava um contexto de caos financeiro como os clubes supracitados, de forma que a venda para o Grupo City não representava uma salvação ou o único caminho possível para o clube. Mesmo considerando que, no momento da venda, o Bahia estivesse na segunda divisão do futebol nacional após campanha decepcionante em 2021, parecia não haver o sentimento de desespero que se via nos demais clubes. De tal forma, a empolgação se dava mais pela chegada de um grupo multiclubes consolidado em escala internacional e a possibilidade de o Bahia quebrar a barreira de realizar apenas boas campanhas para atingir um patamar que o permitisse brigar pelos grandes títulos do futebol nacional novamente. A mobilização de afetos positivos como esperança e otimismo era a mesma, mas talvez não na mesma intensidade já registrada.

Ainda em setembro de 2022, alguns meses antes da aprovação da venda, mas já com a proposta do Grupo City à mesa, torcedores do Bahia encontraram maneira curiosa de demonstrar apoio, ainda que de forma tímida e em poucos números:

Figura 21 – Torcida do Bahia faz referência ao Grupo City



Fonte: Globo Esporte⁸⁹

O uso de peças de vestimenta típica do país de origem da fortuna do Grupo City sinalizava não só a empolgação com o investimento vindouro, mas o respaldo que a gerência teria por parte de seus torcedores.

O primeiro ano de SAF ajuda a reforçar este ponto: mesmo com campanha decepcionante e ausência de títulos em nível nacional – pelo contrário, o Bahia brigou contra o rebaixamento em boa parte do Campeonato Brasileiro de 2023, escapando apenas na última rodada disputada – não houve o registro de grandes protestos voltados contra a gestão da SAF.

Curiosamente, a credibilidade do Grupo City pareceu blindar a gestão de críticas neste momento, mas a insatisfação acabou voltando-se para a comissão técnica e os jogadores. A demonstração mais explícita de irritação foi feita em novembro, quando jogadores chegaram a ser ameaçados de morte no contexto da reta final do Brasileiro daquele ano⁹⁰. Nenhuma menção direta, porém, fez referência ao Grupo City.

⁸⁹ Esta e outras imagens da ocasião podem ser conferidas em <https://ge.globo.com/ba/futebol/times/bahia/noticia/2022/09/24/apos-proposta-do-city-para-saf-no-bahia-torcedores-usam-chapeu-de-sheik-arabe-em-jogo-na-fonte-nova.ghtml> Acesso em 12 de janeiro de 2025.

⁹⁰ A notícia pode ser vista aqui <https://esportes.r7.com/futebol/torcida-ameacas-de-morte-jogadores-do-bahia-05122023/> Acessos em 12 de janeiro de 2025.

O clima, todavia, mudou em 2024. No segundo ano de SAF e a expectativa de maiores investimentos que resultassem em resultados em campo, o Grupo City passou a dividir o centro dos protestos com comissão técnica e atletas. Após completar dois meses seguidos sem vitórias no Brasileiro daquele ano, a torcida organizada Bamor emitiu uma nota oficial demonstrando sua insatisfação. Na montagem que abria a publicação em sua rede social, estava a seguinte imagem:

Figura 22 – Publicação da Bamor



Fonte: Torcida Bamor Nova Era⁹¹

⁹¹ A publicação pode ser vista em: <https://www.instagram.com/torcidabamornovaera/p/DCz9jocPqAD/>. Acesso em 12 de janeiro de 2025.

Era a primeira vez que o Grupo City e/ou seus representantes diretos na gestão do Bahia sofriam protestos, demonstrando, mais uma vez, que nem mesmo a credibilidade do grupo era suficiente para sustentar a ausência de resultados.

Por outro lado, é preciso dizer, este não era um sentimento consensual entre a torcida do Bahia. Em agosto de 2024, alguns meses antes do protesto da Bamor, o Grupo City seguia recebendo referências positivas da torcida, em uma espécie de demonstração de confiança em um projeto de longo prazo, como pode ser visto na bandeira levada à campo em agosto de 2024:

Figura 23 – Bandeira da torcida do Bahia



Fonte: O Canto das Torcidas⁹²

⁹² A imagem pode ser conferida em: https://www.instagram.com/p/C-bh_GgMcef/ Acesso em 12 de janeiro de 2025.

Com mais alusões aos trajes típicos do país de origem de seus donos e a referência a grandes quantias monetárias, a torcida do Bahia demonstrava a ânsia em ser odiada. Isto se explica pelo senso comum presente no futebol que afirma que um clube que não ganha títulos também não incomoda ninguém. O percurso idealizado era claro: o dinheiro do Grupo City era o caminho mais curto para atingir este *status* desejado, mesmo que a “questão de tempo” não apontasse para um prazo específico.

De maneira geral, a torcida do Bahia, entre torcedores comuns e organizados, seguiu caminho semelhante ao já notado neste capítulo: empolgação inicial com frustração e protestos ao não ter sua expectativa esportiva atendida. É claro que, neste caso, os tricolores baianos demonstraram – e até continuam demonstrando – mais paciência que a habitual. Isto se explica, em grande parte, pela crença na capacidade do Grupo City em encontrar maneiras, através de investimento massivo, de colocar o clube no caminho dos títulos de grande expressão nacional e internacional. Os alvos preferenciais da torcida foram a comissão técnica e os jogadores, como que entendendo que as condições para o desempenho à altura estavam sendo proporcionadas pela gestão. Não foram registradas quaisquer queixas ao modelo da SAF em si, com o Grupo City passando a se tornar alvo de uma das torcidas organizadas do clube apenas ao final do segundo ano de gestão.

Do ponto de vista dos coletivos de torcedores, em especial Bahia Antifa e Frente Esquadrão Popular, não foram encontrados registros de qualquer tipo de manifestação frente à SAF do clube, tornando impossível realizar considerações acerca do tema, além de notar sua ausência.

6.5 Clube Atlético Mineiro

O processo *sui generis* da venda da SAF atleticana gerou repercussões distintas antes mesmo da votação que indicaria o futuro do clube. O fato de os investidores interessados na aquisição já participarem ativamente da gestão do clube associativo levantou questões entre setores da torcida atleticana que não foram vistos no caso das outras SAF observadas neste capítulo. Diferentemente de Ronaldo Nazário (ao menos em sua versão empresária), John Textor, 777 Partners e Grupo City, a torcida do Atlético conhecia em primeira mão o padrão de gestão de seus futuros donos.

Antes da reunião do Conselho Deliberativo do clube, que votaria a venda da SAF no dia 20 de julho de 2023, dois documentos circularam entre a torcida e receberam atenção da mídia especializada: um deles denominado Manifesto da Massa, que tecia uma série de críticas à

provável venda aos chamados 4R's, grupo que realizaria o investimento através da Galo Holding⁹³; o outro documento, chamado de Movimento Pró-SAF, apresentava as vantagens do modelo e a oportunidade que o Atlético não poderia deixar passar.

O texto apresentado pelo Manifesto da Massa⁹⁴, que se direcionava especificamente à torcida e aos conselheiros do clube, realizava uma contextualização inicial que já continha suas principais preocupações: o aumento constante da dívida que, como consequência, apontaria a SAF como único caminho para recuperação do clube; a mudança brusca na procura por investidores da SAF que, à princípio, não interessava aos atuais gestores do clube associativo, mas que passaram a ser apontados por eles mesmo como a única proposta viável à mesa; a falta de transparência e o excesso de velocidade com que o tema avançava sem o devido debate entre conselheiros, torcida e imprensa esportiva; o conflito de interesses envolvendo a “negociação” pela venda, já que vendedores e compradores eram as mesmas pessoas, prática proibida pelo Estatuto Social do clube; por fim, a inclusão da Arena Galo, ainda não inaugurada, e do Centro de Treinamento do clube no negócio, algo que não estava nos planos iniciais.

A segunda parte do documento continha uma série de propostas elaboradas pelos signatários para lidar com as preocupações que foram levantadas. Entre elas, estavam a suspensão do processo de venda por no mínimo de 60 dias; a formação de uma comissão para supervisionar o processo e garantir a defesa dos interesses do clube; o afastamento provisório dos prováveis investidores da gestão do clube; um pedido por transparência e acesso a todas as propostas realizadas pela compra da SAF, assim como os relatórios de consultoras que indicaram o *valuation* da empresa (ou seja, quanto a SAF do clube valeria) e a realização de uma auditoria nas contas do clube.

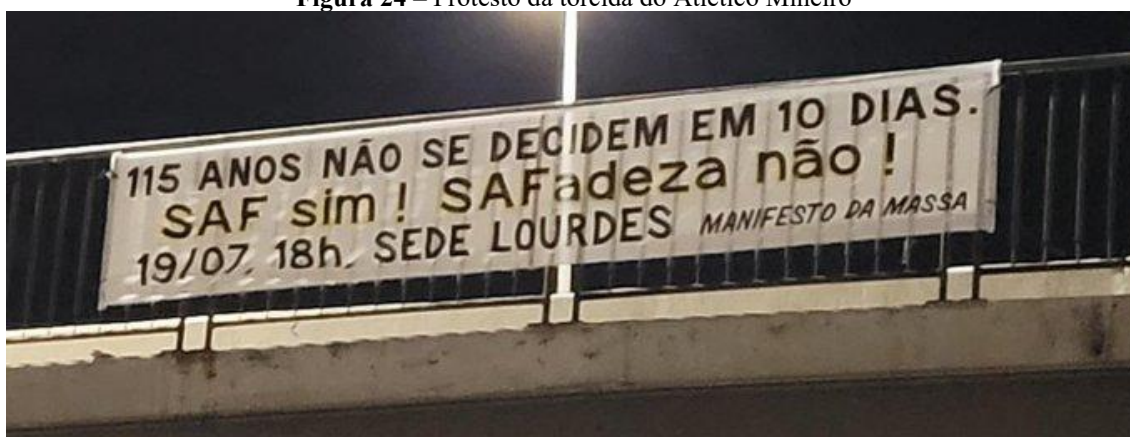
Grande parte das preocupações e desconfianças abordadas girava em torno do conflito de interesses envolvido nesta venda. Um dos pontos levantados pelo manifesto dava conta de que o próprio Atlético Mineiro havia publicado um *valuation* externo que apontava o valor do clube na casa dos 3,2 bilhões de reais, sendo que a compra foi realizada pelo valor de 2,1 bilhões. Ou seja, os próprios compradores, que compunham a gestão do clube e requisitaram o estudo externo, escolheram o *valuation* de menor preço para ser usado na operação. Além disso, mesmo com afirmações que davam conta de outras propostas de compras rejeitadas, estas propostas jamais se tornaram públicas.

⁹³ Apenas para relembrar, os 4R's são: Rubens Menin, o principal representante do grupo, Rafael Menin, Ricardo Guimarães e Renato Salvador.

⁹⁴ A íntegra do documento pode ser acessada pelo link: <https://www.contraproposta.net/Manifesto%20da%20Massa.pdf> Acesso em 13 de janeiro de 2025.

O grupo responsável pela produção do manifesto pendurou faixas pelas ruas de Belo Horizonte convocando a torcida para um protesto na véspera da votação no Conselho, no dia 19 de julho. Uma destas faixas mostrava como o problema não era o modelo SAF, mas sim como o processo estava sendo acelerado por motivos desconhecidos.

Figura 24 – Protesto da torcida do Atlético Mineiro



Fonte: Lance!⁹⁵

Simultaneamente, um documento autodenominado Movimento Pró-SAF, mas assinada por uma única pessoa, um professor e economista chamado Diógenes Nunes, também repercutiu. A íntegra da carta foi publicada pelo Globo Esporte⁹⁶, que também afirmava que ela já havia chegado aos destinatários: os 4R's. Os argumentos presentes no texto estavam em total acordo com o discurso empresarial: a SAF era uma oportunidade revolucionária de produção de novas receitas e acesso a um fluxo de capital mais constante e seguro; a implementação de uma gestão profissionalizada produziria um ambiente operacional mais eficiente e transparente; a entrada de novos recursos possibilitaria a contratação de jogadores melhores e, conseqüentemente, aumentaria o poder de competição do clube; o reconhecimento de que mudanças profundas poderiam gerar insegurança, mas que essa era apenas a *evolução natural* do futebol em nível global.

Apesar de um aparente embate entre ao menos duas frentes torcedoras, havia um consenso entre a adesão à SAF, dado que em momento algum se fez a defesa do clube associativo ou qualquer outra forma de organização clubística. O que estava em jogo era como

⁹⁵ Esta e outras imagens da manifestação podem ser vistas em: <https://www.lance.com.br/atletico-mineiro/por-transparencia-da-saf-torcida-do-atletico-mg-espalha-faixas-em-belo-horizonte.html> Acesso em 13 de janeiro de 2025.

⁹⁶ A matéria completa pode ser lida em: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2023/07/19/atletico-mg-grupo-de-torcedores-cria-manifesto-com-criticas-e-propostas-para-a-saf-veja.ghml> Acesso em 13 de janeiro de 2025.

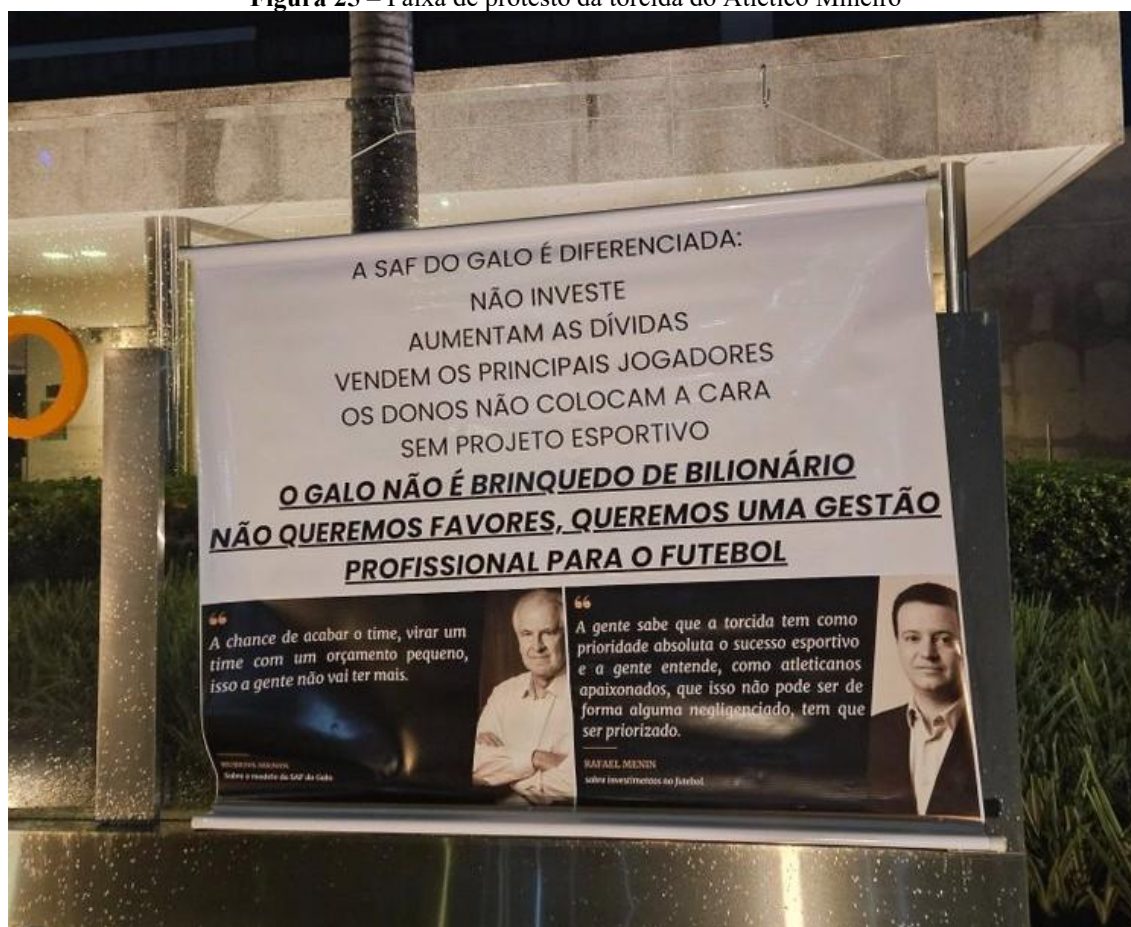
o Atlético conduziria o processo: através de uma adesão empolgada e acrítica ou a escolha por processo mais longo, discutido coletivamente e crítico. Como se sabe, a resposta veio no dia seguinte ao protesto organizado pelo Movimento da Massa: o Conselho aprovou a venda de 75% da SAF do clube para a Galo Holding pelo valor de 2,1 bilhões de reais.

Era a hora da “vida real” e de lidar com as expectativas criadas a partir das promessas de grandes investimentos e salvação. A temporada de 2023 terminou com apenas o título estadual conquistado no primeiro semestre, ainda sob gestão do clube associativo. Em 2024, mais um título estadual em cima do maior rival Cruzeiro, mas não o suficiente para lidar com a ânsia por conquistas maiores. Em julho daquele ano, os primeiros protestos: cerca de 50 torcedores se reuniram em frente à sede do clube e demonstraram insatisfação com os 4R’s e o CEO da SAF, Bruno Muzzi. O time havia atravessado um mês de junho bastante negativo do ponto de vista esportivo e a torcida se preocupava com as decisões de campeonatos importantes pela frente, como a Copa do Brasil e a Libertadores. Um dia antes deste protesto, a principal torcida organizada do clube, a Galoucura, conseguiu uma reunião com a diretoria e expressou apoio ao técnico Diego Milito e ao elenco de jogadores.

O Atlético conseguiu se recuperar na temporada e atingiu a final da Copa do Brasil e da Libertadores da América. A empolgação, porém, parou por aí, já que o clube terminou a temporada com o vice-campeonato destas duas competições e uma campanha ruim no Campeonato Brasileiro, resultando na ausência do time na disputa da Libertadores do ano seguinte. O fim de ano frustrante foi o suficiente para disparar novos protestos. Em um deles, a sede do clube amanheceu pichada após a derrota para o Botafogo na final da Libertadores com a mensagem “4Rato\$”⁹⁷, em óbvia referência aos donos do clube. Ainda em dezembro de 2024, no dia 28, uma nova manifestação:

⁹⁷ A imagem pode ser conferida em: <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/agencia/2024/12/02/sede-do-atletico-mg-e-pichada-apos-vice-da-libertadores-e-protesto-mira-investidores-da-saf.htm> Acesso em 13 de janeiro de 2025.

Figura 25 – Faixa de protesto da torcida do Atlético Mineiro



Fonte: Lance!⁹⁸

Por mais que a SAF do Atlético Mineiro tenha se iniciado de maneira diferente dos demais clubes aqui analisados, com protestos prévios ao processo de compra, seu funcionamento seguiu roteiro semelhante: a temperatura só aumenta e a cobrança torcedora ocorre conforme os resultados esportivos não chegam. Não há uma oposição ao modelo SAF, apenas aos donos que, no caso do Atlético, já estavam lá há um bom tempo.

Do ponto dos coletivos de torcedores, foi possível encontrar uma série de críticas realizadas pelo grupo Galo Antifa, que foi também um dos signatários do Manifesto da Massa. Ou seja, desde o início do processo de venda do clube, o coletivo já apresentava uma postura crítica. Por outro lado, como demonstra a imagem de uma das faixas de protesto reproduzida neste texto, o grupo que compunha o Manifesto não era contra a SAF, apenas contra a maneira como o processo se desenvolvia, permeado de conflitos de interesses e com rapidez incomum.

A partir de julho de 2024, quando os protestos entre torcedores comuns e organizados começaram, o coletivo também passou a publicar críticas contra os 4R's de maneira mais

⁹⁸ A imagem pode ser conferida em: <https://www.lance.com.br/atletico-mineiro/saf-do-atletico-mg-e-alvo-de-mais-um-protesto-de-torcedores.html> Acesso em 13 de janeiro de 2025.

frequente, em geral reivindicando a saída dos atuais gestores do clube⁹⁹. Ou seja, as críticas caminharam no sentido de cobrar por uma SAF melhor, que invista de acordo com as promessas feitas e apresente transparência no caminho, mas não que deixe de existir.

Se, por um lado, as reações torcedoras foram muito mais simpáticas às SAF do que se poderia imaginar como hipótese no início deste trabalho, por outro, como será abordado a seguir, veremos como o futebol-negócio vem colocando em prática estratégias que atuam no sentido de produzir sujeitos-torcedores mais adaptados a esta ordem. A intenção anunciada de transformar torcidas em clientes, sendo este um passo essencial para o sucesso deste modelo neoliberal de futebol, vem sendo sustentada por novas formas de relação entre clubes e torcidas que, potencialmente, produzem novas subjetividades conectadas ao esporte.

⁹⁹ Uma destas publicações pode ser acessada pelo link: <https://www.instagram.com/p/DDHw6zDO8ht/> Acesso em 13 de janeiro de 2025.

PARTE III: NOVAS SUBJETIVIDADES E FORMAS DE TORCER

7 OS SUJEITOS TORCEDORES-CONSUMIDORES

A partir dos relatórios elaborados por consultoras, tratados anteriormente, e que anunciaram a intenção de criar uma nova cultura futebolística, este último capítulo busca analisar alguns dos impactos que as diferentes manifestações empresariais identificadas ao longo deste trabalho estão causando entre as torcidas brasileiras. Se a intenção é a de criar uma cultura futebolística que possua os parâmetros empresariais e neoliberais, é preciso considerar como os sujeitos torcedores estão sendo afetados e elaborando maneiras de se relacionar com o futebol e seus clubes a partir dos valores que se pretendem hegemônicos neste campo. Além de iniciativas institucionais, com protagonismo dos clubes, também é possível notar como as próprias torcidas estão propondo novos tipos de organização e manifestação de seus pertencimentos clubísticos neste contexto.

7.1 Sócios-torcedores, *fan token* e ferramentas de clientelização torcedora

Começo com uma iniciativa já bastante conhecida e popularizada entre clubes de futebol no Brasil: os programas de sócios-torcedores que começaram a surgir no futebol brasileiro na virada entre os anos 1990 e 2000. Esta se configurava como mais uma tentativa de aumentar as fontes de renda dos clubes ao oferecer uma forma de “patrocínio” direta ao futebol. Os programas de sócio torcedor prometiam que 100% de sua renda seria voltada ao futebol, de forma que poderia atrair torcedoras e torcedores que não moravam nas cidades de seus clubes do coração, aumentando seu público-alvo e potencial de receitas. Esta modalidade se difere dos associados dos clubes sociais, que garantem acesso à estrutura física dos clubes e poder de voto em eleições, por exemplo, como visto nos casos das SAF.

Contudo, tal novidade na relação entre clubes e torcidas estava situada, do ponto de vista contextual, dentre transformações mais complexas no futebol. Não é coincidência que estes programas tenham surgido justamente no período intensificação da profissionalização e empresarização do futebol em nível nacional e internacional. Em relação aos pontos que mais interessam neste momento, em diálogo com o discurso empresarial aqui exposto e analisado, os programas de sócios-torcedores possuem impacto direto na formação de um público mais acostumado à condição de cliente, ocupando papel importante na elitização dos estádios/arenas do futebol-negócio no Brasil.

Como Santos e Santos (2018) demonstram, o contexto histórico do início da ideia de sócios-torcedores era marcado por constantes conflitos entre torcidas organizadas, seguidas pela espetacularização da violência praticada pela mídia especializada e o surgimento de figuras públicas que se aproveitaram do momento para construir uma carreira – como o antigo promotor do Ministério Público de SP, Fernando Capez, que arrecadou capital político suficiente para ser eleito deputado federal em 2015 pelo PSDB a partir do estabelecimento de sua imagem como o grande inimigo da violência no futebol e das torcidas organizadas.

A necessidade de criar um modelo mais estável de torcedores, tanto do ponto de vista econômico quanto comportamental, foi gestada a partir destes elementos, como já foi verificado nos relatórios e posicionamentos das agências de consultoria que apontavam a urgência em transformar torcedores comuns em clientes, em especial através da exclusão das torcidas organizadas do ambiente futebolístico.

Segundo Luiz Henrique de Toledo (2012), referindo-se ao contexto paulista,

Animado com as transformações do futebol proporcionadas pela Lei Pelé e coadunando com as suspeitas da opinião pública que colocavam em xeque a vocação de liderança das TO's¹⁰⁰, setores do poder público estadual se voltaram para o incremento de outra modalidade torcedora que, despolitizada em seus propósitos, repatriaria noções mais conservadoras do torcer, fortemente atreladas às dinâmicas do poder como indutores de uma nova disciplina esportiva para a prática torcedora nas arquibancadas (Toledo, 2012, pp. 149-150).

A maneira mais eficaz de transformação do público presente nos estádios se deu através do processo de dificultação do acesso, seja através dos preços elevados por si só, seja pelos mecanismos próprios dos programas de sócio torcedor.

A exposição de alguns números pode facilitar a compreensão: em primeiro lugar, exibo abaixo o ranking mais recente, elaborado pelo Globo Esporte, dos clubes com o maior número de sócios-torcedores adimplentes no Brasil:

¹⁰⁰ Abreviação utilizada pelo autor para se referir às torcidas organizadas.

Figura 26 – Ranking de sócios

FUTEBOL NACIONAL

CLUBES COM MAIS SÓCIOS ADIMPLENTES ENTRE AS SÉRIES A E B

*números atualizados até o dia 12/12/2024

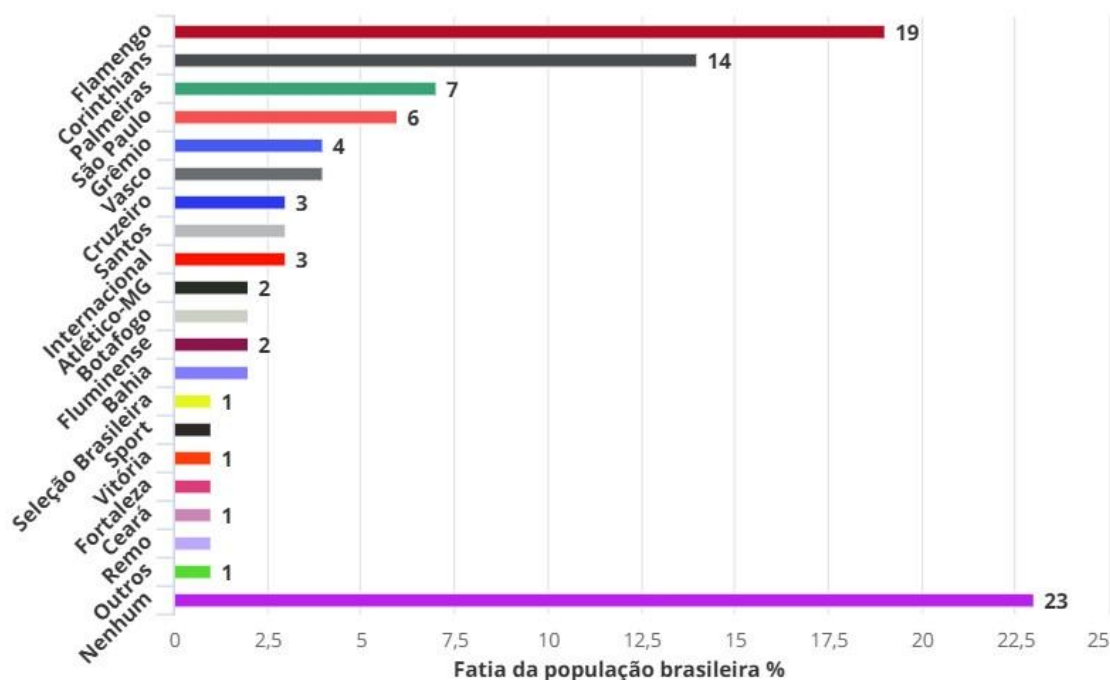
		Sócios adimplentes
1º	 Palmeiras	197.327
2º	 Atlético-MG	113.169
3º	 Internacional	107.265 145.917 no total
4º	 Grêmio	98.153
5º	 Cruzeiro	81.004
6º	 Botafogo	80.977
7º	 Flamengo	77.577 300.602 no total
8º	 Bahia	75.000
9º	 Vasco	62.153
10º	 São Paulo	57.106
11º	 Fluminense	49.950
12º	 Santos	46.801
13º	 Fortaleza	43.860
14º	 Corinthians	43.000
15º	 Vitória	40.638
16º	 Athletico-PR	40.000
17º	 Ceará	36.227
18º	 Coritiba	30.000
19º	 Sport	26.000 55.000 no total
20º	 Criciúma	16.000

Fonte: Globo Esporte¹⁰¹

Estes números, se comparados com a última pesquisa realizada pelo Datafolha sobre o número total de torcedores de cada clube, evidencia que apenas uma minoria das torcidas se associa a esta modalidade. A pesquisa aponta a porcentagem de torcedores de cada clube dentre a população brasileira total:

¹⁰¹ A tabela e outras informações podem ser vistas no link: <https://ge.globo.com/espiao-estatistico/noticia/2024/12/13/ranking-de-socios-cruzeiro-vasco-e-botafogo-crescem-gremio-perde-forca-palmeiras-fecha-ano-no-topo.ghtml> Acesso em 29 de dezembro de 2024.

Figura 27 – Ranking de torcidas no Brasil
Maiores torcidas do Brasil



Fonte: elaboração do Globo Esporte¹⁰²

Ou seja, mesmo as torcidas que aparecem com 1% em relação à população brasileira estão na casa dos milhões de torcedores. Se comparados com o número de sócios-torcedores, a proporção é minúscula. Porém, para compreender esta relação, republico ainda o material elaborado por Marcelo Paciello (2024), especialista em negócios voltados para o futebol, sobre a presença dos sócios torcedores nos estádios. A tabela compreende o público presente no Campeonato Brasileiro durante o período entre 2019-2024, excluídos os anos 2020 e 2021 por conta da pandemia de COVID-19:

¹⁰² A reportagem completa pode ser vista em: <https://ge.globo.com/pe/futebol/noticia/2024/11/28/flamengo-se-mantem-como-clube-de-maior-torcida-do-pais-seguido-por-corinthians-e-palmeiras.ghtml> Acesso em 29 de dezembro de 2024.

Figura 28 – Ocupação de estádios por sócios-torcedores

N Clubes	2019	2022	2023	2024
> 80%	0	3	2	2
70 a 80%	2	1	2	2
60 a 70%	4	3	1	4
50 a 60%	2	2	6	2
< 50%	12	11	9	10
% ST / Público	48%	55%	54%	54%

Fonte: Paciello (2024)

A partir destes números, pode-se notar que, apesar da discrepância entre número total de torcedor e número de associados, com frequência mais de 50% do público nos estádios é formado pelos sócios-torcedores. Como se sabe, a associação ao programa só se realiza através de pagamento e os clubes oferecem diferentes pacotes de assinatura que, por sua vez, oferecem diferentes benefícios. Portanto, há uma segunda “peneira” econômica dentro dos próprios programas de sócios-torcedores. Isto se dá especialmente pelos sistemas de *rating*, elemento bastante comum entre os programas no Brasil.

Funciona da seguinte maneira: quanto mais um torcedor vai ao estádio, mais alta será sua posição no *rating* e, conseqüentemente, mais cedo será seu acesso às pré-vendas, praticamente garantindo seu ingresso, caso possua dinheiro para adquiri-lo. Há, porém, uma segunda maneira de ter acesso a tais pré-vendas a partir da segregação econômica: os pacotes de associação mais caros garantem acesso antecipado à venda de ingressos, o que também permite a este torcedor estar presente em partidas de grande demanda. Para citar um exemplo, o Palmeiras realiza até 6 períodos de pré-venda de ingressos para seus sócios-torcedores antes de liberar a compra para o público geral. Em jogos de maior demanda, é raro restarem ingressos disponíveis para o público geral, de forma que a maneira de acessar estas partidas passa, necessariamente, pela associação ao programa. Além disso, o torcedor não-associado não conta com os descontos oferecidos pelos programas, sendo obrigado a pagar pelo preço cheio ou, no máximo, pela meia entrada, caso contemplado em alguma categoria prevista pela lei federal.

Este processo aponta também para a lógica da concorrência, tão importante para a racionalidade neoliberal, sendo aplicada dentro de uma mesma torcida. É claro que estádio algum, mesmo em contextos anteriores ao futebol-negócio, daria conta de receber toda sua

torcida, mas o que ocorre aqui é a produção de privilégios a partir de critérios unicamente econômicos. Não há mais uma única fila para compra dos ingressos, o que poderia conservar, mesmo que de maneira bastante reduzida, alguma noção de igualdade de oportunidades na compra. A partir dos programas de sócios-torcedores, ou há dinheiro disponível para frequentar o estádio muitas vezes e aumentar seu *rating* ou há dinheiro para adquirir e manter a assinatura de um pacote mais caro que, mais uma vez utilizando o exemplo do Palmeiras, chega ao valor de R\$ 780,00 no Plano Diamante, que garante acesso à primeira pré-venda e 100% de desconto nos ingressos. Sem dinheiro recorrente ou em grande quantidade, sem estádio. A questão é: no Brasil, quem pode pagar 780 reais mensais para comparecer a partidas de futebol?

Em resumo, os programas de sócios-torcedores, elaborados em um contexto anunciado de necessidade de formação de um público mais lucrativo para o futebol-negócio, tornou mais complicada e bem mais cara a ida ao estádio. A tendência, com o aumento da associação a estes programas, são estádios exclusivamente ocupados por aqueles que podem pagar alto por este “privilégio”. Esta iniciativa promove uma relação mais estável do ponto de vista oferta e demanda. A ida ao estádio perde boa parte do caráter espontâneo que já apresentou outrora, dada a necessidade de planejamento financeiro imposta às torcidas com um intenso processo de burocratização e elitização para a compra de ingressos.

A segunda, e mais recente, iniciativa dos clubes em busca de mais receitas diz respeito aos chamados *fan tokens*. Já classificados também como “sócio-torcedor 2.0” (Coquieri, 2021, n.p.), os *fan tokens* são uma criptomoeda criada especialmente para torcidas esportivas. Em uma síntese bastante simplória, clubes de futebol se associam a plataformas de criptomoedas e criam suas moedas próprias (os *tokens*) que, adquiridas por torcedores do clube, podem ser trocadas por produtos, ações promovidas pelos clubes e até por poder de voto em decisões da agremiação. Nestes *tokens* de utilidade, a promessa às torcidas era de apoio financeiro ao clube em troca de uma relação supostamente mais próxima e mais participativa.

Este movimento se tornou relativamente comum no futebol brasileiro a partir de 2021 e uma série de clubes lançaram seus *fan tokens*, como pode ser visto na imagem abaixo, de elaboração da revista Você S/A, publicação voltada ao mercado empresarial da Editora Abril:

Figura 29 – Fan tokens entre clubes brasileiros

OS FAN TOKENS DOS CLUBES BRASILEIROS*			
CRIPTO	LANÇAMENTO	VARIAÇÃO DESDE A ESTREIA	OPERADOR
ATLÉTICO MINEIRO (\$GALO)	09/2021	-86%	SOCIOS.COM
CORINTHIANS (\$SCCP)	09/2021	-88%	SOCIOS.COM
FLAMENGO (\$MENGO)	10/2021	-84%	SOCIOS.COM
SÃO PAULO (\$SPFC)	11/2021	-84%	SOCIOS.COM
SANTOS (\$SANTOS)	11/2021	-83%	BINANCE
VITÓRIA (\$VTRA)	08/2022	32%	BITCI
CORITIBA (\$CRTB)	09/2022	-21%	BITCI
INTERNACIONAL (\$SACI)	10/2022	-48%	SOCIOS.COM
VASCO (\$VASCO)	11/2022	-62%	SOCIOS.COM
FLUMINENSE (\$FLU)	01/2023	-33%	SOCIOS.COM
BAHIA (\$BAHIA)	02/2023	-3%	SOCIOS.COM
PALMEIRAS (\$VERDÃO)	05/2023	-14%	SOCIOS.COM

Fonte: Você S/A¹⁰³

A tabela indica quais clubes aderiram à iniciativa, a data de lançamento, a plataforma utilizada para comercialização de seu *token* e a valorização/desvalorização do item desde o seu lançamento. A informação em torno da valorização/desvalorização foi registrada por conta de uma utilização contrária ao *espírito* da iniciativa: o *fan token* deste tipo não possui caráter de investimento, de compra e revenda, apenas de compra e troca por algo que o clube esteja oferecendo; porém, a tendência de compra/venda de *fan tokens*, visando valorização e lucro, se tornou comum, mesmo contraindicada pelas plataformas.

¹⁰³ A reportagem completa e a imagem podem ser vistas em: <https://vocesa.abril.com.br/sociedade/fan-tokens-o-que-sao-e-como-funcionam> Acesso em 20 de dezembro de 2024.

Alguns exemplos de como os *tokens* foram elaborados pelos clubes podem colaborar na compreensão do tema: quando do lançamento de seu *fan token*, uma das recompensas oferecidas pelo Flamengo foi a participação em uma enquete que definiria a música que tocaria no estádio, ou seja, a torcedora ou torcedor que possuisse *tokens* suficientes para adquirir esta recompensa poderia participar desta enquete; o Corinthians, por sua vez, oferecia a possibilidade de votar naquele que seria o próximo ex-atleta a ser homenageado com uma estátua no Hall da Fama do clube.

Há ainda um outro tipo de *token*, este sim de caráter investidor: ao adquirir o *token*, o torcedor passa a participar do mecanismo de solidariedade da Fifa, que repassa ao clube formador de um jogador um percentual de todas as transferências de sua carreira. Ou seja, sempre que um jogador formado pelo clube X for vendido, parte dessa quantia fica com o torcedor que investiu no *token* deste clube. Coritiba, Cruzeiro, Vasco e Santos foram clubes brasileiros que aderiram a este formato de *token*. No caso do Cruzeiro, por exemplo, 40% proveniente do mecanismo de solidariedade seria dividido entre os torcedores que adquiriram o *token*, enquanto o restante ficaria com o clube¹⁰⁴.

No caso dos *fan tokens*, independentemente de seu tipo, o que está em jogo é não só a formação de clientes – objetivo mais do que declarado no futebol-negócio –, mas a formação de um torcedor-investidor. Enquanto um cliente simplesmente realiza uma compra e finaliza momentaneamente sua relação comercial, o torcedor-investidor está em busca de algo mais, seja a troca por alguma experiência oferecida pelo clube, seja o retorno financeiro. Esta é uma forma de torcer que exclui qualquer traço de uma relação puramente amadora e adiciona caráter utilitário à relação clube/torcida. Não há apoio desinteressado, mas uma expectativa de que o dinheiro investido retornará de alguma maneira.

Uma das possibilidades de troca é a participação torcedora em decisões do clube, como nas enquetes citadas acima. À princípio, poderia ser vista como uma iniciativa interessante no sentido de aproximar torcidas do cotidiano de seus clubes. Por outro lado, algumas considerações podem ser feitas: em primeiro lugar, a que tipo de decisão estes torcedores-investidores estão sendo chamados a participar? Não se nega que escolher a música a ser tocada no estádio ou a escolha sobre qual próximo ex-atleta será homenageado pode criar maior senso de pertencimento, porém são decisões de baixo impacto no clube. As torcidas não estão sendo chamadas a participar de decisões como a política de precificação dos ingressos ou sobre como estruturar a disputa política interna do clube, no caso das associações, ou até se o clube deve

¹⁰⁴ Mais detalhes podem ser vistos em: <https://portaldobitcoin.uol.com.br/o-que-e-um-fan-token-como-funciona-e-quais-riscos-existem-no-mercado/> Acesso em 27 de dezembro de 2024.

ser ou não transformado em uma SAF. Estas decisões de maior impacto ainda são exclusivas de grupos bem mais enxutos e restritos, como no caso dos sócios do clube social e, em alguns raros casos, membros dos programas de sócios-torcedores.

Em segundo lugar, a participação neste caso dos torcedores-investidores também não é igualitária: tanto a possibilidade de participação em uma enquete quanto o peso do voto dependem de quantos *tokens* cada um adquiriu. Ou seja, um investidor de maior poder aquisitivo possui maior poder de influência nestas decisões. Dado que esta iniciativa gira em torno da produção de novas receitas aos clubes, interessa ofertar mais recompensas àqueles que mais contribuem financeiramente, deixando de lado, mais uma vez, qualquer noção de igualdade de participação. Este pode ser interpretado como mais um mecanismo de elitização presente no futebol-negócio, aspecto tão comum no debate em relação ao acesso aos estádios, mas que também possui reverberações nestas iniciativas.

Assim como no caso dos *ratings* nos programas de sócios-torcedores, voltados ao acesso às pré-vendas de ingressos, aqui se repete a lógica de concorrência entre sujeitos-torcedores. A ideia é a mesma: a partir da escassez dos recursos em questão – não importa se são ingressos ou votos em uma enquete, tornando possível produzir uma escassez artificial –, o clube força a competição entre sua própria torcida em busca de acesso a estes recursos. Talvez ainda seja cedo para perceber as consequências deste tipo de hierarquização econômica tão explícita no interior de torcidas, mas não se deve mais ignorar sua presença impulsionada pelos clubes de futebol.

Tanto os programas de sócio torcedor quanto os *fan tokens* ignoram o que pode ser chamado de direito torcedor (Santos; Helal, 2016), ou seja, um sujeito ser percebido e reconhecido como digno de voz e participação por sua simples identificação com um clube de futebol. Estes sujeitos passam a importar a partir do momento que colaboram financeiramente com suas agremiações. É só a relação mediada pelo dinheiro que chancela a existência de uma torcedora ou torcedor como sujeito digno de atenção e, quem sabe, participação no futebol-negócio. Não há almoço grátis, dizem.

7.2 As arenas e a busca pelo cliente

As arenas esportivas apareceram recorrentemente neste trabalho, consideradas como uma das ferramentas para a produção de uma subjetividade e uma experiência torcedora compatível com o futebol-negócio. A ideia deste tópico é discutir como as torcidas, em especial as torcidas organizadas, têm se adaptado (ou não) a este novo cenário.

Um primeiro olhar surge a partir da pesquisa de Hollanda e Medeiros (2019), que exploram como este processo de arenização dos estádios foi percebido pelas torcidas organizadas da cidade de São Paulo, especialmente no que diz respeito à precificação dos ingressos. Para torcedores organizados de Corinthians, Palmeiras, São Paulo, Santos, Juventus e Portuguesa, os preços dos ingressos são, disparadamente, o principal empecilho relacionado à possibilidade de sobrevivência econômica das torcidas e de sua presença nos estádios, citado por 60% dos entrevistados. Outros três fatores são citados: as punições direcionadas às torcidas organizadas (29%), a própria arquitetura das arenas (9%), além da postura dos clubes em si (7%) (Hollanda; Medeiros, 2019).

O tema da precificação dos ingressos já foi tratado em capítulo anterior e segue em pauta aqui. Uma busca entre as manifestações de torcidas organizadas e coletivos torcedores dos clubes citados até aqui aponta este assunto como o mais frequentemente abordado em relação às arenas.

No caso do Botafogo, o estádio Nilton Santos já foi construído a partir de certas demandas contidas no Padrão FIFA para a realização dos jogos Pan-Americanos de 2007. Em um período mais recente, já sob gestão da SAF, os preços dos ingressos têm gerado insatisfação torcedora, como no caso do coletivo Botafogo Antifascista. Em abril de 2023, o coletivo publicou uma nota em que criticava os preços para a partida a ser realizada contra o São Paulo, no Nilton Santos:

O futebol é para, além do espetáculo, um esporte do povo e é esse quem deve estar nas arquibancadas. Não é aceitável que após o início do processo de total mercantilização do futebol do Botafogo, o sócio majoritário da SAF afaste os torcedores de seu estádio e também não é aceitável que quem está há anos dedicando-se de corpo e alma ao clube tenha que pagar um valor exorbitante que não condiz com o poderio econômico de uma população em um contexto pós-pandêmico, de desemprego elevado, precarização das relações de trabalho e regresso ao mapa da fome. (Botafogo Antifascista, 2023b, n.p.)

Uma iniciativa elaborada pelo coletivo para lidar com a questão é a do “Futebol Para o Povo”, em que realiza uma arrecadação pública para a compra e doação de ingressos para torcedores do clube que não possuem orçamento suficiente para tanto. É claro que a iniciativa possui alcance limitado, porém, mesmo em pequena escala, não só transforma a indignação em ato, mas aponta para um caminho que poderia ser realizado pelo próprio clube.

Questão semelhante ocorre com o Vasco: São Januário é um estádio nos moldes tradicionais e que não passou por reformas profundas em nome da adaptação ao Padrão FIFA. Por outro lado, a torcida não escapou do aumento no preço dos ingressos, também já sob gestão da SAF: em março de 2023, as torcidas organizadas do clube organizaram um boicote ao jogo

contra o ABC-RN pela Copa do Brasil justamente pelo aumento no preço dos ingressos, que praticamente dobraram de valor em comparação com o jogo anterior realizado pelo Campeonato Carioca. Em nota oficial publicada conjuntamente, as torcidas organizadas recordam a origem popular do clube, o histórico de inclusão social que marca sua história e apontam como as torcidas, formadas majoritariamente por jovens e negros, estão sendo excluídas neste cenário de futebol-negócio protagonizado pelas SAF¹⁰⁵. Assinaram a nota as torcidas: Guerreiros do Almirante, Mancha Negra Vasco, Torcida Organizada do Vasco, Super Jovem Vasco, Loucos Pelo Vasco e União Vascaína. A Força Jovem, maior organizada do clube, não aparece entre os signatários, mas reforçou o apoio à iniciativa posteriormente, considerando que já não poderia comparecer ao jogo por estar punida pelo poder público¹⁰⁶.

No caso do Bahia, uma manifestação da torcida organizada Bamor ocorreu quando da reformulação do programa de sócios-torcedores do clube, sob gestão da SAF: a nova modalidade no programa previa não só o pagamento da mensalidade – que sofreu reajuste –, mas uma “taxa de *check-in*”, ou seja, um valor adicional para que o sócio garantisse seu lugar no estádio, além da compra do ingresso em si. Este é um exemplo claro de como os programas de sócios-torcedores possuem influência direta nas possibilidades de acesso aos estádios, como discutido em tópico anterior. Em sua nota, a Bamor também recorda as origens populares do Bahia e o engajamento e participação torcedora nos jogos do clube, repudiando a iniciativa da nova gestão¹⁰⁷.

No caso do Cruzeiro, mesmo que o Mineirão seja um estádio construído em 1965 e não possua necessariamente todas as características de uma arena comum, o estádio passou por reformas importantes para o recebimento da Copa do Mundo de 2014, adaptando-se ao Padrão FIFA. A precificação dos ingressos é uma pauta central do coletivo Resistência Azul Popular: em suas redes sociais, são incontáveis as publicações relativas ao tema em tom de protestos contra os altos preços praticados pelo clube, inclusive sob gestão da SAF. A campanha mais recente diz respeito a um dos setores do Mineirão, o Setor Amarelo: a reivindicação do coletivo é pela retirada das cadeiras deste setor, permitindo não só um aumento de sua capacidade, mas a possibilidade de implementação de um setor popular, com ingressos mais acessíveis para seus torcedores. Outro argumento diz respeito ao aumento da liberdade de movimento para torcer e

¹⁰⁵ A nota completa pode ser lida em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/03/17/organizadas-do-vasco-boicotam-jogo-contra-abc-em-protesto-sobre-ingressos.htm> Acesso em 14 de janeiro de 2025.

¹⁰⁶ Ibidem.

¹⁰⁷ A nota completa da Bamor por ser lida aqui: https://www.instagram.com/p/C956X_2qr1v/ Acesso em 14 de janeiro de 2025.

este não é um detalhe: as arenas esportivas, como já dito, cumprem um papel de adestramento torcedor em nome da construção de uma forma de torcer mais comportada, passiva e previsível. A demanda do coletivo é por espaços mais abertos, capazes de permitir maior movimentação, coreografias e uso de instrumentos musicais¹⁰⁸.

O tema da arquitetura própria das arenas vem rendendo debates em torno do controle exercido sobre as torcidas nestes espaços (Lopes, 2018; 2020). De forma mais específica, há referência a um processo de individuação torcedora, como propõem Gustavo Bandeira e Fernando Seffner (2020). Segundo os autores,

As novas arenas/estádios brasileiras construídas para a Copa do Mundo de 2014, ou seguindo as mesmas diretrizes sugeridas pelo Caderno de Encargos da FIFA, possuem um grande controle do público na tentativa de individualizar suas ações em um processo que, em alguma medida, poderia ser comparado ao modelo do panóptico [...] Essa vigilância se aplicaria ao conjunto de torcedores em suas individualidades. Com isso, esses sujeitos deixariam de ser entendidos como anônimos na multidão, o que algumas interpretações sugerem que produziria um sentimento de inimizabilidade em suas condutas. Essa ‘novidade’ das atuais arenas corresponde a um processo disciplinar dos torcedores. É uma forma de condução das condutas que tende a ser mais barata e eficiente, pois opera em uma autorregulação das ações. (Bandeira; Seffner, 2020, p. 148)

Se, como afirma Luiz Henrique de Toledo, “torcer é fustigar a esfera segura da individualidade” (Toledo, 2010, p. 182), o que está em jogo é um conflito entre diferentes formas de torcer. São ao menos três as novidades trazidas pelas arenas esportivas que contribuem neste sentido.

As duas primeiras dizem respeito a elementos estruturais e organizacionais destes equipamentos: um dos preceitos básicos do Padrão FIFA diz respeito à instalação de cadeiras em todos os espaços da arena, de forma que um torcedor compra diretamente uma cadeira que será “sua” durante o evento e não mais um lugar em setor aberto; a setorização das arenas também surge neste contexto, com espaços muito bem definidos e sem circulação possível entre setores diferentes. Quem adquire um ingresso, hipoteticamente, no Setor A de uma arena, não terá sua entrada liberada e nem deverá circular pelo Setor B e vice-versa.

A terceira novidade diz respeito a uma orientação central contida na construção das arenas: a segurança. Se tornou ferramenta comum nos estádios reformados ou construídos do zero a presença ostensiva de câmeras de segurança, espalhadas por todos os espaços. Agora, o torcedor sabe que será identificado muito mais facilmente caso adote qualquer tipo de conduta não compatível com a que se espera.

¹⁰⁸ Esta demanda é bastante parecida com a realizada por torcidas de Palmeiras e Grêmio à época da construção de suas arenas, conforme tratei anteriormente (Gomes, 2020).

O contexto das arenas e seu controle contínuo, em alguma medida, faria com que o indivíduo torcedor não mais pudesse ser parte de um coletivo ou de uma multidão, mas fosse continuamente individualizado, avaliado e responsabilizado por suas condutas, ignorando a construção de sociabilidades distintas, como a torcedora. (Bandeira; Seffner, 2020, p. 149)

De tal forma, o sentimento de pertencimento a uma coletividade, como citado pelos autores, se vê em concorrência, ou até mesmo sobreposto, por uma racionalidade individualista, produzindo outro tipo de experiência torcedora. É possível relacionar esta nova experiência nas arenas com os processos de autorregulação individual tão próprias ao neoliberalismo. Ao torcedor-consumidor cabe o gerenciamento das emoções, o controle de suas atitudes e a responsabilização por seus próprios atos, sejam eles positivos ou negativos.

É claro que este processo não é total, ou seja, ainda é possível encontrar ilhas de resistência até mesmo dentro das arenas. As torcidas organizadas talvez ainda sejam o principal exemplo neste sentido: em diversas arenas, os clubes atenderam ao pedido das organizadas relativo ao setor onde frequentam, que deveriam permanecer sem cadeiras¹⁰⁹, pedido idêntico ao do coletivo cruzeirense citado acima. Além disso, o comportamento coletivizado das organizadas, sempre agrupadas em um conjunto muito próximo, e emocional, realizando manifestações de apoio ou de crítica ao time, seguem os mesmos, na medida do possível. Como afirma Gilmar Mascarenhas,

Acima de tudo, para garantir a plena realização da mercadoria, vem sendo imposto um crescente aparato normativo que visa eliminar ou subjugar práticas e usos populares, em favor de comportamentos mecânicos e dirigidos, voltados para o consumo passivo. Toda a nova arquitetura dos estádios aposta nesse princípio do controle dos corpos, condicionando a circulação dos frequentadores e reduzindo seu comportamento à passividade, distanciando-os do tradicional protagonismo festivo das massas ruidosas e, por vezes, imprevisíveis. (Mascarenhas, 2013, p. 145)

Esta nova ordem, em certa medida paranoica em relação à segurança, já produziu algumas cenas marcantes: em 2016, no Allianz Parque, estádio do Palmeiras, uma criança de 7 anos teve seu acesso barrado pela Polícia Militar por estar com o rosto pintado, o que dificultaria sua identificação em caso de necessidade¹¹⁰. Em 2022, na Neo Química Arena, estádio do Corinthians, outra criança foi proibida de adentrar ao estádio com um cartaz contendo uma mensagem de agradecimento ao goleiro Cássio, em um treino aberto realizado pelo clube. A PM, mais uma vez responsável pela decisão, alegou que apenas respeitava as leis “que vedam

¹⁰⁹ Em outras arenas, como no caso do Allianz Parque, as torcidas organizadas não lograram sucesso neste pedido. Porém, permanecem em pé ao longo da partida.

¹¹⁰ A reportagem pode ser vista aqui: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/2016/11/crianca-com-rosto-pintado-e-proibida-pela-pm-de-entrar-na-arena-do-verdao.html> Acesso em 03 de maio de 2023.

a entrada de objetos, como papel, garrafas, fogos de artifício, armas de fogo ou branca em estádios de futebol do Estado de São Paulo”¹¹¹.

Além disso, a partir de uma determinação contida na Lei Geral do Esporte, se tornou obrigatória a partir de 2025, em estádios com capacidade maior de 20 mil pessoas, a utilização do mecanismo de reconhecimento facial em torcedoras e torcedores que adentram aos estádios: a partir de um cadastramento prévio realizado através do site do clube, o rosto de um/a torcedor/a passou a ser o seu ingresso, de forma que não há possibilidade de entrada sem este reconhecimento nas catracas do estádio. Já são quase 20 clubes, divididos entre as diferentes divisões do futebol brasileiro, que utilizam a tecnologia, seja em determinados setores, seja na totalidade de seus estádios¹¹².

A arquitetura das novas arenas não muda apenas aspectos conectados à acessibilidade, segurança e liberdade de movimentação dentro dos estádios: no caso do Atlético Mineiro e sua arena inaugurada em 2023, o maior foco de reclamação torcedora tem sido a acústica deficiente, que estaria prejudicando o ambiente enérgico de apoio ao time. Em um primeiro momento, a gestão da SAF tentou atribuir o problema ao posicionamento das torcidas organizadas dentro do estádio e solicitou sua mudança, iniciativa prontamente criticada pelas torcidas em nota assinada por 22 agrupamentos torcedores diferentes¹¹³. Na sequência, o clube, na figura de seu CEO, Bruno Muzzi, admitiu que este é um problema relativo ao material utilizado para a construção da cobertura do estádio, que estaria absorvendo o som produzido pela torcida e inibindo a criação de um ambiente de acordo com o que se esperava¹¹⁴. O estádio, que custou mais de 1 bilhão de reais para ser construído (considerando as contrapartidas necessárias)¹¹⁵, escancara como o afastamento das torcidas em relações aos clubes e sem participação nos processos decisórios, intensificada pelo futebol-negócio, é prejudicial até do ponto de vista econômico, o único que parece importar neste contexto, já que novos investimentos precisarão ser realizados pelo clube para corrigir o problema.

¹¹¹ A reportagem, com a nota explicativa da PM pode ser lida aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2022/07/12/crianca-tem-cartaz-barrado-em-treino-aberto-do-corinthians-e-policia-reforca-proibicao.ghtml> Acesso em 03 de maio de 2023.

¹¹² Mais detalhes podem ser lidos aqui: <https://exame.com/esporte/com-reconhecimento-facial-na-arena-castelao-tecnologia-chega-a-13-clubes-da-serie-a/> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

¹¹³ A publicação pode ser vista aqui: https://www.instagram.com/furialvinegra/p/C90d_fXJtbM/ Acesso em 14 de janeiro de 2025.

¹¹⁴ As declarações do dirigente pode ser lida aqui: <https://www.otempo.com.br/sports/atletico/2024/7/11/ceo-do-atletico-admite-problema-na-acustica-da-arena-mrv-e-fala-> Acesso em 14 de janeiro de 2025.

¹¹⁵ Mais sobre o custo da arena pode ser lido aqui: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2023/08/22/arena-mrv-como-estadio-do-atletico-mg-superou-r-1-bilhao-de-custo-para-construcao.ghtml> Acesso em 14 de janeiro de 2025.

7.3 Sintomas da profissionalização do torcer

Neste tópico, gostaria de abordar algumas práticas torcedoras contemporâneas que poderiam ser interpretadas como expressões de um processo de profissionalização do ato de torcer. Não se trata de um debate moral sobre se as torcidas em questão deveriam ou não agir de determinada maneira ou se aceitaram de boa vontade jogar o jogo da racionalidade empresarial/neoliberal. Mercantilizar tudo o que for possível é característica basilar do capitalismo, em especial em seu momento neoliberal, e escapar desta lógica não passa necessariamente por uma escolha individualizada e voluntária. A racionalidade neoliberal se impõe e trava caminhos alternativos, de forma que a discussão a seguir pretende colaborar na compreensão sobre como até mesmo uma atividade essencialmente desinteressada, como torcer por um clube, pode sofrer influência de lógicas empresariais, utilizando-as como forma de sobrevivência.

A intenção de transformar torcedores em clientes rentáveis já foi anunciada a plenos pulmões e não pode mais ser tratada como uma surpresa, especialmente quando seus resultados surgem. Ideias como planejamento financeiro, organização, concorrência e competição são alguns dos valores presentes nestes programas. A adoção de estratégias empresariais não é exclusividade dos clubes, mas também estão presentes nas mais diversas formas de torcer.

Talvez o exemplo mais óbvio neste caso seja o das torcidas organizadas: uma estratégia generalizada de obter receitas para que possam bancar suas atividades, além da própria associação através de uma mensalidade, é a criação de uma loja própria, onde os mais variados produtos com a marca da torcida são comercializados.

No capítulo sobre a imprensa esportiva, foi possível notar que uma das maneiras de dificultar a existência das torcidas organizadas, vistas como inimigas pelo discurso empresarial adaptado ao futebol, passa por sufocar suas fontes de renda, de forma que comercializar seus próprios produtos simboliza uma estratégia de sobrevivência. Ao mesmo tempo que as torcidas organizadas lidam com as consequências negativas da racionalidade empresarial utilizada contra elas, também se utilizam desta mesma racionalidade para conseguir permanecer em atividade.

Uma novidade neste sentido, ainda tratando das torcidas organizadas, é o do patrocínio exposto em bandeirões estendidos nos estádios, como no caso da torcida do Ceará retratada abaixo.

Figura 30 – Bandeirão da torcida do Ceará



Fonte: O Globo¹¹⁶

Em anos recentes, o mercado de apostas cresceu de forma exponencial no Brasil, em especial após a regularização promovida pelo governo Lula em 2023. O futebol se tornou o principal meio de exposição destas casas/sites de apostas e, de acordo com O Globo¹¹⁷, em 2023, 16 torcidas organizadas de 12 clubes diferentes possuíam algum tipo de patrocínio de casas de apostas.

O presidente da Mancha Verde naquele momento, Jorge Santos, afirmou que

Antes era um tabu as torcidas fazerem material com patrocínio. Acho que isso está mudando [...] Não temos ajuda do clube, *precisamos ir atrás de novas receitas*. Estamos buscando outros parceiros e podemos explorar mais esse nicho da propaganda, já que temos uma visibilidade gigante. Uma mão lava a outra. (Santos, 2023, n.p.)

A própria Mancha Verde é um exemplo de como esta novidade talvez não seja tão nova assim. A própria torcida relata esta passagem, ocorrida em 1990, em sua rede social:

A jovem torcida Mancha Verde, então com 8 anos de existência, participava de um campeonato *society*. O time sempre jogava com os uniformes básicos da Dellerba, nas cores verde e branco, só que era necessário um uniforme com a cara da Mancha. Paulinho Serdan procurou o Moacir Bianchi, que na época trabalhava com um bicheiro da Vila Maria. O Serdan precisava de um patrocínio para fazermos um jogo de camisas e nada melhor que divulgar a

¹¹⁶ A imagem pode ser conferida aqui: <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/noticia/2023/09/18/torcida-patrocinada-festa-na-arquibancada-atrai-investidores.ghtml> Acesso em 15 de janeiro de 2025.

¹¹⁷ *Ibidem*.

banca do Leo Loterias. Naqueles tempos, vários bicheiros patrocinavam e colocavam suas imagens em times de futebol. (Mancha Verde, 2020, n.p.)

Entre bicheiros e casas de apostas, talvez a única diferença seja em termos de escala, tanto dos parceiros quanto dos valores envolvidos. Mas a lógica e a necessidade de buscar receitas como uma empresa comum são bastante parecidas e apontam para um nível de profissionalização importante.

Caminho semelhante segue a modalidade de criação de mosaicos nas arquibancadas. Algumas torcidas, como no caso da do Fortaleza, possui um grupo específico que elabora e produz este tipo de manifestação, de forma que se tornou não só uma atividade especializada, mas também lucrativa. Torcedores do clube, conhecidos nacionalmente pelas festas realizadas no Castelão, já foram contratados pela CBF, que queria organizar um mosaico em um jogo da seleção brasileira. Talvez o que cause ainda mais estranheza é que estes mesmos torcedores do Fortaleza também já foram contratados por outros clubes com o mesmo objetivo, tornando uma atividade que, anteriormente financiada e colocada em prática através de vaquinhas e participação voluntária, se tornou um trabalho de fato. Paulo Lima, um destes torcedores, afirma que

Em 2015, três anos depois de começar aqui, a gente recebeu o primeiro pedido, do América-RN. E aí vieram vários outros clubes. O Vila Nova, o Bahia, o Vitória, o Paraná... Neste ano eu fui bastante no Remo. Teve o Vasco, o Flamengo, num jogo em Brasília; o Santa Cruz e o Cruzeiro. E também já prestei algumas assessorias ao pessoal das organizadas do Corinthians (Lima, 2024, n.p.)

Com formas e tecnologias cada vez mais complexas, a criação destes mosaicos pode custar até 70 mil reais¹¹⁸. Neste sentido, as festas nos estádios, que talvez ainda simbolizem um caráter amador no imaginário do senso comum, se mostram atividades cada vez mais especializadas e custosas, exigindo uma busca incessante por receitas e grandes grupos para a sua realização.

¹¹⁸ Mais informações sobre a confecção destes mosaicos podem ser lidas em: <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/noticia/2024/12/07/sensacao-das-arquibancadas-mosaicos-do-fortaleza-viram-referencia-e-responsavel-atende-outros-clubes-cbf-e-ate-igreja.ghtml> Acesso em 15 de janeiro 2025.

Figura 31 – Mosaico da torcida do Fortaleza



Fonte: O Canto das Torcidas¹¹⁹

Assim como no caso das SAF, por hipótese, no que diz respeito às torcidas, se imaginava um grau maior de resistência e a existência, mesmo dentro dos estádios, de formas divergentes do torcer. A hipótese se mostrou equivocada, dado que se verifica uma postura que pode ser classificada como convergente a esta racionalidade neoliberal e empresarial em questão, sugerindo que esta ordem, própria do futebol-negócio, demonstrou uma capacidade de atingir níveis mais profundos na sociabilidade torcedora do que se imaginou previamente. Não se trata, mais uma vez, de uma avaliação moral em torno de uma suposta capitulação torcedora, independente das diferentes formas de torcer existentes, mas sim da imposição material combinada com uma efetividade discursiva no sentido de estabelecer uma racionalidade capaz de se adaptar a diferentes contextos, mesmo entre as práticas amadoras ou economicamente desinteressadas. É neste sentido que volto a refletir sobre as possibilidades da política no campo futebolístico contemporâneo.

Ao pesquisar sobre futebol e, de forma específica, sobre os engajamentos políticos produzidos por torcidas no Brasil, me deparei com frequência com as palavras de ordem “torcer é político”. Não há grandes dúvidas de que tal afirmação, interpretada isoladamente, se

¹¹⁹ A publicação pode ser vista em: <https://www.instagram.com/p/C-8t4PVyN0p> Acesso em 15 de janeiro de 2025.

relaciona com a perspectiva que afirma que “tudo é político” e, portanto, torcer por um clube também o é. A provável resposta *rancieriana* a esta afirmação poderia soar um tanto enfadonha, mas me parece correta: depende. Torcer pode ser político a depender do conteúdo e forma que apresenta, a depender do sucesso em estabelecer – ou fazer escancarar – o conflito entre a lógica da ordem hegemônica do futebol e uma lógica igualitária deste torcer político.

É certo que há uma maneira de torcer própria da ordem empresarial futebolística e de que é possível apresentar formas dissidentes de torcer que a enfrentem. Nada disso exclui, porém, a necessidade de *politizar* o torcer para que, aí sim, possa ser considerado político. E politizar, nestes termos, seria apresentar o que há neste torcer da contestação que não estava sendo visto ou considerado pelo torcer empresarial. O caminho apontado por Rancière passa necessariamente pela noção de subjetivação política. Para o autor, a subjetivação é

[...] a produção, por uma série de atos, de uma instância e de uma capacidade de enunciação que não eram identificáveis num campo de experiência dado, cuja identificação, portanto, vai de par com a reconfiguração do campo da experiência. (Rancière, 2018, p. 49)

Ou seja, são dos modos dissidentes de subjetivação que a política se produz. A ordem estabelecida também produz seu modo de subjetivação, uma determinada maneira em que sujeitos coletivos são contados ou não contados. A subjetivação política, neste sentido, passa justamente por um processo de desidentificação e recusa dos sujeitos ao lugar que lhes foi atribuído. É a negação de um caráter natural dado a este lugar, apontando para o *erro de conta*, “a abertura de um espaço de sujeito onde qualquer um pode contar-se porque é o espaço de uma contagem dos incontados, do relacionamento entre uma parte e uma ausência de parte” (Rancière, 2018, p. 50). Neste sentido,

Uma subjetivação política torna a recortar o campo da experiência que conferia a cada um sua identidade com sua parte. Ela desfaz e recompõe as relações entre os modos do *fazer*, os modos do *ser* e os modos do *dizer* que definem a organização sensível da comunidade, as relações entre os espaços onde se faz tal coisa e aqueles onde se faz outra, as capacidades ligadas a esse *fazer* e as que são requeridas para outro. (Rancière, 2018, p. 54, grifos do autor)

Retomando o exemplo anterior, seria possível afirmar que “torcer é político” se carregasse em si este processo de desidentificação dos sujeitos torcedores com a subjetivação empresarial e neoliberal, produzindo, por consequência, outro tipo de subjetivação. O que os exemplos de profissionalização torcedora apontam, porém, é para a incorporação do discurso empresarial na atividade do torcer. E aqui não importa necessariamente a intenção dos grupos envolvidos, mas entender como uma racionalidade é capaz de se impor e criar as condições que forcem os sujeitos a se adequarem a ela. Se as torcidas, em suas diferentes manifestações, não

estão encontrando maneiras de sobreviver e praticarem suas atividades fora da lógica empresarial, racionalizada e profissional, então só nos resta a gestão e esta é, por consequência, a derrota da política.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS: HAVIA ALTERNATIVA?

Uma das frases mais conhecidas em relação à percepção da realidade social a partir do ponto de vista neoliberal veio, sem surpresas, de Margaret Thatcher – e esta é, com algum alívio, a última vez que a cito neste trabalho. A ex-primeira-ministra britânica afirmou em entrevista à revista *Woman's Own*¹²⁰, ao longo de uma resposta em que explicava não ser papel do Estado resolver as necessidades de seus cidadãos, que “existem homens e mulheres individuais e suas famílias [...] Não há sociedade”.

Como nos lembra Brown (2019), se estas são as condições, se não há sociedade, então sequer faz sentido considerar as hierarquias sociais produzidas por estruturas de poder. Se elas não existem, não existem também as hierarquias entre raças, gêneros e classes de forma que qualquer reivindicação por igualdade a partir destas estruturas é compreendida como a produtora destas cisões, não como produto. Em suma, “quando a alegação de que “a sociedade não existe” se torna senso comum, ela torna invisíveis as normas e as desigualdades sociais geradas pelos legados da escravidão, do colonialismo e do patriarcado” (Brown, 2019, p. 55).

O passado e o presente do futebol brasileiro demonstram como o esporte não é apenas um campo de reprodução de processos econômicos e políticos mais amplos: é também uma plataforma de disputa simbólica, política e material. Ao reduzir clubes a empresas e torcedores a consumidores, a racionalidade neoliberal retira do horizonte este mesmo aspecto coletivo que se busca retirar da sociedade.

Por outro lado, considerando o caso das SAF em específico, é preciso reafirmar o óbvio para evitar confusões: é fato que o modelo associativo no Brasil jamais se tornou aquilo que seu potencial sugeria, com participação democrática popular e construção coletiva de uma comunidade. Alguns números dão o tom da baixa e restrita participação torcedora nas eleições ocorridas nos clubes associativos, criando uma distorção considerável entre o número total de torcedores de cada clube e o número de seu “colégio eleitoral”. Os clubes a seguir apresentam, por suposto, modelos de estatutos sociais diferentes, com possibilidades de participação maior ou menor. Porém, ainda com as devidas considerações, a distorção é flagrante, levando em conta que boa parte das agremiações citadas ultrapassam a casa dos milhões de torcedores:

No Brasil, os principais “colégios eleitorais” tiveram os seguintes comparecimentos: Internacional (14 mil), Grêmio (6,6 mil), Atlético-PR (5,5 mil), Corinthians (4,8 mil), Bahia (4,4 mil), Sport (4,3 mil), Fluminense (4,2 mil), Flamengo (2,7 mil), Coritiba (2,8 mil), Vitória (1,8 mil), Palmeiras (1,7 mil) e Santos (1,5 mil). (Santos; Santos, 2018, p. 256)

¹²⁰ A entrevista completa, realizada em 1987, pode ser lida em sua totalidade no link: <https://www.margarethatcher.org/document/106689> Acesso em 15 de dezembro de 2022.

Não à toa, o modelo associativo ainda vigente em grande parte dos clubes do país recebe a alcunha de “clube-aristocrático”, considerando suas origens entre as elites econômicas e sociais no país¹²¹. Suas estruturas políticas, bem como as de outras instâncias do poder institucional do futebol brasileiro, são relacionadas ao cartorialismo e ao clientelismo (Ponte, 2018), que apontam justamente para a continuidade dos mesmos grupos políticos e familiares que se perpetuam no comando dos clubes. Por outro lado, a possibilidade de participação torcedora estava dada: apesar da restrição econômica, já que é preciso pagar para ser sócia/o de um clube e participar das eleições, a estrutura associativa possuía um estatuto com regras relativas à participação política de seus associados. A forma-empresa, com um dono e proprietário, retira a política institucional do horizonte. Mesmo nos casos em que a estrutura associativa permanece, a capacidade real de um presidente eleito tomar decisões e direcionar os caminhos que o futebol do clube toma é inexistente.

Seria possível argumentar que, para a política *rancieriana*, a possibilidade de politização segue dependendo da reivindicação dos sem parte que, inclusive, já não possuíam parte no modelo associativo. Este argumento, apesar de partir de um pressuposto correto, ignoraria, porém, que a empresarização dos clubes significa a hegemonia da racionalidade neoliberal na prática e no imaginário clubístico. O que quero dizer é que a barreira para a política aumentou de tamanho. Com a associação clubística, ainda era possível resgatar alguma raiz coletiva relacionada à construção de um clube de futebol. Para todos os efeitos, o clube-empresa agora possui um único responsável. No limite, a empresarização significa também a individualização ao modo neoliberal: sucesso e fracasso passam a depender da capacidade individual daquela ou daquele gestor responsável pelo clube.

O que este cenário produziu foi um terreno difícilíssimo para qualquer alternativa ao projeto neoliberal para o futebol. Os clubes associativos pareciam esgotados, os modelos de estádios pareciam esgotados, as formas de engajamento torcedor pareciam esgotadas. Desde os 1990, quando estas transformações se intensificaram, não circulava qualquer projeto para uma nova cultura futebolística capaz de enfrentar a avalanche empresarial, de forma que é possível afirmar que não, naquele momento, não havia alternativa, em especial a partir da supressão da política.

¹²¹ Almeida, Gutierrez e Marques (2013) realizaram, por exemplo, um levantamento entre os presidentes dos clubes das duas principais divisões nacionais e das duas principais divisões do estado de São Paulo, em que é possível perceber um recorte de classe que atua de forma determinante: considerando que não é comum o recebimento de salários ao assumir o cargo de presidente de um clube, a grande maioria deles provém do meio empresarial (em geral, com negócios familiares bem sucedidos) e/ou da categoria de profissional liberal, como médicos e advogados.

* * *

As transformações pelas quais o futebol brasileiro vem experimentando, intensificadas a partir da década de 1990 e com múltiplas dimensões, apresentam muito mais do que mera reorganização do âmbito administrativo deste esporte. Elas apontam para a consolidação da racionalidade neoliberal, com seus valores e ideias que, além de alterar radicalmente as estruturas das instituições futebolísticas, afetam a maneira como sujeitos torcedores constroem sua relação com o futebol. Esta pesquisa buscou compreender este processo, a partir de uma perspectiva crítica concentrada na análise da produção, reprodução e recepção do discurso e prática neoliberal no futebol brasileiro.

O pressuposto de que o neoliberalismo não se limita a uma simples doutrina de cunho econômico pôde ser percebido aqui. O futebol, em suas mais diversas manifestações, se mostrou uma arena de disputas simbólicas e materiais que, no limite, moldam um modo específico de viver o esporte. Mudanças mais visíveis como as SAF, as arenas esportivas, as análises econômicas tomadas como manifestação única da realidade, se misturaram com aspectos da subjetividade torcedora, com seus sentimentos e formas de engajamento. Ao longo do trabalho, busquei dar conta destas tensões e disputas em diferentes âmbitos e manifestações, dos documentos técnicos e empresariais às práticas de cobertura jornalística e modos de torcer.

No primeiro capítulo, a partir da reconstrução histórica do futebol no Brasil, foi possível notar que o futebol brasileiro jamais se consolidou como um campo homogêneo e pacificado. Já nas décadas de 1920 e 1930 a disputa estava colocada entre uma ordem essencialmente amadora e as propostas de profissionalização da prática futebolística no país. A compreensão deste pano de fundo histórico se mostrou essencial para demonstrar como a neoliberalização do futebol não é uma novidade em si, mas apenas uma nova fase de um processo de mercantilização bastante longo.

No segundo capítulo, com a análise dos documentos produzidos por agências de investimento e demais agentes econômicos, se tornou cristalina a intenção neoliberal de construção de uma nova cultura futebolística no Brasil, de forma a afetar todos os seus espaços. A repetição sistemática de ideias como eficiência e concorrência, cernes do neoliberalismo, garantiu uma coerência interna e o estabelecimento de uma estrutura ao discurso em questão. A circulação destes documentos, que ganharam importância e repercussão positiva ano a ano, conformou uma linguagem típica para a interpretação do futebol neste momento, não só a partir

destes profissionais especializados, mas também por parte da imprensa esportiva, dos dirigentes e das torcidas.

No caso da imprensa esportiva, até foi possível notar alguns sinais, em especial a partir da publicação de textos de opinião de alguns jornalistas, de uma recepção mais crítica a estas transformações, apesar do caráter apologético comum da cobertura geral. Não se anula, porém, a naturalização do discurso neoliberal também neste setor, de forma que a neoliberalização se mostra capaz de esconder seu caráter contingente para se tornar apenas o curso normal da história e do desenvolvimento. Com raras exceções, a gramática neoliberal se viu popularizada sem grandes contrapontos, tornando o discurso ainda mais palatável.

Apesar de não obrigatória, foi possível notar, no capítulo voltado aos clubes, adesão considerável ao modelo da SAF. Do ponto de vista do discurso que justificaria esta mudança, notou-se a ênfase na ideia de que não havia uma alternativa para a sobrevivência dos clubes em condição financeira prejudicada. Também se notou a “venda” de um futuro brilhante e cheio de conquistas esportivas como estratégia argumentativa que sustentou a perda do caráter associativo entre os clubes do futebol. O mais interessante, talvez, foi notar como a forma empresarial e neoliberal de gerir um clube atingiu mesmo aqueles que não se transformaram em empresas, fazendo notar a capacidade de adaptação desta racionalidade aos mais diferentes cenários institucionais. A partir desta guerra ao amadorismo, se consolidam as figuras dos dirigentes como gestores e de torcidas como consumidores.

Os últimos capítulos, voltados às recepções torcedoras destes discursos e transformações, além das iniciativas que sugerem a incorporação de uma nova subjetividade, apresentou um caráter contraditório. Se, por hipótese, se esperava uma reação mais generalizada contrária aos efeitos mais sensíveis desta nova ordem, como no caso das SAF, a realidade apontou para outro lado. Parte significativa das torcidas analisadas, em suas diferentes manifestações e formatos, se mostrou adepta ao discurso e confiante nos potenciais ganhos que esta mudança traria. Por outro lado, se os resultados esportivos não se fizessem notar logo de início, o tom se tornava bastante mais ácido. Desta forma, a recepção parece muito mais orientada por uma questão de produção de resultados positivos do que uma discussão em torno dos princípios deste futebol-negócio. Ainda se notou como os clubes vêm buscando moldar as relações com suas torcidas a partir de preceitos próprios do mercado, como os programas de sócios-torcedores e outras iniciativas do tipo, servindo como ferramentas de construção desta forma de viver o futebol.

Considerando este percurso, é possível afirmar que o futebol brasileiro se consolida como um campo relevante para observação e estudo da racionalidade neoliberal. Ainda que já

tenha se destacado que este é um fenômeno em andamento, esta tese pode contribuir não só para a análise e compreensão do futebol brasileiro em si, mas do caráter mais generalizado do neoliberalismo em nosso tempo.

Como desdobramentos possíveis, esta pesquisa aponta para a necessidade de mais investigações em torno dos efeitos do discurso e prática neoliberal no futebol brasileiro e internacional. Ainda devem ser explorados os caminhos abertos por uma nova subjetivação torcedora, pelas consequências da adoção do modelo empresarial entre os clubes mais populares do Brasil e as possibilidades de resistência e elaboração de alternativas a estes processos. Por fim, segue vivo o desafio de encarar o futebol não só como forma de divertimento, prática esportiva ou reflexo de ordens mais abrangentes, mas como espaço possível para elaboração crítica, invenção de formas de viver e de emancipação social.

REFERÊNCIAS

- ABRAHÃO, Bruno Otávio Lacerda; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves. A imprensa negra e o futebol em São Paulo no início do século XX. *Rev. bras. Educ. Fis. Esporte*, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 63-76, 2012.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação de massa In: ADORNO, *et al. Teoria da Cultura de Massa*. Tradução e Comentários de Luiz Costa Lima. São Paulo: Paz e Terra, 2000, pp. 169-216.
- ALMEIDA, Marco Antônio Bettine de; GUTIERREZ, Diego Monteiro; MARQUES, Renato Francisco Rodrigues. O sub-campo do futebol: presidentes de clubes em foco. *Conexões: revista da Faculdade de Educação Física da UNICAMP*, Campinas, v. 11, n. 1, pp.188-203, jan./mar. 2013.
- ANTUNES, Fatima Martin Rodrigues Ferreira. *Futebol de fábrica em São Paulo*. 1992. 190 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1992.
- BANDEIRA, Gustavo Andrada; BECK, Matheus Passos. As novas arenas e as emoções dos torcedores dos velhos estádios. *Esporte e Sociedade*, ano 9, n. 23, 2014.
- BANDEIRA, Gustavo Andrada; SEFFNER, Fernando. Processos de individuação dos torcedores na Arena do Grêmio. *FuLiA/UFMG*, v. 5, n. 2, 2020.
- BARRETO, Marcelo. Um feliz Natal em preto e branco. *O Globo*, Rio de Janeiro, p. 37, 26 dez. 2021.
- BATISTA, Daniel. Palmeiras projeta cofre cheio com a nova arena. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 18 nov. 2014. Caderno de Esportes, p. A18.
- _____. Palmeiras volta para casa e se fortalece. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 19 nov. 2014b. Caderno de Esportes, p. A22.
- BELLINTANI, Guilherme. Bahia lança Núcleo de Ações Afirmativas para retomar a imagem de “clube do povo”. Entrevista cedida a Ulisses Gama. *Bahia Notícias*, Salvador, n.p., 15 mar. 2018. Disponível em: <https://www.bahianoticias.com.br/esportes/bahia/19650-nucleo-de-acoes-afirmativas-do-bahia-busca-resgatar-alcunha-de-clube-do-povo> Acesso em 17 mar. 2025.
- _____. Sócios do Bahia aprovam a venda de 90% da SAF ao Grupo City. *ge*, Salvador, n.p., 3 dez. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/ba/futebol/times/bahia/noticia/2022/12/03/socios-do-bahia-aprovam-a-venda-de-90percent-da-saf-ao-grupo-city.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.
- _____. Bahia conclui venda da SAF para o City, e CEO garante: "Vai ser o segundo maior clube do grupo". Entrevista cedida a Raphael Carneiro, Ruan Melo e Tiago Lemos. *ge*, Salvador, n.p., 4 mai. 2023. Disponível em:

<https://ge.globo.com/ba/futebol/times/bahia/noticia/2023/05/04/bahia-conclui-venda-da-saf-para-o-city-e-ingressa-no-grupo-de-forma-oficial.ghml>. Acesso em 11 dez. 2024.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO, *et al. Teoria da Cultura de Massa*. Tradução e Comentários de Luiz Costa Lima. São Paulo: Paz e Terra, 2000, pp. 2017-256.

BERENGUER, José. CEO de empresa que intermediou compra do Cruzeiro por Ronaldo revela próximo gigante brasileiro que será vendido. *ESPN*, [S. l.], 18 dez. 2021. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/9689079/ceo-empresa-intermediou-compra-cruzeiro-ronaldo-revela-proximo-gigante-brasileiro-vendido. Acesso em: 11 dez. 2024.

BLYTH, Mark. *Austeridade: a história de uma ideia perigosa*. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.

BOTAFOGO ANTIFASCISTA. Yankee, go home [...]. Rio de Janeiro, 2 fev. 2023. Instagram: @botafogoantifascista. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CoLDDG_vSs7 Acesso em 16 de janeiro de 2025.

BOTAFOGO ANTIFASCISTA. Nós, do coletivo Botafogo Antifascista [...]. Rio de Janeiro, 11 abr. 2023b. Instagram: @botafogoantifascista. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cq5jrAjpPGh> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

BOTAFOGO DE FUTEBOL E REGATAS. Comunicado. Rio de Janeiro: BFR, 2023. Disponível em: <https://www.botafogo.com.br/noticias/comunicado-09-11-2023-7720> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

BOTAFOGO DE FUTEBOL E REGATAS. Nota oficial. Rio de Janeiro: BFR, 2023b. Disponível em: <https://www.botafogo.com.br/noticias/nota-oficial-25-11-2023-7739> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

BROWN, Wendy. *Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no ocidente*. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2019.

CALDAS, Phelipe. Amor (não) se explica: torcida, toponímia e estádio de futebol. *FuLiA/UFMG*, v. 5, n. 2, 2020.

CAMPOS, Ciro. Projeto do clube-empresa entra na pauta do Senado. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 3 maio 2021. Caderno de Esportes, p. A13.

CAPELO, Rodrigo. Show me the money. *O Globo*, Rio de Janeiro, 1 nov. 2021. Caderno de Esportes, p. 2.
_____. Começa uma nova era. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 dez. 2021b. Caderno de Esportes, p. 25.

_____. *O futebol como ele é: As histórias dos clubes brasileiros, investigadas em seus meandros políticos e econômicos, explicam como e por que se ganha (e se perde) neste jogo*. [S. l.]: Grande Área, 2021c.

CARLEZZO, Eduardo. Operação vai atrair outros investidores. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 19 dez. 2021. Caderno de Esportes, p. A23.

CASARA, Rubens. *Contra a miséria neoliberal: racionalidade, normatividade e imaginário*. São Paulo: Autonomia Literária, 2021.

CLUBE S/A, a nova rodada do futebol brasileiro. *Agência EY*. 28 de janeiro de 2022.

Disponível em <https://www.ey.com/pt_br/agencia-ey/noticias/clube-s-a-a-nova-rodada-do-futebol-brasileiro>. Acesso em 18 set. de 2024.

COELHO, Paulo Vinicius. A era Allianz Parque. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 nov. 2014. Caderno de Esportes, p. D6.

_____. O futuro do Brasileirão. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 3 dez. 2021. Caderno de Esportes, p. B8.

_____. Compra é novidade fenomenal para o futebol brasileiro. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 19 dez. 2021b. Caderno de Esportes, p. B10.

_____. Não é milagre. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 24 dez. 2021c. Caderno de Esportes, p. B7.

CONVOCADOS. O Clube-Empresa de Futebol: A opinião dos Convocados sobre a Lei. s.d.

Disponível em <<https://img1.wsimg.com/blobby/go/87c97c0b-9614-4e55-ae85-ee3a53255fc9/downloads/Carta%20Aberta%20sobre%20a%20Lei%20do%20Clube%20Empresa.pdf?ver=1696588927783>>. Acesso em 18 set. de 2024.

CONVOCADOS. Relatório Convocados: Finanças, História e Mercado do Futebol Brasileiro 2021. 2022. Disponível em <<https://conteudos.xpi.com.br/relatorio-futebol-2022/>>. Acesso em 18 set. de 2024.

CONVOCADOS. Relatório Convocados 23: Finanças, História e Mercado do Futebol Brasileiro. 2023. Disponível em <https://img1.wsimg.com/blobby/go/87c97c0b-9614-4e55-ae85-ee3a53255fc9/Relatorio_Convocados_Galapagos_OTF_2023.pdf>. Acesso em 18 set. de 2024.

CONVOCADOS. Relatório Convocados 24: Finanças, História e Mercado do Futebol Brasileiro. 2024. Disponível em <<https://outfieldinc.com/convocados-2024/>>. Acesso em 18 set. de 2024.

COQUIERI, Daniel. O que é um fan token, como funciona e quais riscos existem no mercado. Entrevista cedida a Saori Honorato. *Portal do Bitcoin*, n.p., 23 out. 2021. Disponível em <https://portaldobitcoin.uol.com.br/o-que-e-um-fan-token-como-funciona-e-quais-riscos-existem-no-mercado/> Acesso em 30 de dezembro de 2024.

COSTA, Carlos Everaldo Silva da; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da. Empresarização e controle organizacional: um estudo nos clubes de futebol de Santa Catarina. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 4, n. 4, 2006.

COUTINHO, Aníbal. A casa dos sonhos dos corintianos. Entrevista cedida a Almir Leite e Paulo Favero. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 18 maio 2014. Caderno de Esportes, p. D4.

CRUZ, Antonio Holzmeister Oswaldo. *A virada econômica do futebol*: Observações a partir do Brasil, Argentina e uma Copa do Mundo. 2010. 228 f. Tese (Doutorado em Antropologia) - Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

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

DAMO, Arlei Sander. Bons para torcer, bons para se pensar – Os clubes de futebol no Brasil e seus torcedores. *Motus Corporis*, v. 5, n. 2, 1998.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo*: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEAN, Jodi. Politics without politics. *Parallax*, vol. 15, n. 3, pp. 20-36, 2009.

DUARTE, Gabriel. Conheça detalhes da minuta a ser votada pelo conselho do Cruzeiro para aprovar mudança do clube para SAF. *Globo Esporte*, [S. l.], 3 ago. 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/conheca-detalhes-da-minuta-a-ser-votada-pelo-conselho-do-cruzeiro-para-aprovar-mudanca-do-clube-para-saf.ghml>. Acesso em: 11 dez. 2024.

DUBAL, Sam. The neoliberalization of football: rethinking neoliberalism through the commercialization of the beautiful game. *International Review for the Sociology of Sport*, 45 (2), p. 123-146, 2010.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. A dinâmica dos grupos esportivos - uma referência especial ao futebol. In: ELIAS, N.; DUNNING, E. (orgs.). *A busca da excitação*. Lisboa, Difel, 1992.

FILHO, Mário. *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964.

FISHER, Mark. *Realismo capitalista*: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

_____. *Fantasmas da minha vida*: escritos sobre depressão assombrologia e futuros perdidos. São Paulo: Autonomia Literária, 2022.

FERRAZ, Vitor. Sócios do Bahia aprovam a venda de 90% da SAF ao Grupo City. *ge*, Salvador, n.p., 3 dez. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/ba/futebol/times/bahia/noticia/2022/12/03/socios-do-bahia-aprovam-a-venda-de-90percent-da-saf-ao-grupo-city.ghml>. Acesso em 11 dez. 2024.

FERRETTI, Emerson. Pautas progressistas, recursos dos Emirados: Bahia rechaça contradição e vê identidade intacta. Entrevista cedida a Carlos Eduardo Mansur. *Blog do Mansur*, Salvador, n.p., 21 fev. 2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/blogs/blog-do-mansur/post/2024/02/21/pautas-progressistas-recursos-dos-emirados-bahia-rechaca-contradicao-e-ve-identidade-intacta.ghml> Acesso em 17 mar. 2025.

FERNANDES, Sabrina. *Sintomas mórbidos: a encruzilhada da esquerda brasileira*. São Paulo: Autonomia Literária, 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. Futebol S/A. *Folha de São Paulo*, São Paulo, p. A2, 13 set. 2021.

FRASER, Nancy. *O velho está morrendo e o novo não pode nascer*. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

GIULIANOTTI, Richard. *Sociologia do futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GOMES, Vitor. *A militância político-torcedora no campo futebolístico brasileiro*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás, 2020.

GOMES, Julio. *Julio: Fim de barbárie das torcidas passa por estrangulamento financeiro*. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/10/28/julio-fim-de-barbarie-das-torcidas-passa-por-estrangulamento-financeiro.htm>>. Acesso em: 23 nov. 2024.

GOUSSINSKY, Eugenio. Futebol brasileiro conhece a S/A. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 23 dez. 2021. Caderno A Fundo, p. A22.

GRECO, Antero. Casa verde. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 19 nov. 2014. Caderno de Esportes, p. A23.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de; MEDEIROS, Jimmy. De “país do futebol” a “país dos megaeventos”: um balanço da modernização dos estádios brasileiros sob a ótica das torcidas organizadas da cidade de São Paulo. *Recorde*, v. 12, n. 1, 2019.

ITAÚ BBA. *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. 2012.

ITAÚ BBA. *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. 2014.

ITAÚ BBA. *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. 2016. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/slideshow/anlise-dos-clubes-brasileiros-2016-ita-bba/64291804>>. Acesso em 18 set. de 2024.

ITAÚ BBA. *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. 2017. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/slideshow/anlise-dos-clubes-brasileiros-2017-ita-bba/77150007>>. Acesso em 18 set. de 2024.

ITAÚ BBA. *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. 2018. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/slideshow/anlise-dos-clubes-brasileiros-2018-ita-bba/115441023>> Acesso em 18 set. de 2024.

ITAÚ BBA. *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. 2020. Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2020/07/Analise-dos-Club-Brasileiros-de-Futebol-2020-ItauBBA.pdf>> Acesso em 18 set. 2024.

JÚNIOR, Edson Alves. O que falta para o Botafogo virar clube-empresa após aprovação de sócios. Entrevista cedida a Caio Blois. *UOL*, Rio de Janeiro, n.p., 29 dez. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/12/29/quais-sao-os-proximos-passos-do-botafogo-para-o-modelo-de-clube-empresa.htm>. Acesso em 11 dez. 2024.

KEARNS, Colm *et al.* 'Best run club in the world': Manchester City fans and the legitimization of sportswashing? *International Review for the Sociology of Sport*, v. 59, n. 4, p. 479-501, 2024. DOI: 10.1177/10126902231210784.

KFOURI, Juca. Batismo de água. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 19 maio 2014. Caderno de Esportes, p. D3.

_____. A revolta dos Diabos Vermelhos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 3 maio 2021. Caderno de Esportes, p. B6.

_____. A mãe da SAF. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 18 jul. 2021b. Caderno de Esportes, p. 5.

_____. Juca Kfourri: 'Futebol e política são faces da mesma moeda'. Entrevista cedida a José Eduardo Bernardes. *Brasil de Fato*, São Paulo, 18 set. 2024a. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/09/18/juca-kfourri-futebol-e-politica-sao-faces-da-mesma-moeda>. Acesso em: 24 nov. 2024.

_____. *A emboscada da Mancha contra a Máfia*. *UOL*, 27 out. 2024b. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/juca-kfourri/2024/10/27/a-emboscada-da-mancha-contra-a-mafia.htm>. Acesso em: 23 nov. 2024

KUPPER, Agnaldo. O futebol como atividade mediadora nas relações de trabalho: quem usou quem?. *Esporte e Sociedade*, ano 16, n. 37, p. 1-22, 2023.

LACOMBE, Milly. Por que e para que misturar política e futebol?. *UOL*, [S. l.], p. n.p., 10 jun. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/colunas/milly-lacombe/2021/06/10/por-que-misturar-politica-e-futebol.htm>. Acesso em: 24 nov. 2024.

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

LEIFERT, Tiago. Evento esportivo não é lugar de manifestação política. *GQ*, n.p., 26 fev. 2018. Disponível em: <https://gq.globo.com/Colunas/Tiago-Leifert/noticia/2018/02/evento-esportivo-nao-e-lugar-de-manifestacao-politica.html>. Acesso em: 23 nov. 2024.

LEITE, Almir; FAVERO, Paulo. A casa dos sonhos dos corintianos. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 18 maio 2014, Caderno de esporte, p. D4-D5.

LEITE, Almir; MARQUES, Vitor. Problemas pontuais não afetam partida. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 19 maio 2014. Caderno de Esportes, p. D4.

LIMA, Diego Iwata. Novo estádio dará receitas imediatas para o Palmeiras. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 nov. 2014. Caderno de Esportes, p. D7.

_____. Palmeirense não associado recebeu só 4.000 ingressos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 18 nov. 2014b. Caderno de Esportes, p. D2.

LIMA, Paulo. Sensação das arquibancadas, mosaicos do Fortaleza viram referência, e responsável atende outros clubes, CBF e até igreja. Entrevista cedida a Rafael Oliveira. *O Globo*. Rio de Janeiro, 7 dez. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/noticia/2024/12/07/sensacao-das-arquibancadas-mosaicos-do-fortaleza-viram-referencia-e-responsavel-atende-outros-clubes-cbf-e-ate-igreja.ghtml> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

LOPES, Felipe Tavares Paes. Vigiar e punir o torcedor: uma reflexão sobre as tecnologias disciplinares no contexto do futebol brasileiro e chileno. *Esporte e Sociedade*, ano 12, n. 30, 2018.

_____. Estádios de futebol e linguagem: potencialidades, limites e efeitos político-ideológicos de expressões metafóricas. *FuLiA/UFMG*, v. 5, n. 2, 2020.

LOURENÇO, Pedro. Cruzeiro: Pedrinho foi o único conselheiro festejado em votação da SAF. Entrevista cedida a João Victor Pena. *Super Esportes*, Belo Horizonte, n.p., 05 abr. de 2022. Disponível em: https://www.superesportes.com.br/app/1,10/2022/04/04/noticia_cruzeiro,3965847/cruzeiro-pedrinho-foi-o-unico-conselheiro-festejado-em-votacao-da-saf.shtml Acesso em 16 de janeiro de 2025.

MAIA, Thales. Torcedor do Botafogo que ofereceu R\$ 20 a Textor ganhou o dinheiro como presente de Natal da avó. Entrevista cedida a Davi Barros. *ge*. Rio de Janeiro, 8 jan. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/torcedor-do-botafogo-que-ofereceu-r-20-a-textor-ganhou-o-dinheiro-como-presente-de-natal-da-avo.ghtml> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

MANCHA VERDE. História da camisa [...]. São Paulo, 14 ago. 2020. Facebook: manchaverde. Disponível em: <https://www.facebook.com/manchaverde/posts/hist%C3%B3ria-da-camisa-tradicional-para-entender-o-presente-e-para-manter-um-futuro-/3252994508086945/> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

MARQUES, Vitor. Muito dinheiro, mas muita bronca da torcida. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 17 maio 2014. Caderno de Esportes, p. D6.

MASCARENHAS, Gilmar. Um jogo decisivo, mas que não termina: a disputa pelo sentido da cidade nos estádios de futebol. *Revista Cidades*, v. 10, n. 17, pp. 142-170, 2013.

_____. *Entradas e Bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2014.

MATIAS, Wagner Barbosa. *Futebol de espetáculo*. Curitiba: Appris, 2020.

MAYOR, Sarah Teixeira Soutto; SILVA, Silvio Ricardo da. Do amadorismo profissional ao profissionalismo amador: os discursos da imprensa sobre a profissionalização do futebol na cidade de Belo Horizonte. *FuLiA/UFMG*, v. 5, n. 1, p. 26-47, 2020.

MENIN, Rubens. Atlético-MG vira SAF com aprovação do Conselho; veja valores, quem vai comandar e modelo de gestão. *ge*, Belo Horizonte, n.p., 20 jul. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2023/07/20/atletico-mg-vira-saf-com-aprovacao-do-conselho-veja-valores-quem-vai-comandar-e-modelo-de-gestao.ghtml>. Acesso em: 30 dez. 2024.

_____. Menin vê SAF do Atlético-MG como pioneira, critica cartolas e desafeto e descarta política: "Eu seria péssimo". Entrevista cedida a André Ribas, Laura Rezende, Rodrigo Capelo e Pedro Spinelli. *ge*, Belo Horizonte, n.p., 12 jul. 2024. Disponível em <https://ge.globo.com/abre-aspas/noticia/2024/07/12/menin-ve-saf-do-atletico-mg-como-pioneira-critica-cartolas-e-desafeto-e-descarta-politica-eu-seria-pessimo.ghtml> Acesso em 30 dez. 2024.

_____. Menin vê SAF do Atlético à frente e abre o jogo sobre acústica da Arena MRV. *UOL*, Belo Horizonte, n.p., 05 ago. 2024b. Disponível em <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/08/05/menin-ve-saf-do-atletico-a-frente-e-abre-o-jogo-sobre-acustica-da-arena-mrv.htm> Acesso em 30 dez. 2024.

MELLO, Eduardo Bandeira de. Bandeira diz que situação financeira do Fla é pior do que se esperava. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 14 dez. 2012. Disponível em <https://ge.globo.com/futebol/times/flamengo/noticia/2012/12/bandeira-diz-que-situacao-financeira-do-fla-e-pior-do-que-se-esperava.html> Acesso em 30 dez. 2024.

_____. Bandeira de Mello: com sonhos de torcedor, presidente finca pés no chão. Entrevista cedida a Janir Júnior e Richard Souza. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 14 jan. 2013. Disponível em <https://ge.globo.com/futebol/times/flamengo/noticia/2013/01/bandeira-de-mello-com-sonhos-de-torcedor-presidente-finca-pes-no-chao.html> Acesso em 30 dez. 2024.

MELLO, Durcesio. Muito feliz [...]. Rio de Janeiro, 4 mar. 2022. Instagram: @durcesiomello. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/CarV6L_gKFx Acesso em 12 dez. 2024.

_____. A vida depois da SAF: Durcesio Mello explica papel do clube no futuro do futebol do Botafogo. Entrevista cedida a Davi Barros e Thayuan Leiras. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 18 mar. 2022b. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2022/03/18/a-vida-depois-da-saf-durcesio-mello-explica-papel-do-clube-no-futuro-do-futebol-do-botafogo.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.

MORELLI, Robson. Ronaldo colocou o futebol à venda. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 dez. 2021. Caderno de Esportes, p. A17.

NAZÁRIO, Ronaldo. Ronaldo diz que se recupera de desgaste no Cruzeiro e cita sucesso em venda: "Porrada financeira". *ge*, Belo Horizonte, n.p., 14 fev. 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2025/02/14/ronaldo-diz-que-se-recupera-de-desgaste-no-cruzeiro-e-cita-sucesso-em-venda-porrada-financeira.ghtml> Acesso em 19 de junho de 2025.

NOBRE, Paulo. Eleito presidente do Palmeiras, Nobre afirma: 'Não sou salvador da pátria', *ge*, São Paulo, n.p., 21 jan. 2013. Disponível em <https://ge.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/2013/01/paulo-nobre-derrota-perin-e-o-novo-presidente-do-palmeiras.html> Acesso em 30 de dezembro de 2024.

_____. Por "austeridade financeira", Palmeiras segue sem reforço de peso. *UOL*, São Paulo, n.p., 28 abr. 2013b. Disponível em <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/paulista/ultimas-noticias/2013/04/28/por-austeridade-financeira-palmeiras-segue-sem-reforco-de-peso-apesar-de-queda.htm> Acesso em 30 de dezembro de 2024.

_____. Nobre promete não ser idiota repetindo erros e manterá austeridade. *Super Esportes*, n.p., 30 out. 2014. Disponível em https://www.df.superesportes.com.br/app/19,101/2014/10/30/noticia_palmeiras,58509/nobre-promete-nao-ser-idiota-repetindo-erros-e-mantera-austeridade.shtml Acesso em 30 de dezembro de 2024.

OSELAME, Mariana. Padrão Globo de Jornalismo Esportivo. *Sessões do Imaginário*, n. 24, 2010, p. 63-71.

PACIELLO, Marcelo. Análise da presença do Sócio Torcedor no Brasileirão 2024. *Marcelo Paciello*, 13 dez. 2024. Disponível em: <https://marcelopaciello.blogspot.com/2024/12/analise-da-presenca-do-socio-torcedor.html>. Acesso em 30 de dezembro de 2024.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. A espetacularização do esporte e o infotainment no jornalismo esportivo: o Globo Esporte (TV) e o UOL Esporte durante a Copa do Mundo de 2014. *Revista Altejor*, v. 2, n. 10, p. 143-158, jul.- dez. 2014.

PEDRINHO. Pedrinho cita "colapso financeiro" da 777 e diz que futebol do Vasco seguirá com a SAF. Entrevista cedida a Tébaro Schmidt. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 16 mai. 2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2024/05/16/pedrinho-sobre-afastamento-da-777-da-saf-do-vasco-o-futebol-nao-volta-para-o-associativo.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.

PONTE, William Rezende Alves. *A rede do gol: cartorialismo e clientelismo na estrutura política esportiva brasileira (EPEB)*. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *A metamorfose do futebol*. Campinas-SP: Unicamp, 2000.

PRÓSPERI, Luiz Antônio. A festa se transformou em pesadelo. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 20 nov. 2014. Caderno de Esportes, p. A25.

RAÍ. Raí diz que Bolsonaro tem postura "irresponsável", sugere renúncia e teme volta precoce do futebol. Entrevista cedida a Eduardo Rodrigues, Leandro Canônico, Leonardo Lourenço e Marcelo Hazan. *Ge*, São Paulo, n.p., 30 abr. 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/sao-paulo/noticia/rai-diz-que-bolsonaro-tem-postura-irresponsavel-sugere-renuncia-e-teme-volta-precoce-do-futebol.ghtml>. Acesso em: 23 nov. 2024.

RANCIÈRE, Jacques. *O desentendimento: política e filosofia*. São Paulo: Editora 34, 2018.

RESISTÊNCIA AZUL POPULAR. A SAF cruzeirense [...]. Belo Horizonte, 1 jun. 2024. Instagram: @resistenciaazul. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C7sKp0SuQQh>. Acesso em 16 jan. 2025.

RIBEIRO, Lúcio. Começou uma nova era para o Palmeiras, apesar do placar. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 nov. 2014. Caderno de Esportes, p. D3.

RIBEIRO, Caio. Caio critica fala de Raí contra governo: "Opinião respinga no São Paulo". *UOL Esporte*, São Paulo, n.p., 30 abr. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2020/04/30/caio-ribeiro-critica-rai-contra-o-governo-as-opinioes-respingam-n.htm>. Acesso em: 23 nov. 2024.

RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho da. Empresarização no Figueirense Futebol Club e no Sport Club Internacional. *Gestão.org – Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, vol. 4, n.3, 2006.

RODRIGUES, Sérgio Santos. Entre os grandes desafios que tínhamos pela frente [...]. Belo Horizonte, 29 nov. 2021. Instagram: @sergio.santosrodrigues. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CW3tsVJIJrk>. Acesso em 11 dez. 2024.

SALGADO, Jorge. Com aprovação dos sócios, Vasco vende 70% da SAF para 777 Partners. Entrevista cedida a Emanuelle Ribeiro e Marcelo Baltar. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 7 ago. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2022/08/07/com-aprovacao-dos-socios-vasco-vende-70percent-da-saf-para-777-partners.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.

_____. Em fim de mandato, Jorge Salgado defende modelo de SAF no Vasco: "A gente tem voz ativa, sim". Entrevista cedida a Emanuelle Ribeiro, Raphael Zarko e Tébaro Schmidt. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 3 out. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/abre-as-pas/noticia/2023/10/03/em-fim-de-mandato-jorge-salgado-defende-modelo-de-saf-no-vasco-a-gente-tem-voz-ativa-sim.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.

SALLES, Walter Moreira; SALLES, João Moreira. João e Walter Moreira Salles tiram dúvidas sobre estudo entregue ao Botafogo. *Ge*, São Paulo, n.p., 26 jul. 2019. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/irmaos-moreira-salles-divulgam-entrevista-sobre-estudo-entregue-ao-botafogo.ghtml>. Acesso em: 11 dez. 2024.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz.; HELAL, Ronaldo G. Do espectador ao militante: a torcida de futebol e a luta pelo direito ao estádio e ao clube. *Tríade: comunicação, cultura e mídia*, v. 4, pp. 53-69, 2016.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz. For the love, not the money: futebol, produção do comum e direito à cidade. *Lugar Comum* (UFRJ), v. 48, pp. 120-144, 2016.

_____; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Democracia torcedora versus Vantagens consumistas: uma análise da associação clubística em tempos de futebol-negócio. *Mosaico*, v. 9, pp. 246-261, 2018.

SANTOS, Jorge. Torcida patrocinada: da seleção a organizadas, a festa na arquibancada atrai investidores e cria torcedor profissional. Entrevista cedida a Nicolas Yori. *O Globo*. São Paulo, 18 set. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/noticia/2023/09/18/torcida-patrocinada-festa-na-arquibancada-atrai-investidores.ghtml> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

SILVA, Eliazar João da. De esporte das elites ao esporte popular: a trajetória do futebol no Brasil. *Fronteiras*, Dourados - MS, v. 14, n. 25, p. 99-110, 2012.

SIMÕES, Irlan (org.). *Clube-empresa*: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020.

_____. 'O Cruzeiro ficou à mercê de Ronaldo'. Entrevista cedida a Bruno Marinho. *O Globo*, Rio de Janeiro, 21 dez. 2021. Caderno de Esportes, p. 31.

SKEY, Michael. Sportswashing: Media headline or analytic concept? *International Review for the Sociology of Sport*, v. 58, n. 5, p. 749-764, 2023. DOI: 10.1177/10126902221136086.

SORIANO, Ferran. Bahia conclui venda da SAF para o City, e CEO garante: "Vai ser o segundo maior clube do grupo". Entrevista cedida a Raphael Carneiro, Ruan Melo e Tiago Lemos. *ge*, Rio de Janeiro, n.p., 4 mai. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/ba/futebol/times/bahia/noticia/2023/05/04/bahia-conclui-venda-da-saf-para-o-city-e-ingressa-no-grupo-de-forma-oficial.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.

TELLES, Marcio. O "Padrão Globo de Jornalismo Esportivo" dez anos depois: problematizando um consenso. *FuLiA/UFMG*, v. 5, n. 1, jan.-abr., 2020.

TEXTOR, John. Botafogo será prioridade mesmo após compra do Lyon, garante John Textor. Entrevista cedida a Paulo Vinicius Coelho. *Blog do PVC*, Rio de Janeiro, n.p., 21 jun. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/blogs/blog-do-pvc/post/2022/06/21/botafogo-sera-prioridade-mesmo-apos-compra-do-lyon-garante-john-textor.ghtml>. Acesso em 11 dez. 2024.

_____. Muros do Nilton Santos são pichados em protesto contra John Textor. *Metrópoles*, Rio de Janeiro, n.p., 25 nov. 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/esportes/muros-do-nilton-santos-sao-pichados-em-protesto-contrajohn-textor> Acesso em 16 de janeiro de 2025.

TOLEDO, Luiz Henrique de. Torcer: a metafísica do homem comum. *Revista de História*, n. 163, 2010.

_____. Políticas da corporalidade: socialidade torcedora entre 1990-2010. In: TOLEDO, Luiz Henrique et al. (Org.). *A torcida brasileira*. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2012.

TRENGROUSE, Pedro. Chega de tango no futebol. *O Globo*, Rio de Janeiro, p. 3, 9 dez. 2021.

TUAN, Yi-Fu. *Topofilia*: um estudo da percepção, atitudes e valores no meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980.

VAQUER, Gabriel. Saída de José Trajano é o fim da ESPN como conhecemos há muito tempo. *NaTelinha*, 30 set. 2016. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/colunas/2016/09/30/saida-de-jose-trajano-e-o-fim-da-espn-como-conhecemos-ha-muito-tempo-102466.php>. Acesso em: 24 nov. 2024.

WILKSON, Adriano; OHATA, Eduardo. Corinthians usará bilheteria por 7 anos para pagar arena. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 maio 2014. Caderno de Esportes, p. D2.

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

YAMANDU, Walter; JUNIOR, Edivaldo Góis. Profissionalismo "marrom" no futebol e a imprensa paulista (1920-1930). *Recorde: Revista de História do Esporte*, v. 5, n. 2, p. 1-13, 2012.