



Quanto vale um talento? Uma análise antropológica  
sobre a valorização e circulação dos jogadores de  
futebol profissional no mercado esportivo

**Júlio César Jatobá Palmiéri**

São Carlos, Outubro de 2009

# Quanto vale um talento? Uma análise antropológica sobre a valorização e circulação dos jogadores de futebol profissional no mercado esportivo

Aluno: Júlio César Jatobá Palmiéri

Orientador: Prof. Dr. Luiz Henrique de Toledo

Universidade Federal de São Carlos – Centro de Educação e Ciências Humanas (CECH)

Dissertação de mestrado apresentada junto ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS)

Pesquisa financiada pela Fapesp

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da  
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

P179qv

Palmiéri, Júlio César Jatobá.

Quanto vale um talento? Uma análise antropológica sobre a valorização e circulação dos jogadores de futebol profissional no mercado esportivo / Júlio César Jatobá Palmiéri. -- São Carlos : UFSCar, 2009.  
143 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2009.

1. Antropologia urbana. 2. Esportes. 3. Futebol profissional. 4. Mercadoria. 5. Dom. I. Título.

CDD: 307.76 (20ª)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL  
Via Washington Luís, Km 235 - Caixa Postal 676  
CEP 13565-905 - São Carlos - SP - Brasil  
Fone: (16) 3351-8371 - ppgas@power.ufscar.br



---

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL**

**BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE**

*Júlio César Jatobá Palmiéri*

13/10/2009

---

Prof. Dr. Luiz Henrique de Toledo  
Orientador e Presidente  
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

---

Prof. Dr. Marcos P. Duarte Lanna  
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

---

Prof. Dr. José Paulo Florenzano  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

## **Agradecimentos**

Primeiramente, gostaria de agradecer a meus pais, Mário Celso e Berenice, por serem a base de tudo que faço na vida, pessoal e acadêmica. Não fosse o incentivo e o cuidado com a educação, esse trabalho, assim como todos os demais aos quais desde a graduação tenho me dedicado, não seriam possíveis de saírem do campo das ideias para o papel. Sincero abraço a eles, bem como a minha irmã, Luciane, pelo apoio.

Aos professores do departamento de Ciências Sociais, em especial aos integrantes do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS). Muito obrigado Kike, pelas oportunidades e pela orientação durante todos esses anos, Piero (pelas dicas durante a disciplina de Metodologia), Lanna (pela leitura na qualificação e agora, na defesa) e ao Jorge (pelas diversas e pertinentes “dicas bibliográficas”). Agradeço também a FAPESP, pois sem seu apoio financeiro a pesquisa não seria realizada da mesma forma.

Aos meus amigos, por tudo que representam na minha vida. São muitos, ainda bem, e não preciso citar todos aqui. Eles sabem quem são. Quero agradecer aos camaradas de São Carlos, juntos a tanto tempo – e que assim continue. Tenho de agradecer também às amizades cultivadas na UFSCar desde a graduação. A maioria já deixou São Carlos, mas estão, de alguma forma, sempre presentes, assim como os que ainda estão por perto, efetivamente. Obrigado pelos “toques” e “empurrões”, Lara, companheira por tanto tempo; ao Pícaro, com quem tive uma despreziosa conversa na qual as primeiras ideias deste trabalho surgiram; aos moleques de Campinas, pela agradável estadia; e tia Marizete, por ter me recebido em São Paulo.

Por fim, obrigado a todos que de alguma maneira se envolveram neste trabalho e deram qualquer contribuição para sua realização.

## Índice

Agradecimentos	3
Resumo	5
Apresentação	6
Introdução	9
Individualismo e o desenvolvimento dos pressupostos mercadológicos	9
Um breve histórico do futebol	17
O futebol atual: sua dimensão econômica e novas legislações	21
Parte I	31
Capítulo I – Sobre o dom	31
I.I O dom nas “sociedades primitivas”	39
I.II O consumo nas “sociedades modernas”	45
Capítulo II – O cotidiano dos clubes	55
II.I O pequenino São Carlos FC	60
II.II AA Ponte Preta: tradição e longevidade no futebol brasileiro	64
II.III Os gigantes: São Paulo FC e SE Palmeiras	76
Parte II	90
Capítulo III – Agentes: a nova categoria do futebol	90
Capítulo IV – Fora de campo	100
IV.I Talento, valor e carisma	117
Considerações Finais	134
Referências Bibliográficas	137
Anexos	142
Os jogadores mais caros da história	142

## **Resumo**

Os jogadores de futebol profissional são possuidores de talentos variáveis, fator que os distingue numa escala mercadológica que dinamiza a troca no universo futebolístico. Sob a ótica do futebol modernizado e do clubismo, ao talento, que é algo inato e intransferível, são agregados muitos outros valores, sobretudo de ordem simbólica, que dependem das relações estabelecidas dentro do enquadramento institucional desse esporte e que tem a ver com outros atores sociais, tais como torcedores, dirigentes, agentes e a mídia especializada. Como mercadoria singular, portanto, os jogadores são colocados em circulação no mercado “mundializado” do futebol, desfazendo vínculos e criando novas relações sociais. Este trabalho tem como objetivo compreender a lógica pela qual se dá tal processo simbólico que define os parâmetros de troca generalizada de atletas no domínio do futebol profissional.

**Palavras-chave:** Antropologia do esporte, futebol profissional, dom, mercadoria, circulação, valorização, jogadores.

## **Apresentação**

Os jogadores de futebol profissional são possuidores de talentos variáveis, fator que os distingue numa escala mercadológica que dinamiza a troca no universo futebolístico. Sob a ótica do futebol, ao talento, no senso comum chamado de “dom” – categoria nativa que expressa a dimensão mais naturalizada e individualizada do saber técnico da prática esportiva - são agregados muitos outros valores, sobretudo de ordem simbólica, que dependem das relações estabelecidas dentro do enquadramento institucional desse esporte e que tem a ver com outros atores sociais, tais como torcedores, dirigentes, agentes e mídia especializada. Por possuírem talento de “extrema singularidade” (Araújo,1980), onde cada atleta seria o detentor de seu talento, podemos considerá-los como mercadorias singulares, sendo colocados em circulação no mercado globalizado do futebol, desfazendo vínculos e criando novas relações sociais. Este trabalho tem como objetivo compreender a lógica pela qual se dá tal processo simbólico que define os parâmetros de troca generalizada de atletas no domínio do futebol profissional e analisar como se constroem parte dessas relações que dinamizam esse mercado de valorização e desvalorização do talento.

Como veremos, são vários os fatores que influenciam e que determinam a valorização e a circulação dos jogadores de futebol profissional. Ao que nos parece e em princípio, algo fundamental é ser possuidor de um “dom” – e ser reconhecido como possuidor, pois não basta o jogador assumir o dom para si, é preciso que outros reconheçam essas qualidades – que é arraigado pelo capital futebolístico e lapidado ao longo de anos, embora sabemos que apenas isso não basta. Por capitais futebolísticos entendemos o seguinte:

Em sentido restrito, referindo-se aos atributos propriamente corporais de um indivíduo, os capitais futebolísticos perfazem um leque amplo e variado de disposições físicas, psíquicas e sociais que extrapolam (...) a dimensão técnica e, sobretudo, uma dada dimensão em particular, muito valorizada pelo senso comum, associada ao controle da bola – malabarismos, floreios etc.” (Damo, 2007, p.112)

Pois bem, inúmeros são os exemplos de grandes promessas do futebol em todo o mundo: jovens talentosíssimos que não conseguiram dar seqüência à carreira. Por isso, outros capitais simbólicos, para além do potencial técnico individual, são necessários, bem como adotarmos um ponto de vista relacional, já que o dom é visto de modo diferente em diferentes épocas.

Ao obter êxito, esse dom futebolístico<sup>1</sup> potencializa o surgimento de dividendos: o dom, “pode-se dizer, vira dinheiro, podendo ser medido, quantificado e novamente trocado por outros bens” (Idem). Atualmente<sup>2</sup>, esse processo depende em grande medida do tripé formado por dirigentes, agentes e o próprio jogador. As relações que surgem daí definem, muitas vezes, o destino dos atletas, fazendo circular seu dom através da negociação dos vínculos trabalhistas.

Nossa análise é focada em casos específicos do futebol brasileiro, bem como de jogadores brasileiros e estrangeiros, que se deslocam tanto dentro quanto fora do país. Não temos a pretensão de responder à pergunta do título deste trabalho, pois sabemos o quão difícil é atribuir valor a algo que não conseguimos ver, medir, ou quantificar, como o talento de alguém para praticar determinada tarefa. Propomo-nos, dessa maneira, a apresentar aqui um quadro que leva em consideração uma série de fatores, sob diversas ópticas, sobre o futebol e o mercado que engloba este esporte atualmente.

Para tanto, mostrou-se necessário atentar-se para toda uma estrutura que influencia, e muito, na quantificação do valor do jogador, como imagem, contratos publicitários, time pelo qual ele joga e de que forma será seu rendimento para o clube no futuro após uma negociação de seus vínculos trabalhistas, dentre outros fatores observados. Pelo acompanhamento do mercado do futebol através dos treinamentos e jogos, através do exercício etnográfico e da pesquisa de campo, e entrevistas com dirigentes, agentes, jogadores e jornalistas especializados, julgamos ser possível fazer uma análise sobre como mensurar os valores envolvidos no preço do talento de um jogador de futebol, além dos demais processos que caracterizam a trajetória deste: não basta analisarmos apenas as razões econômicas que permeiam as ações, se faz necessário observarmos aquelas de caráter sócio-antropológico, como veremos à frente.

---

<sup>1</sup> Como veremos ao longo da dissertação, há, analogamente ao dom futebolístico, o dom *maussiano*, encontrado em sociedades tradicionais que veem circular dádivas através das obrigações de dar, receber e retribuir. Toda vez que falarmos em dom, estamos tratando sob o ponto de vista futebolístico, portanto. O dom *maussiano* será devidamente identificado.

<sup>2</sup> Digo atualmente, pois, décadas atrás, a figura do agente de futebol, por exemplo, não existia. Hoje, entretanto, é fundamental para a circulação e valorização de atletas, como veremos a seguir.

A pesquisa de campo em quatro clubes do futebol paulista nos deu a oportunidade de conhecer e observar de perto o cotidiano de um clube de futebol e os processos simbólicos que emergem no dia a dia, envolvendo não somente aqueles ligados diretamente à agremiação esportiva, como jogadores, dirigentes e comissão técnica, mas também agentes, torcedores e jornalistas especializados. Esse acompanhamento se deu em São Carlos, no pequenino São Carlos Futebol Clube, em Campinas, na tradicional e centenária Associação Atlética Ponte Preta, e em São Paulo, nos grandes São Paulo Futebol Clube e Sociedade Esportiva Palmeiras. Além dessas observações, também pude acompanhar de perto algumas competições, tanto profissionais, como amadoras, como a Copa São Paulo de Futebol Junior.

O arcabouço teórico antropológico do esporte serviu-nos de base para essas observações *in loco*, na medida em que questões e hipóteses foram surgindo ao longo do trabalho. Recorrer ao que já foi produzido serviu de guia para trilhar nosso caminho pelas entranhas do mercado do futebol, tão volátil e tão sujeito as inúmeras influências, internas e externas ao esporte. A mídia especializada e suas publicações diárias também nos guiaram nesta caminhada, na qual acompanhamos de perto jornais, revistas, *websites*, blogs, e programas de televisão e rádio.

Entrevistas com os atores do mundo do futebol também foram realizadas. Elas se subdividiram em dois tipos: as formais, nas quais pude gravar as conversas realizadas com tais personagens, e as informais, que ocorreram em meio aos treinamentos no cotidiano dos clubes. Essas foram as formas encontradas para que atingíssemos, especialmente, os agentes, que muitas vezes não são possíveis de serem identificados. Foi preciso “caçá-los” no meio futebolístico e nos clubes, e insistir para que pudéssemos coletar suas declarações, especialmente porque, como veremos, eles não são muito bem vistos, sendo acusados de aproveitadores, que apenas visam o lucro no agenciamento das carreiras dos atletas.

O texto está dividido em três partes: na introdução, visamos contextualizar o leitor acerca dos pressupostos individualistas e mercadológicos que cercam o futebol atual. Na primeira parte, tratamos mais especificamente sobre o dom futebolístico dos atletas, tendo como pano de fundo o dom *maussiano*. Para além do viés teórico, mostramos também a parte etnográfica do trabalho, que traz as observações *in loco* realizadas nos clubes. E, finalmente, na segunda parte, buscamos analisar alguns fatores externos ao campo de jogo, mas que se mostram não menos importantes nesta análise sobre circulação e valorização dos jogadores.

## **Introdução**

### **Individualismo e o desenvolvimento dos pressupostos mercadológicos**

Antes de tratarmos especificamente do futebol, já que é sobre ele que lançamos nossa investigação, é de fundamental importância aprofundar a discussão tendo como base não apenas seu próprio desenvolvimento, como também as mudanças que se inseriram sobre a sociedade ocidental de modo geral e as transformações deste esporte ao longo de mais de duzentos anos de presença efetiva nas mais diversas paisagens sociais.

A vida nas sociedades ditas modernas e complexas, como sabemos, é caracterizada pela impessoalidade nas relações entre os indivíduos; paralelamente, vemos que o acesso à informação e à tecnologia atingem níveis inigualáveis nestas sociedades, bem como a especialização das atividades profissionais. Essa divisão do trabalho abrange todas as áreas, e no esporte não poderia ser diferente. Com a imposição da economia monetária e a adoção do dinheiro como principal meio de intermediação das relações entre os atores sociais, os indivíduos se tornaram cada vez mais diferenciados e únicos, e o dinheiro, cada vez mais indiferente e múltiplo. Veremos, a seguir, como esse quadro se aplica ao contexto do futebol.

Dumont (1983), quando estuda o individualismo baseado no sistema de castas indiano, afirma que o que entendemos hoje por individualismo moderno pode ser fruto do cristianismo e suas transformações em dezessete séculos de história. O autor tenta reconstruir esse caminho através da comparação entre ideologia moderna e não-moderna. O indivíduo é tanto um objeto fora de nós como um valor. De um lado, tem-se o sujeito empírico, singular e humano; do outro, “o ser moral independente, autônomo e não social” (Dumont, 1983, p.37), fruto de nossa ideologia moderna.

Desde o crescimento da religião cristã a partir de sua oficialização no império romano às reformas religiosas calvinista e luterana, o desenvolvimento da presença do indivíduo no mundo atingiu nível de destaque com o Iluminismo, e a Declaração dos Direitos do Homem, em 1789. Nesse período, a comunidade cristã hierárquica foi substituída por diversos Estados individuais, compostos por homens individuais. Assim,

o estabelecimento da sociedade ou do Estado a partir do isolamento do indivíduo se deu pelo contrato social.

Já Elias, respaldado por suas observações sobre parte do “processo civilizador” ocidental afirma que cada indivíduo ocupa um lugar específico na sociedade em que vive. Esse lugar e sua função exercida fazem com que esse indivíduo assuma uma posição, conheça pessoas, se relacione com elas, trabalhe, ganhe dinheiro, seja um consumidor, etc. Elias parte das unidades menores – os indivíduos – que formariam as maiores – as sociedades – através de suas relações para fazer uma análise social. Para tanto, o autor afirma que “é necessário desistir de pensar em termos de substâncias isoladas únicas e começar a pensar em termos de relações e funções” (Elias, 1994, p.25). Nesse mundo social, portanto, o indivíduo se liga aos pares, definindo o que o autor considera como sociedade – “rede de funções que as pessoas desempenham umas em relação às outras”, já que as ações de um indivíduo tomado particularmente estão vinculadas às ações de seus pares, numa relação de interdependência que forma longas cadeias de atos. É somente a partir das relações construídas pelos indivíduos que podemos analisá-los isoladamente e entendê-los, ou seja, entender sua “psique”. Por tentar não dicotomizar conceitos como indivíduo e sociedade, o autor considera que o primeiro aparece como espécie de extensão do segundo, numa relação que minimiza as instâncias transcendentais da determinação de um plano sobre o outro – do social sobre o individual, ou do econômico sobre o social, por exemplo.

Seguindo essa linha de análise, não se pode ignorar as transformações ocorridas principalmente durante o século XIX no que chamamos de “civilização ocidental”: o desenvolvimento de um estado político, social e econômico jamais vistos. De acordo com Polanyi, a civilização européia deste século se apoiava em quatro instituições, basicamente: um sistema de equilíbrio de poder, que por um século impediu a ocorrência de guerras entre as potências; o padrão internacional do ouro, seguindo uma organização econômica mundial única; o estado liberal; e o mercado autorregulável. O autor destaca este último fator, pois “a chave para o sistema institucional do século XIX está nas leis que governam a economia de mercado” (Polanyi, 2000, p.17). Este equilíbrio entre os setores políticos e econômicos, associado a um período de paz entre as potências, durou até 1914, quando eclodiu a primeira grande guerra.

Dois importantes processos mudaram a situação do quadro sócio-político e econômico da Europa no século XIX, acompanhando, paralelamente, o início do processo industrial: a mudança no uso da terra, de arável para pastos, e o cercamento.

Aliado a esses dois fatores, o fornecimento de lã fez desenvolver os primeiros aglomerados industriais na Inglaterra, bem como a expansão dos mercados, o carvão e o ferro, a multidão desalojada das terras cercadas, a existência de instituições livres e a invenção das máquinas.

A mudança no setor produtivo também foi um fator importante a ser observado quando fazemos uma análise como essa: antes a terra, depois a fábrica. Porém, o mercado, a partir de então, não negociava mais uma mercadoria pronta, algo que era fruto da terra; ele comprava trabalho e matéria-prima, e então os vendia. Uma transformação importante daí decorreu: “a motivação do lucro passa a substituir a motivação da subsistência” (idem, p.60). As transações passaram a ser monetárias e o sistema de mercado, por ser autorregulável, tornou-se o que se acostumou a chamar de economia de mercado.

Essa economia de mercado mostrou-se independente, quanto a sua própria regulação, como dissemos, algo que se sustentava pelos preços, e tão somente por isso – não havia interferência externa. Em sociedades tradicionais, os indivíduos viviam e se preocupavam com princípios coletivos, isto é, os membros da comunidade eram coagidos socialmente a agirem pensando nos e respeitando os interesses do todo coletivo. Polanyi cita dois princípios especiais que caracterizavam essas sociedades: reciprocidade e redistribuição. Além disso, vigorava a produção subsistente, voltada para o consumo interno dessas sociedades.

Com a evolução para os padrões de mercado, a permuta criou uma instituição específica, qual seja, o mercado. Cidades surgiram ao entorno destes e, até meados do século XVIII, esses centros de comércio eram basicamente locais e simples, que abrangiam apenas a vizinhança, mesmo nos países mais desenvolvidos da Europa Ocidental. A separação entre comércio local e de exportação foi o próximo passo dado em direção a uma economia de mercado. O Estado interveio e as diferenças e a distância entre o campo e a cidade foram diminuindo e o mercado nacional foi se consolidando. Neste cenário, todos os componentes do sistema de produção – trabalho, terra e dinheiro – estavam inseridos no mercado. Os dois primeiros, como sabemos, também ocorreram em sociedades que não possuíam esse tipo de economia; a sua inclusão nesse sistema, portanto, indica que toda a sociedade passa a estar subordinada às leis dessa economia. De um quadro que indicava uma sociedade basicamente comercial, passamos então para um cenário ampliado, com a presença de componentes industriais e de um sistema fabril. Tais componentes – terra, trabalho, dinheiro e, agora, máquinas – estavam, dessa

forma, à venda, o que denota que cada vez mais a ação do mercado seria regulada por instituições com essa tarefa específica.

O último estágio a ser alcançado pela economia de mercado foi o estabelecimento do mercado de trabalho. Porém, logo em seu advento, ficou claro o lento crescimento do emprego formal e o rápido crescimento do subemprego e do desemprego, por sua ligação com o comércio de modo geral e, mais especificamente, com as grandes flutuações das transações baseadas nas manufaturas. Dessa maneira, com o florescimento dessa sociedade de mercado, não foi mais possível impedir que uma sociedade econômica surgisse separada do estado político, aponta Polanyi.

Aqui, dois princípios norteavam seu rumo: o liberalismo econômico, o mesmo do *laissez-faire* e do livre comércio; e a proteção social, que visava encobrir os homens e o meio através de instrumentos e ações restritivas às ações da livre negociação – destaque para as classes específicas da sociedade que surgiam à época, como os fundiários, artesãos e trabalhadores das fábricas.

Mas tais princípios não estavam à deriva nesta sociedade. O intervencionismo governamental era cada vez mais presente, organizando a tal liberdade da terra, do trabalho e da administração geral. Esse paradoxo foi visto por muitos teóricos como uma reação espontânea ao liberalismo econômico e ao *laissez-faire*, sem que se alterassem os interesses econômicos gerais. O que houve foi uma verdadeira busca por proteção por alguns setores sociais contra os venenos daquela economia de mercado. Essas atitudes indicam, no limite, que os interesses gerais de toda uma sociedade em transformação entraram em campo e definiram como a nova economia de mercado alteraria as bases comunais (Hobsbawm, 2004).

Assim, principalmente na segunda metade do século XIX, o mercado de trabalho pode se estruturar como tal quando passou a resguardar condições flexíveis e salários justos. Isso foi atingido pela ação de sindicatos, leis e seguro desemprego, o que contribuiu para que o trabalho se tornasse, cada vez mais, mercadoria. Essas ações protecionistas, no entanto, ameaçavam o sistema de mercado ao mesmo tempo em que os setores ligados a terra se dedicavam a reafirmar seu compromisso com o liberalismo econômico.

A autorregulação do mercado, então, começou a mostrar-se ineficiente e deletéria. Foi necessário, a partir daí, que o Estado interviesse, associando a esfera política ao sistema de mercado. No entanto, na medida em que os direitos políticos abrangiam mais setores da sociedade, mais difícil era esta tarefa. Tais

desregulações no mercado e a crescente participação da política nas questões financeiras fizeram aumentar, até mesmo, a presença da intervenção armada nas negociações comerciais.

Entre a segunda metade do século XIX e a primeira metade do século seguinte, os mercados competitivos passaram a monopolizar as ações pela adoção de medidas protecionistas. Os indivíduos eram substituídos por associações não competitivas e a economia de mercado começou a sua derrocada quando os conflitos de classe lhe penetraram profundamente. Após a primeira grande guerra, a inflação e o desemprego surgiram como perigos ligados à instabilidade da moeda. Os partidos trabalhistas europeus, desse modo, passaram a enfrentar as demais correntes políticas, o que indicava uma polarização entre patrões e empregados. O restante da população buscava apoiar-se num ou noutro lado.

De acordo com Polanyi, a sociedade que se construiu ao longo do século XIX entrou em colapso pelas medidas que foram adotadas para se evitar a ação deletéria do mercado autorregulável, que se baseava no autointeresse. “A fraqueza congênita da sociedade do século XIX não foi o fato de ser uma sociedade industrial e sim uma sociedade de mercado” (Idem, p.290). A economia, como fator limitante dessa sociedade, se sustentava pelo padrão ouro e pelos regimes políticos constitucionais. Porém, um novo mundo começou a surgir quando os governos passaram a colaborar, economicamente, entre si e quando deram a seus comandados a liberdade de se auto-organizarem.

Já Simmel afirma que ainda tínhamos o indivíduo agrário, corporativo e religioso no século XVIII. Ao chegarmos ao século seguinte, o fim da Idade Média e as revoluções liberal e industrial provocam nos homens certa vontade de distinguir-se entre si, de tornar-se diferente, seres libertos. Se antes o individualismo era de caráter quantitativo, agora temos um individualismo qualitativo e específico. A cidade grande e moderna é o *locus* onde ambos se encontram e se atingem mutuamente num conflito social. A autonomia do indivíduo, enfim, revela um ser livre dos laços do Estado e da igreja (Waizbort, 2000). A passagem do século XVIII ao XIX, assim, é caracterizada pelo avanço da economia monetária, revelando uma estreita relação entre individualização e crescimento dos círculos sociais, já que agora temos a presença do dinheiro, que inserido na vida das grandes cidades, aumenta a velocidade da vida em sociedade. A partir daí, como atividade característica desse homem “cultivado”, o valor-dinheiro aparece como meio de ligação entre os atores sociais. Mas Simmel aponta para

um processo de autonomização dos meios, isto é, um processo no qual os meios substituem os fins ao nível dos indivíduos. Como o dinheiro é o meio para se conseguir um sem número de coisas, acaba por perder suas características, tornando-se transparente. Como é trocado por cada vez mais objetos, estes acabam por se igualar a ele.

Por esse caráter impessoal, suas aparições se dão quando temos trocas qualitativas. Quando valores pessoais se apresentam numa relação, o dinheiro possui função imprópria; caso algo seja envolvido por ele, é contaminado e torna-se algo impessoal. “Eis porque tudo o que é pessoal não pode ser pago com dinheiro – a esposa, a honra, a gratidão, os sentimentos” (Idem, p.142).

Para Elias, as relações dos indivíduos com os demais formam, como vimos, as redes de ações que nos acostumamos a denominar sociedade. Portanto, suas histórias são de fundamental importância para que possamos ao menos tentar compreendê-las. Não podemos considerar apenas fatores naturais para avaliarmos o nível de individualização de alguém, mas também toda a estrutura social na qual ele está inserido. Simmel aponta que o individualismo qualitativo do século XIX influenciou, e muito, o que vemos hoje em dia, em sociedades complexas: “Os dois grandes princípios, que atuaram conjunta e inextricavelmente na economia do século XIX: a concorrência e a divisão do trabalho [especialização]” (Idem, p. 502). Nessas sociedades, o grau de individualização é maior que nas chamadas sociedade simples ou primitivas. Dito de outra maneira, o que temos é um tipo de “especialização do individualismo” que, evidentemente, não pode ser estendido a todas as paisagens sociais que conhecemos. Assim, numa sociedade na qual o trabalho ocupa tanto tempo das pessoas, a divisão das atividades não poderia ser menos importante. É algo que podemos observar em todas as áreas nas quais atuam os seres humanos, inclusive no esporte.

A divisão do trabalho só fez aumentar a importância do dinheiro na mediação da relação entre as pessoas, pois pressupõe a divisão da produção numa unidade econômica que a todos engloba. Este processo, segundo Simmel, indicaria um “incremento da individualidade”, pois o dinheiro é o elemento que dá vida ao moderno. Quanto mais presente é o dinheiro, menos se evidenciam as características qualitativas das coisas, ou seja, onde há a presença do dinheiro haveria tentativa de nivelamento entre aquilo que está sendo mediado por ele (pessoas e coisas), num processo nas quais as qualidades

intrínsecas são extraídas para que se estabeleça uma medida (de ordem simbólica, sobretudo) de igualdade, dentro da dinâmica da troca.

Esse processo, ademais geral para todas as coisas, ao que nos parece, tenciona o modo como apreendemos ou tentamos mensurar o valor dos jogadores de futebol, objeto dessa dissertação, a partir daquilo que se define por dom futebolístico, quando em circulação no mercado esportivo. Este dom, como qualidade individual, é o que no senso comum cimenta simbolicamente a dinâmica do mercado futebolístico, principalmente pelo modo como esse individualismo que estamos tratando nos faz atribuir valores às coisas todas. Diferentemente, temos o dom *maussiano*, isto é, uma modalidade ou forma de troca de dádivas que está mergulhada em todos os espaços da vida social de determinados grupos. Veremos, a seguir, um quadro mais detalhado sobre essas assertivas.

No futebol, o surgimento de jogadores profissionalizados esteve diretamente relacionado com esse processo. O panorama exposto acima engloba esse esporte, de modo que tentamos seguir o caminho proposto por Elias, porém, ao invés de nos dedicarmos ao viés político, adotamos aqui um olhar sobre os valores econômicos que estão, sobremaneira, ligados aos valores impostos pelo individualismo. Como veremos, a produção de atletas de alto rendimento se dá por sua individualização, separando-os entre si e sendo escolhidos em meio a milhares de aspirantes.

O dom, como qualidade individual, portanto, é estimulado a aparecer a todo momento, desde as categorias de base até o profissionalismo, num processo semelhante àquele observado por Latour (1997), quando trata da produção dos fatos científicos em um laboratório, mediante observação etnográfica. O autor aponta que a metodologia utilizada em tal *locus* visa individualizar os elementos que estão em observação. Na busca pela substância denominada TRF, ratos, hipófises e moléculas são separadas a todo momento para que a purificação das substâncias seja atingida em seu nível máximo, num processo que as isola, realizado em etapas e que envolve todo o laboratório. Percebemos que a descrição de Latour elucida uma questão importante: nos laboratórios científicos, o produto final não está pronto; a substância é buscada e inventada através de um processo de individualização que envolve uma série de testes. É como se os cientistas lapidassem a matéria orgânica bruta até que a substância que se busca seja, mais do que simplesmente “descoberta”, produzida através de um processo fenomenotécnico que envolve homens, máquinas, substâncias, testes, etc. – já que esta substância não existe na forma *in natura* na natureza.

No caso dos jogadores de futebol, um processo análogo pode ser verificado. O atleta é trabalhado desde tenra idade, muitas vezes a partir de dez, doze anos. O dom, percebido pelo capital futebolístico naturalizado a partir das habilidades corporais destacadas por aqueles que observam, não é reconhecido imediatamente e valorizado de tal forma a garantir um futuro brilhante para um jovem aspirante a jogador de futebol. É gasto muito tempo e trabalho em cima deste até que seja individualizado e purificado, estando pronto para satisfazer a necessidade de um clube e seus torcedores, da mesma forma que ocorre num laboratório, à procura de uma substância específica, como mostrou Latour. Os exemplos são inúmeros, mas aqui vale ressaltar um caso clássico: Zico, quando no início da carreira nos anos 1970, no CR Flamengo, era um garoto muito franzino e, ao mesmo tempo, talentosíssimo; por intervenção científica, tornou-se apto ao futebol de alto nível ao adquirir massa muscular por meio de exercícios físicos e medicamentos, ou seja, foi submetido a um processo de “aperfeiçoamento” físico que o ajudaria, como se sabe, a desenvolver seu capital corporal técnico-futebolístico estimulado desde muito novo.

Aqui vale ressaltar que esse processo de lapidação do dom parece revelar certa perda da autonomia política dos atletas sobre si mesmo, por assim dizer, já que se colocam à mercê dos profissionais da ciência fisioterápica e médica. O corpo aparece como unidade política que é utilizado economicamente, transformado e aperfeiçoado constantemente nos laboratórios do futebol: “A disciplina aumenta as forças do corpo (em termos econômicos de utilidade) e diminui essas mesmas forças (em termos políticos de obediência)” (Foucault, 1986, p.127).

Daí a tornar-se profissional, o atleta precisa obter destaque individual num esporte coletivo. Por mais paradoxal que possa parecer, esse processo é reafirmado constantemente: os melhores desta ou daquela posição são escolhidos a cada final de temporada, o artilheiro, o goleiro menos vazado, o melhor jogador. O prêmio individual mais cobiçado por um jogador de futebol, concedido pela FIFA, mostra bem isso: ser considerado o melhor jogador do mundo no ano é o maior feito individual para um atleta deste esporte, espécie de ratificação daquilo que se apresentava em estado bruto, seu dom futebolístico, mais uma vez, tomado como qualidade intrínseca e inata. E tal prêmio tem somente dezessete anos de existência<sup>3</sup>, o que reitera, mais uma vez, o caráter individual que atinge a vida do homem moderno.

---

<sup>3</sup> O prêmio de melhor jogador do mundo foi concedido pela FIFA, pela primeira vez, em 1991. A edição é anual, sempre escolhendo os três melhores do ano. A eleição é baseada em votos de capitães de seleções

## **Um breve histórico do futebol**

Para iniciarmos a discussão de modo mais profundo e evitarmos qualquer tom especulativo, segue abaixo um breve histórico sobre o futebol e o contexto no qual ele emergiu, tornando-se o que hoje Damo (2007) denomina “futebol de espetáculo”. São considerações superficiais, mas que nos servem de base para iniciarmos a análise sobre o dom no futebol atual. Embora sejam conhecidas algumas referências à prática do futebol desde tempos remotos e antigos, antes de Cristo, inclusive, é somente a partir do século XIV que temos as primeiras fontes inglesas seguras no que diz respeito ao jogo de bola que hoje denominamos futebol, ainda que estes deem conta de um esporte bem diferente do atual. As autoridades medievais tentavam proibir tais práticas populares, sobretudo, assemelhadas ao que viria mais tarde ser conhecido por futebol pela violência e o comportamento explosivo que instilava dos indivíduos à época, refletidos nos descampados onde eram praticados.

Além destas formas não institucionalizadas do futebol, havia outra, tida como ritualizada, que se caracterizava por ocorrer em dias de santos ou feriados religiosos. Era “uma atividade de lazer equilibrador” (Elias,1992), ligada à Igreja católica. A solidariedade nestas sociedades tradicionais se caracterizava por atitudes de ódio e inimizade, ou seja, práticas comuns e espontâneas, e isso se aplicava ao futebol jogado nesse momento histórico, que também consistia num mecanismo de saldar velhas richas entre grupos e vilarejos rivais, uma vez que as várias esferas da vida social estavam fortemente interligadas.

Como podemos imaginar, este futebol não era totalmente desregrado, embora ainda não existisse um corpo de leis oficiais que regulamentasse a prática do esporte. Juízes externos ao jogo também eram inexistentes, e as poucas regras respeitadas eram orais, transmitidas pelo costume e pela prática, de geração em geração. Segundo Elias,

“como bons vinhos, a maioria dos desportos necessita de muito tempo para evoluir até esta forma, para crescer até à

---

nacionais e seus respectivos treinadores. Os votos são divididos em pesos de 5, 3, e 1 ponto. O atleta que receber mais pontos é considerado o melhor do mundo. A eleição para o futebol feminino teve início em 2001.

maturidade e encontrar a forma ótima (...) Em geral, passaram por um período de ensaio e erro antes de atingirem uma forma que garantisse suficiente tensão por tempo satisfatório sem favorecer tendências no sentido do empate” (Idem, p.232).

Com o futebol não foi diferente. Copartícipe daquilo que Elias chama de processo civilizador, no qual não só o domínio dos entretenimentos e a dimensão lúdica, mas todas as demais esferas da vida social ao longo da Idade Moderna foram se coadunando com aquilo que o autor define por parlamentarização da vida pública, ou seja, a produção de mediações formais e informais, institucionalizadas (políticas) e comportamentais (etiquetas, por exemplo), coletivas e individuais (equilíbrio das pulsões), foram paulatinamente e de modo não planejado alterando o modo de vida moderno, levando às noções como igualdade e democratização. E no futebol tal processo o levaria ao regime profissional, com a conseqüente consolidação da indústria do espetáculo esportivo ao longo do século XX.

Em 1904 é fundada a FIFA<sup>4</sup>, o órgão máximo do futebol mundial e que desde então controla a prática profissional do esporte no mundo. A América do Sul foi o primeiro continente a formar uma confederação: em 1916 é criada a Confederação Sul-Americana de Futebol (CSF), hoje CONMEBOL<sup>5</sup>. Três anos depois é organizado o primeiro campeonato sul-americano de futebol, e o Brasil saiu-se vencedor, consolidando, como um rito de passagem, o reconhecimento do futebol nacional no cenário internacional (Franceschini, 2005).

A partir dos anos 1920 a FIFA começa a organizar um torneio mundial de seleções, algo alcançado em 1930, no Uruguai. As demais confederações continentais surgiram a partir da década de 1950, incentivando ainda mais a prática do esporte por todo o globo através de competições internacionais, como a própria Copa do Mundo e as Copas Continentais – como a Copa Européia de seleções – além de torneios internacionais entre clubes, como o Mundial de Clubes da FIFA.

Especificamente no Brasil, o futebol começou a ser organizado a partir de 1916, com a criação da Confederação Brasileira de Desporto (CBD), com sua sede no Rio de Janeiro. Após ultrapassar a esfera do amadorismo, o futebol começou a instituir prêmios

---

<sup>4</sup> Federação Internacional de Futebol Associação é a instituição que dirige as associações de futebol em todo mundo. Fundada em 21 de maio de 1904, tem sua sede em Zurique, na Suíça.

<sup>5</sup> São seis confederações continentais, todas elas subordinadas à FIFA: Ásia (AFC), África (CAF), América do Norte (CONCACAF), América do Sul (CONMEBOL), Oceania (OFC) e Europa (UEFA).

e compensações financeiras aos jogadores, contribuindo para o processo de mercadorização dos mesmos através dos clubes sócio-esportivos, ou seja, os jogadores defendiam agremiações esportivas particulares, sendo, portanto, em sua grande maioria, membros das elites brasileiras. Esse aparente profissionalismo foi se fortalecendo cada vez mais ao longo da primeira metade do século XX, até que em 1933 foi decidido por clubes cariocas e paulistas – estes dois estados eram os que possuíam os maiores clubes e os torneios mais organizados do cenário futebolístico nacional – que a partir de então era obrigatória e necessária a remuneração dos jogadores e a compensação financeira quando do rompimento do contrato, que na prática instituía o chamado “passe”.

Até 1979, a CBD foi a responsável por organizar o futebol brasileiro, quando foi substituída pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Esse foi apenas um passo dado pelo esporte no país em direção à profissionalização. Podemos apontar algumas etapas-chave neste processo, que se seguiu paralelamente ao que ocorria na Europa. Por lá, o futebol rumou para os lados do “futebol como negócio” basicamente por três fatores:

“Transformação dos clubes de futebol em empresas com fins lucrativos, o impulso à comercialização dos direitos de transmissão para a tevê dos torneios esportivos em bases rentáveis e o incremento dos investimentos em *marketing* de empresas que fornecem equipamentos e serviços para o negócio” (Stycer, 2009, p.136).

Esse quadro só se formou porque, paralelamente na esfera política e econômica, de modo geral, consolidou-se um discurso que pregava a desregulamentação dos mercados, a reforma do papel do Estado, privatizações e busca aberta por competitividade. Evidentemente o futebol brasileiro não seguiu à risca essa agenda, muito por estar um passo atrás dos países europeus sob o ponto de vista do contexto histórico. Por aqui, tivemos nos anos 1950 o início da chamada era dos estádios, na qual a ligação torcedor-clubes se consolidou com a maciça presença destes nos estádios de futebol; nos anos 1960-70 tivemos a era da televisão, que deu início às transmissões futebolísticas, ainda que de forma gratuita, além do projeto militar de nação, no qual “a elite política visou instrumentalizar o futebol na obtenção de dividendos eleitorais”; na década de 1980 iniciou-se a era dos patrocinadores, aumentando o leque de receitas dos clubes; em 1990, temos a era da nova mídia, quando a televisão passou a pagar enormes quantias

pelos direitos de transmissão dos jogos, o que representa, até hoje, a maior fonte de receita de quase todos os grandes clubes brasileiros; e finalmente, os anos 2000, com a era do *marketing* esportivo e o aumento da velocidade e da amplitude da circulação de informações, pois os clubes passaram a possuir meios variados de obtenção de receitas, fazendo de seus símbolos, cores e atletas produtos altamente rentáveis (Aidar, Leoncini e Oliveira [Orgs], 2002).

Desde 1860, portanto, no início de seu processo de popularização na Inglaterra, o futebol iniciou um longo caminho de constantes transformações em direção ao que chamamos hoje de “futebol de espetáculo”, sob o qual se dá nossa observação. Ao deixar a esfera do lazer<sup>6</sup>, o futebol aparece na vida de muitos como um meio de ascensão social, e não mais mero entretenimento. A partir daí, com João Havelange<sup>7</sup> à frente da FIFA (de 1974 a 1998) foram criados campeonatos mundiais nas categorias infanto-juvenil, juvenil e juniores masculinos e femininos, além de reinventar-se o maior de todos os eventos futebolísticos: a Copa do Mundo:

“[A Copa do Mundo] deixou de ser uma mera competição esportiva entre países para transformar-se numa imensa arena de negócios, impulsionada também por uma popularização sem precedentes do futebol (...) Um produto vorazmente consumido em regiões e locais variados e cujo alcance só aumentou com o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação” (Jacobs & Duarte, 2006, pp.18-19).

O Brasil também acompanhou esse processo. Proni (1999) aponta para a guinada da CBF a uma administração nos moldes empresariais<sup>8</sup>; crescimento dos investimentos dos meios de comunicação, com o aumento dos contratos de transmissão dos torneios entre

---

<sup>6</sup> Nem todas as esferas do futebol são profissionalizadas e racionalizadas por completo. Para o torcedor, em geral, por exemplo, ir ao estádio para acompanhar uma partida do seu time é uma atividade tida como lazer.

<sup>7</sup> Jean-Marie Faustin Godefroid Havelange foi atleta de esportes aquáticos – natação e pólo – e advogado. Tornou-se dirigente esportivo em 1956, assumindo um cargo na diretoria da CBD. Em 1958 assume a presidência da entidade e toma contato com o futebol, colhendo os frutos das boas administrações até 1962, quando o Brasil sagrou-se bicampeão mundial no esporte. Em 1974 assume a presidência da FIFA e deixa o cargo ocupado à frente da CBD.

<sup>8</sup> A título de exemplo, em 1996, a CBF assinou um contrato de dez anos com a multinacional norte-americana Nike, por U\$ 170 milhões no exclusivismo fornecimento de material esportivo. Em 1998, assinou outro acordo com a multinacional Coca-Cola, por U\$ 2 milhões por ano. Esses tipos de contratos são assinados todos os anos, com empresas dos mais diversos setores da economia mundial, envolvendo cifras cada vez maiores.

clubes e televisão; desenvolvimento do *marketing* esportivo; e o investimento de instituições financeiras, como nas parcerias Hicks Muse-Corinthians, ISL-Flamengo, Nations Bank-Vasco, entre outros.

Esse futebol é organizado, de forma monopolista e globalizada, pela FIFA, que controla seis confederações continentais e duzentas e sete federações nacionais, associada à *International Board*, entidade coirmã que define as regras do esporte. Esse controle monopolista exercido pela FIFA à frente do futebol mundial é claro e incontestável, já que não há futebol profissional fora deste círculo mantido pela entidade. Além disso, temos hoje o futebol *flair play*, que impõe ao esporte e a seus profissionais um modo de jogar no qual as regras são seguidas à risca e tudo não passa de um jogo<sup>9</sup>. Neste futebol há uma clara e forte divisão do trabalho, de atletas a dirigentes, passando por torcedores e imprensa. Esses atores estão envolvidos em todos os níveis da vida sócio-futebolística, direta e indiretamente, fazendo o mundo do futebol girar: torcedores que compram ingressos, produtos e notícias; dirigentes que administram clubes e montam times; mídia especializada que acompanha e reproduz grande parte do que acontece, de forma cada vez mais detalhada; e atletas que fazem gols, são valorizados e circulam no mercado do futebol pelo dom que possuem.

### **O futebol atual: sua dimensão econômica e novas legislações**

Como bem sabemos, os clubes de futebol participam da economia mundial, muitas vezes movimentando quantias altíssimas, seja em arrecadação com publicidade, venda de ingressos e de produtos ligados à marca do clube, premiações, direitos de transmissão dos jogos e, no que nos diz essencial respeito, nas transferências de seus jogadores. Há que se ressaltar que essas são características dos grandes clubes brasileiros, ou seja, parte daqueles que disputam a primeira divisão do campeonato nacional. Nos clubes médios e pequenos, os salários não são tão altos assim, nem as transferências movimentam grandes quantias de capital, até porque, atualmente, os grandes clubes contratam jogadores cada vez mais jovens dos clubes pequenos, antes mesmo que estes tenham seu talento reconhecido.

---

<sup>9</sup> É bem verdade que nem sempre as regras do jogo são seguidas. Violência e ações ilegais ocorrem em campos por todo o mundo. Porém, não é sobre esse futebol que nos lançamos a observar.

Para um clube conquistar títulos (essa é sempre uma reivindicação da parte dos torcedores) e aumentar o faturamento (o ponto de vista dos administradores), é necessário montar um time forte, visando competições regulares organizadas, em sua última instância, pela FIFA. Para tanto, ou voltam-se para as categorias de base<sup>10</sup>, na busca de novos talentos, ou contratam-se atletas de outras agremiações esportivas, o que aponta a característica principal do chamado mercado esportivo: a intensidade de idas e vindas de jogadores entre os clubes é tamanha que, de um ano para o outro, um time pode ter seu plantel de atletas alterado quase por completo.

A FIFA alterou as leis que regulamentam as transferências de jogadores entre clubes com base num caso polêmico ocorrido em 1995, o chamado “Caso Bosman”, proferido pelo Tribunal Europeu de Justiça. O jogador Jean-Marc Bosman ganhou uma ação judicial contra seu clube, o RFC Liege, a Federação Belga de Futebol e a UEFA – Confederação Européia de Futebol. Em junho de 1990, o RFC Liege e Bosman não chegaram a um acordo salarial. O atleta foi, então, colocado na lista de jogadores transferíveis, com uma cláusula de indenização de 11.700 francos belgas – esse era, na verdade, o preço do passe do jogador. O Union Sportive Dunkerque da França fez uma proposta para o time belga e ambos acordam o empréstimo do jogador por uma temporada, mais uma opção de compra do passe, mas o clube francês não admite a cláusula de indenização que propõe o Liege, que acaba por negar ao time francês o passe do jogador, afastando-o da equipe.

Bosman, então, deu início aos trâmites judiciais alegando que as normas de transferência da Federação Belga de Futebol e da UEFA/FIFA lhe estavam impedindo a transferência ao US Dunkerque. Com base em artigos do Tratado de Roma, de 1957, que diziam ser proibido que associações ou federações esportivas nacionais e internacionais limitassem o acesso de jogadores estrangeiros, cidadãos da Comunidade Européia às competições que organizavam, e que os clubes de futebol poderiam exigir e receber o pagamento de uma quantia em dinheiro pela contratação de um de seus jogadores por um novo clube empregador havendo terminado seu contrato, Bosman venceu a disputa e conseguiu a transferência. Este caso foi o marco que definiu a

---

<sup>10</sup> Nem todos os clubes brasileiros investem na formação de atletas da maneira adequada. É um alto investimento, pois é necessário manter um centro de treinamento, alojamento e alimentação para dezenas de atletas, bem como toda a parte de fisiologia, fisioterapia e recuperação médica. Para termos uma idéia, o Centro de Formação de Atletas Presidente Laudo Natel, que pertence ao São Paulo FC, gastou US\$ 3 milhões em 2007 para manter 95 jovens atletas.

mudança nas regras legais para circulação de jogadores no mercado do esporte, intensificando, desde então, o referido processo.

A FIFA, assim, propôs a criação de um certificado internacional que tornasse as transferências mais homogêneas, obrigando que um documento oficial e internacional de transferência fosse expedido pela confederação nacional do antigo clube a pedido da confederação nacional do novo time.

Antes disso, portanto, havia o chamado “passe”, isto é, o clube, ao contratar um atleta, comprava o passe do jogador e assinava com este um contrato profissional. Caso outra agremiação intentasse contratar o dito atleta, teria que fazê-lo por meio da compra deste passe, mediante negociação entre as partes e contraprestação monetária. É importante notar também que a noção de valor atrelada ao dom futebolístico, aqui desenvolvida, também poderia ser ligada ao passe do atleta. Porém, nossos olhares se voltam, como dissemos acima, para o chamado futebol de espetáculo, no qual o passe já não mais existe legalmente e os contratos entre clubes e jogadores passaram a se caracterizar por uma multa rescisória, ou seja, um jogador assina um acordo com um clube e só pode deixá-lo, com destino à outra agremiação, no caso do pagamento da quantia especificada no contrato. No fim deste, o jogador estará livre para negociar com qualquer clube que tiver interesse em contar com seu trabalho.

No Brasil, o passe foi extinto pela Lei número 9.615 de 24/03/1998, a chamada Lei Pelé. Desta forma, o primeiro contrato assinado por um jogador com o clube que o formou pode ser assinado aos dezesseis anos de idade, tendo duração mínima de três anos e máxima de cinco anos; decorrido este prazo, o clube formador pode renová-lo ou não, o que determinará o destino do atleta. Caso algum clube queira contar com o jogador antes do término de seu contrato, terá de fazê-lo mediante pagamento da multa rescisória, como dito acima. Caso o contrato expire, o jogador estará livre para negociar com qualquer clube.

Ouvimos muito na imprensa esportiva que determinado clube possui os “direitos federativos” de um jogador. De acordo com a Lei Pelé (Lei nº 9615/98), nas relações trabalhistas entre clubes e atletas não há mais o passe, como dito acima. Este era definido pelo artigo 11 da Lei nº 6354/76 como “a importância devida por um empregador a outro, pela cessão do atleta durante a vigência do contrato de trabalho ou depois de seu término...”. Atualmente, o artigo 28 da Lei Pelé prevê, em seu segundo parágrafo, o seguinte:

Art. 28: A atividade do atleta profissional, de todas as modalidades desportivas, é caracterizada por remuneração pactuada em contrato formal de trabalho firmado com entidade de prática desportiva, pessoa jurídica de direito privado, que deverá conter, obrigatoriamente, cláusula penal para as hipóteses de descumprimento, rompimento ou rescisão unilateral.

§ 2o O vínculo desportivo do atleta com a entidade desportiva contratante tem natureza acessória ao respectivo vínculo trabalhista, dissolvendo-se, para todos os efeitos legais:

I - com o término da vigência do contrato de trabalho desportivo; ou

II - com o pagamento da cláusula penal nos termos do caput deste artigo; ou ainda

III - com a rescisão decorrente do inadimplemento salarial de responsabilidade da entidade desportiva empregadora prevista nesta Lei.

Com isso, encerrou-se a necessidade de atestado liberatório após o fim do contrato entre clube e jogador. Mas, hoje em dia, ouvimos, a todo instante a expressão “direitos federativos”, que seria o vínculo desportivo entre as partes durante o tempo de contrato. Mas tal vínculo não pode pertencer a um particular, devendo, necessariamente, ser celebrado entre clubes e atletas, de acordo com as Leis nº. 6354/76 (art.1º) e nº. 9615/98 (art.28):

Art.1º: Considera-se empregador a associação desportiva que, mediante qualquer modalidade de remuneração, se utilize dos serviços de atletas profissionais de futebol, na forma definida nesta Lei.

Dessa forma, desde 1998, o atleta pode, a qualquer momento, rescindir seu contrato de trabalho mediante pagamento de multa prevista no contrato. A multa acima referida está prevista no artigo 28, §3º da Lei nº 9.615/98.

Art. 28

§ 3o O valor da cláusula penal a que se refere o caput deste artigo será livremente estabelecido pelos contratantes até o limite máximo de cem vezes o montante da remuneração anual pactuada.

Assim, um clube jamais pode declarar-se dono dos direitos federativos de um atleta, não detendo, assim, a força de trabalho deste. Do ponto de vista jurídico, o mais correto seria falarmos em vínculo trabalhista, e não direitos federativos. Mas toda a “cultura” futebolística, de jogadores à mídia, passando pelos dirigentes e torcedores, utiliza a segunda expressão. Parece-nos um resquício da lei do passe e das relações tradicionais que ficaram enraizadas no futebol de modo geral. Esse quadro pode se mostrar, muitas vezes, ambíguo, no que diz respeito ao plano discursivo e ao plano prático, pois a linguagem utilizada mantém as rédeas nas mãos dos dirigentes, o que estaria em confronto com a atual legislação esportiva.

Com relação aos contratos firmados entre clubes e jogadores, temos um acordo encerrado entre as partes sobre direitos e deveres. Quando ainda havia o passe, o clube era “dono” do jogador, e podia negociar os direitos deste com os demais clubes. A categoria “dono”, aqui, pode ser vista como resultado da extensão da propriedade de si a algo por meio do trabalho: “os objetos são, por assim dizer, contaminados pela ação do corpo, ação esta que pertence exclusivamente ao agente e que retira as coisas do estado natural, anexando-as a si enquanto seu domínio privado” (Fausto, 2008), de acordo com a teoria *lockiana* sobre propriedade. Numa comparação com a noção de “dono” concebida por alguns povos da Amazônia, Fausto aponta que nós, ocidentais, apropriamos coisas úteis quando agimos socialmente, tornando-as exclusivas. Resultado: surge uma distinção entre proprietário e não-proprietário, na qual o primeiro torna-se “o modelo do agente e os bens apropriados transformam-se em índices de sua capacidade” (Idem).

Mas, atualmente, o contrato pode ser visto como

“instrumento de conciliação de interesses e conflitos tanto presentes como futuros. Sob esta óptica, as entidades esportivas empregam este instrumento para administrar e conciliar os conflitos de interesses inerentes a suas atividades, interesses tais como: direito de imagem, patrocínios, publicidade e até a negociação de atletas (...) O contrato é o momento no qual se estabelecem os pesos e as medidas na materialização dos desejos entre as partes e, assim, permite o acesso a recursos e ao seu uso. Nesta mesma linha, o contrato

entre clube – jogador tem como finalidade garantir o acesso aos recursos e ao seu uso” (Rezende, J. Amaury: 2004, p.25).

Outro tipo de contrato, também muito utilizado no mundo do futebol, é o contrato por empréstimo. Neste caso, o atleta é cedido por seu clube a outro, por empréstimo, suspendendo-se, assim, seu contrato em vigência para que o novo contrato, assinado com seu novo clube, passe a valer a partir de então. Este contrato deverá ser celebrado por um período igual ou inferior ao anterior, ficando o atleta sujeito à cláusula de retorno ao clube cedente, voltando-se a vigor, caso necessário, o contrato anterior. Geralmente o clube que recebe o jogador por empréstimo se torna o responsável pelo pagamento de seus salários, embora esse ponto seja negociável entre as equipes<sup>11</sup>.

Juntamente com o contrato de trabalho assinado entre clube e jogador, no qual são estabelecidos o tempo, os valores financeiros envolvidos e os direitos e deveres de todas as partes, há também a definição do contrato de imagem, ou seja, atletas que atuam por times que tenham seus jogos transmitidos pela televisão assinam um acordo que visa garantir seu direito de arena. Este direito consiste no pagamento de 20% do valor recebido pelos clubes a ser dividido entre os atletas que participaram de uma partida oficial, que é realizado através do sindicato dos jogadores de futebol profissional. Caso não existisse a previsão do pagamento deste tipo de direito, os jogadores não poderiam reivindicar nada em virtude da transmissão de suas imagens nas partidas.

Já o direito de imagem é pago pelo clube ao atleta, num contrato pelo qual o primeiro irá trabalhar a imagem do segundo, divulgando-a e ligando-a ao próprio clube, a serviços e a produtos. Este tipo de pagamento tem natureza salarial sob todos os efeitos legais, o que faz com que ele seja utilizado por muitos clubes no Brasil como forma de burlar a lei de impostos que recai sobre os salários. Como estes são excessivamente altos, os clubes declaram na carteira de trabalho oficial do jogador uma parcela do verdadeiro salário pago, sendo completado como “direito de imagem”, escapando, assim, dos impostos legais.

Diante disso, as transferências representam um meio eficiente de contratar jogadores e enriquecer o elenco de um clube visando disputar as competições oficiais,

---

<sup>11</sup> Não é raro que os clubes envolvidos na negociação por empréstimo dividam o pagamento do salário do atleta, especialmente quando um dos clubes é europeu. Os salários pagos por esses clubes a seus atletas são muito superiores aos pagos no Brasil, fato esse que obriga, por contrato, os times do velho continente a pagar parte dos rendimentos dos seus atletas, mesmo com esses atuando no Brasil.

além de servir como base para a captação de recursos financeiros, mediante pagamento em dinheiro ou via troca de atletas. No mundo do futebol globalizado, o Brasil confirmou-se como um grande exportador de talentos, pois possui mão de obra, ou melhor, “pés de obra”, reconhecidamente talentosos e baratos. Tratando da qualidade do jogador brasileiro, Jacobs e Duarte destacam:

“A associação imediata à qualidade também se faz presente para clubes e dirigentes estrangeiros, ainda mais por conta de um outro fator fundamental para a valorização do jogador brasileiro: o atleta verde-e-amarelo é mão de obra tão mais qualificada quanto mais barata em comparação com o seu similar – investir na formação de jogadores locais terá preço e risco maiores, o que explica por que hoje várias equipes européias são dominadas por estrangeiros mais jovens” (Jacobs & Duarte, 2006, p.20).

Dados da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) dão conta que, em 2007, havia cerca de dezenove mil atletas profissionais confederados. Destes, cerca de 84% ganham até R\$ 1 mil por mês; 13% ganham entre R\$ 1 mil e R\$ 9 mil por mês e apenas 3% ganham mais de R\$ 9 mil por mês. É impossível para os clubes brasileiros, mesmo os maiores, concorrerem com propostas de clubes europeus, principalmente, embora hoje estejamos assistindo à emergência de mercados alternativos, como países do Leste Europeu, Ásia e Estados Unidos. A soma de todas as transferências de atletas brasileiros para clubes do exterior rendeu, entre os anos de 1994-2005, US\$ 1 bilhão de dólares, números que demonstram a atual vocação do futebol brasileiro: exportar jogadores<sup>12</sup>.

É comum pensarmos que a ida de jogadores brasileiros ao exterior para jogar futebol tenha tido início nos anos 1980, quando inúmeros deles se foram, motivados, principalmente, pela reabertura do futebol europeu à contratação de jogadores estrangeiros, algo proibido durante a década de 1970. Nos anos 1930, porém, alguns brasileiros já tinham se arriscado a atravessar o Atlântico para jogarem na terra de seus pais e onde reinava o profissionalismo – por aqui, ainda se discutia a ética do “jogar por dinheiro” (Coelho, 2009). Mas foi nos anos 1990 que a Europa tornou-se o grande

---

<sup>12</sup> O primeiro jogador brasileiro a atuar no exterior foi Arnaldo Porta, transferido para o Verona, da Itália, em 1914 (Coelho, 2009).

centro do futebol mundial em termos de visibilidade e profissionalismo, um lugar que paga os melhores salários aos melhores jogadores de todo o mundo.

Os clubes brasileiros, devido a enorme diferença financeira que os separam dos clubes europeus, não conseguem competir e negociam os vínculos trabalhistas de seus atletas muitas vezes antes destes conquistarem títulos importantes no futebol brasileiro<sup>13</sup>. De acordo com a CBF, o fluxo de atletas brasileiros para o exterior cresceu mais de 500% entre os anos de 1992-2008.

### **Saída de Jogadores: 1992 – 2007**

<b>1992</b>	235	<b>2000</b>	701
<b>1993</b>	322	<b>2001</b>	736
<b>1994</b>	207	<b>2002</b>	665
<b>1995</b>	254	<b>2003</b>	858
<b>1996</b>	381	<b>2004</b>	857
<b>1997</b>	556	<b>2005</b>	804
<b>1998</b>	532	<b>2006</b>	851
<b>1999</b>	658	<b>2007</b>	1051
-	-	<b>2008</b>	1176

**Fonte: CFB/Folha de SãoPaulo**

Vale ressaltar que esse quadro atual das transferências internacionais de jogadores difere muito do que ocorria a vinte anos atrás, por exemplo. A partir da década de 1990, suas ocorrências aumentaram significativamente: antes, eram contratados por clubes europeus, principalmente, os grandes jogadores, aqueles com dom futebolístico reconhecido por todo o mercado, já consagrados e com inúmeros títulos no currículo. Hoje, como veremos no exemplo logo abaixo, é muito mais fácil conseguir um contrato no exterior, embora nem sempre os destinos sejam centros futebolísticos reconhecidos e com campeonatos de alto nível. Para termos uma ideia, no ano de 2008 as transferências para ex-repúblicas soviéticas, ou seja, para países com pouquíssima tradição futebolística no cenário mundial, aumentaram 800% - dezoito brasileiros foram jogar em países como Azerbaijão, Cazaquistão, Uzbequistão e

<sup>13</sup> Em outra oportunidade, pude tratar sobre transferências de jogadores brasileiros para o exterior, ainda que sob outro viés. Ver Palmieri (2009).

Tadjiquistão, contra apenas quatro em 2007. Outros sete atletas brasileiros foram jogar na Albânia, além de vinte e nove – ante aos dezoito em 2007 – foram para o futebol dos Emirados Árabes Unidos<sup>14</sup>.

Esses números se referem às transferências legais de jogadores ao exterior. Porém, há ainda outro tipo de transferência, aquela que envolve jogadores “clandestinos”, isto é, atletas amadores, que atuam por times de várzea, mas que se destacam e são contratados por times europeus. De acordo com o jornal Folha de São Paulo (FSP, dia 20/07/09), 797 atletas sem registro na CBF deixaram o país em 2008 – em 2001 foram 363 e em 2007, 847 atletas. Essas transferências se dão para clubes pequenos, de divisões inferiores dos campeonatos alemão, suíço e português, principalmente. A CBF só toma conhecimento destas transferências quando o clube europeu procura registrar o atleta brasileiro, que não tinha vínculo com nenhum clube profissional aqui no Brasil. Dessa maneira, os salários são baixos e a expectativa de sucesso é pequena. O meia Lincoln, desde 2001 na Europa (atuou no alemão FC Schalke 04 e atualmente defende o Galatasaray SK, da Turquia), aponta:

“Muitos passam por dificuldades incríveis. Sem a estrutura de um clube grande e sofrendo com o clima difícil da Europa, muitos voltam logo. Posso dizer que 95% voltam rápido, mas não se pode fazer nada. Eles têm toda a liberdade de buscar o seu futuro”.

Para que uma transferência ocorra, portanto, não é necessário que se pague a multa integral estipulada no contrato entre clube e jogador, desde que haja um acordo entre as partes. Caso o clube não queira negociar o atleta por um valor abaixo daquele definido legalmente, ele só poderá fazê-lo mediante pagamento do valor integral no contrato. Como exemplo, Júlio Bianchim, presidente do São Carlos FC, ilustra um caso ocorrido no clube, quando representantes de um time da Moldávia estiveram no Brasil para observar e contratar jovens jogadores:

“Tivemos uma negociação no ano passado com um clube da Moldávia, o Sheriff Tiraspol. Um jogador nosso, o Wallace, foi negociado com esse clube. Tínhamos um contrato com ele

---

<sup>14</sup> Jornal FSP, 22/10/2008.

de três anos e negociamos 100% dos direitos federativos deste atleta com o Sheriff Tiraspol, numa negociação direta entre clubes, sem intermediação de agentes. O valor foi de US\$ 30 mil. A multa dele no contrato era de US\$ 1 milhão para o mercado exterior e US\$ 500 mil para o mercado interno”.

Bianchim ainda explica que isso é uma prática muito comum no futebol, ou seja, não é necessário haver o pagamento integral da multa para que haja a liberação do atleta, desde que um acordo entre as partes seja firmado:

“A multa é o valor máximo para, se quisermos, ficar com o atleta, se não quisermos vendê-lo, estipulamos a multa bem alta. Mas se quisermos, negociamos um valor abaixo da multa para negociá-lo. No nosso caso, 99% dos atletas são negociados abaixo do preço da multa. Mas em clubes grandes também isso é comum. Por exemplo, a multa do contrato é de US\$ 5 milhões, e um clube oferece US\$ 3 milhões, se o clube achar que vale a pena ele vende; senão, ele exige o pagamento dos US\$ 5 milhões e encerra-se a negociação”.

Como apontado acima, os discursos dos dirigentes, dos atletas, agentes e até da própria mídia são contrários ao que é estipulado pelo atual enquadramento jurídico. Falam em “vender atletas”, “comprar o passe” e não em negociar os direitos federativos ou vínculos trabalhistas. Esse foi um ponto muito recorrente ao longo do trabalho e nos deparamos em todas as entrevistas com tais termos, ainda muito utilizados.

Vimos, portanto, que para construir uma análise que se preste a observar o dom futebolístico e como este circula e é valorizado no mercado do futebol foi necessário levarmos em consideração uma série de transformações que atingiram, principalmente, as ditas sociedades complexas. O desenvolvimento das relações de mercado, impulsionado pela industrialização e urbanização, fez da especialização das atividades sua marcante característica, num quadro onde o dinheiro se tornou cada vez mais presente em nossas vidas. Este dom, como qualidade individual, insere-se neste processo, sendo colocado em movimento pelos atores sociais que atuam no universo do esporte e trocado por dinheiro, num processo visto ao longo de quase todo o século XX, porém com grande destaque a partir dos anos 1990. Dedicamos-nos, a seguir, a

observações mais detalhadas sobre o dom futebolístico e como ele circula e é trocado no mercado do futebol, para além das diferenças que cercam sua presença em sociedades primitivas e complexas. Traremos alguns exemplos que elucidam questões importantes nesta análise, bem como a etnografia realizada em quatro clubes do futebol brasileiro.

## **Parte I**

Nesta primeira parte da dissertação, buscamos analisar o dom futebolístico com base no dom *maussiano*, que está presente em diversas sociedades “primitivas”, nas quais estas dádivas são as grandes responsáveis pela manutenção e extensão das solidariedades entre os atores sociais. Buscamos, assim, mostrar que é possível atualizar tal noção, de modo a enxergar a presença do dom associado ao trabalho e ao consumo de mercadorias nas sociedades “complexas”. Para além deste arcabouço teórico, mostramos também como estas assertivas foram observadas no cotidiano de quatro clubes de futebol, por meio da etnografia nos centros de treinamentos e nos jogos.

### **Capítulo I – Sobre o dom**

Os jogadores de futebol, tomados como mercadorias são trocados, portanto colocados em circulação, seguindo uma lógica mercadológica. O que os tornam objetos de desejo de um clube de futebol é o dom, arraigado principalmente pelo capital futebolístico e reconhecido pelo conjunto de atores que circunscrevem o campo do futebol de espetáculo. Esse dom é visto de diferentes maneiras por dirigentes, torcedores, cronistas esportivos e, mais ainda, familiares, que o buscam para viabilizar seu conteúdo simbólico na busca por dinheiro, *status* e prestígio com a conquista de taças e títulos ou numa possível negociação do vínculo trabalhista. Diante de uma rede social tecida pelos atores sociais definidos, essa dádiva, na modernidade, “está de certo modo embutida na compra e na venda, e não paralela ou independente desta” (Lanna, 2000).

Não é possível fazer qualquer análise sobre a teoria do dom sem que nos atentemos para outras sociedades que agregaram ao conhecimento antropológico, e por extensão e contraste ao modo de vida das sociedades ocidentais, um vasto conhecimento sobre essas formas de troca, as ditas sociedades primitivas. O escopo teórico da

disciplina foi enriquecido quando nos dedicamos ao estudo desses povos e é necessária maior atenção ao menos em parte desses escritos antes de tentarmos problematizar o dom entre nós e, particularmente, no universo esportivo futebolístico. Muitos são os exemplos e temos condições de apenas relermos algumas dessas teorias; o objetivo aqui é analisar uma bibliografia que, embora não trate especificamente de um tema base para o presente trabalho, nos serve de reflexão sobre alguns conceitos chave, como dinheiro, troca, dom/dádiva e relações de mercado, ainda que em contextos etnográficos distintos. Como veremos, alguns destes textos discutem diretamente tais conceitos, e outros o fazem em relação direta à literatura *marxista* e *maussiana*, o que nos ajuda a entender como as ações de nossos atores influenciam na movimentação do mercado futebolístico atual.

Na coletânea de textos organizada por Appadurai (2008), por exemplo, diversos autores expõem suas ideias sobre o tema do consumo e do consumismo modernos na segunda metade do século XX. De modo geral, essa coletânea procura responder algumas acusações graves feitas a esses fenômenos, especialmente àquela que trata da fetichização dos objetos, e àquelas que tratam o consumo como o fenômeno que contribuiu decisivamente com certo esgarçamento dos laços sociais. Soma-se ainda à crítica a visão instrumentalista da fetichização outros autores como Bourdieu, Mary Douglas, Sahlins, que procuraram relacionar o ato de consumir ao gosto, à distinção, à reprodução social e à solidariedade.

Na introdução do livro, o organizador Appadurai propõe uma nova perspectiva sobre a circulação de mercadorias na vida social, qual seja,

“a troca econômica cria o valor; o valor é concretizado nas mercadorias que são trocadas; concentrar-se nas coisas trocadas, em vez de apenas nas formas e funções da troca, possibilita a argumentação de que o que cria o vínculo entre a troca e o valor é a política, em seu sentido mais amplo. Este argumento (...) justifica a tese de que as mercadorias, como as pessoas, têm uma vida social” (Appadurai [Org], 2008, p.15).

O ponto de partida para essa afirmação está contido nas formulações de Simmel para quem a troca é a fonte do valor, e não o contrário. Os objetos são difíceis de serem

adquiridos porque são valiosos, ou seja, impõem resistência ao nosso desejo em possuí-los.

“O desejo de alguém por um objeto é satisfeito pelo sacrifício de um outro objeto, que é o foco do desejo de outrem (...) O valor econômico, para Simmel, é gerado por essa espécie de troca de sacrifícios” (Idem, p.16).

Baseado nisso, Appadurai propõe um olhar total sobre a mercadoria, ao mesmo tempo em que rejeita uma visão marxista, concentrando-se em todas as etapas da vida da mercadoria: produção, troca/distribuição e consumo. Este último, assim, é visto “como um ponto de convergência não apenas de envio de mensagens sociais (como propôs Douglas), mas, igualmente, de recepção destas mensagens” (idem, p.48). A relação entre consumo e produção, dessa forma, é, ao mesmo tempo, determinada por forças sociais e econômicas e, todavia, manipula tais forças.

O autor indica, portanto, que devemos analisar as trocas de acordo com o comportamento das mercadorias na sua biografia, digamos assim. Além disso, argumenta que estas não constituem uma categoria fechada e definida de coisas, mas sim, uma categoria que pode receber diferentes objetos, em diferentes momentos e estágios de sua existência, assumindo diversos papéis.

Bevilaqua (2008), embora concorde com Appadurai neste ponto, escolhe outro caminho quando busca analisar as distinções entre a troca de dons e a troca de mercadorias. Ela aponta que mesmo mercadorias tidas como dons, trocados dessa forma – como objetos de família, transferidos hereditariamente através das gerações – podem assumir um papel de objetos alienados e passarem a ser comercializados no mercado. Se Appadurai considera que a troca de dons é um tipo específico da troca de mercadorias, outros autores, como Bevilaqua, defendem a ideia de que ambos os tipos de troca seguem a linha de raciocínio estabelecida por Lévi-Strauss em sua leitura sobre os escritos de Mauss acerca da dádiva, qual seja, de que tais “arranjos institucionais antitéticos” mercadológicos têm suas profundas raízes na economia do dom, já que se tratam de relações inerentemente sociais. É a partir dessa ideia que a autora prefere contrastar-se a Appadurai e conceituar o mercado moderno como uma atualização particular do dom.

Esse caminho também foi tomado por Lanna (1995) quando buscou mostrar como a patronagem no nordeste brasileiro e o Estado ali presente se constituem por meio de “prestações totais” que resultam em reciprocidade e hierarquia, mesclando elementos tradicionais que se fundiram às ordens do mercado. Seguindo essa linha de pensamento, vemos o dom futebolístico inserido no mercado de trocas comerciais modernas: é algo inalienável e difícil de ser quantificado, mas que é colocado em circulação no mercado esportivo do futebol de várias maneiras, levando os jogadores a diversos caminhos e criando e desfazendo relações sociais neste percurso.

Ambos os mundos, o dos dons e o das mercadorias, são comparáveis se percebermos que há correspondência entre o fetichismo que lhes é imposto, da mesma forma que há correspondência entre tais fetichismos e aquele imposto ao dinheiro que é capaz de gerar mais dinheiro. Nas sociedades para o dom os objetos assumem o papel das pessoas ao circularem, se comportando como sujeitos. Em paisagens sociais capitalistas, onde há obrigação de vender e comprar, são as pessoas que são tratadas como objetos, o que parece ser o nosso caso. “Não são mais os seres humanos que agem uns sobre os outros, uns com os outros, por intermédio das coisas; são as coisas, e os espíritos que as animam, que agem doravante sobre elas mesmas, por intermédio dos humanos” (Godelier, 2001. p.162)<sup>15</sup>.

Essa análise, em última instância, depende da política, pois seriam as disputas pelo poder, isto é, a política no seu aspecto mais geral, que vinculam valor e troca na vida social das mercadorias. As partes não compartilham dos mesmos interesses, e é por isso que as mercadorias rompem os quadros normais pelos quais elas se apresentam no mercado. Os que estão no poder, assim, definem um grupo de mercadorias que lhe é acessível – somente a eles – e como se dão os movimentos desses grupos. Mas eles disputam entre si o controle deste quadro, o que afrouxa as regras e expande a variedade de mercadorias. Tudo isso faz o valor delas se alterarem. “É nesse sentido que a política é o vínculo entre regimes de valor e fluxos de mercadorias específicos (Idem, p.79). Veremos, a seguir, como se dão essas relações quando as mercadorias são pessoas, notadamente, jogadores de futebol.

Para analisarmos o dom futebolístico e tentarmos quantificar seu valor, nos apoiamos em Godelier (Idem), que faz uma grande retomada dos conceitos de Mauss acerca do dom antes de apresentar suas próprias ideias. Dessa maneira, como estamos

---

<sup>15</sup> Discutiremos, mais adiante, algumas críticas endereçadas a Mauss sobre “os espíritos das coisas” e de que forma isso influencia na circulação de dons entre grupos sociais.

propondo neste trabalho, o dom futebolístico pode ser visto como o dom *maussiano*, já que o caráter pessoal do dom

“não desaparece necessariamente mesmo quando entre aquele que dá e aquele que recebe não existe nenhuma relação pessoal direta, nenhum conhecimento mútuo e mesmo quando há intervenção de intermediários” (Godelier, Idem, p.25).

Quando um jogador de futebol profissional se transfere de um clube a outro, “coisas e pessoas tomam o lugar umas das outras e estas transferências produzem, entre os indivíduos e os grupos que são seus protagonistas, relações sociais particulares, fontes de um conjunto de direitos e obrigações recíprocas” (idem, p. 70). Ao que nos parece, isso ocorre com jogadores e seus respectivos dons: são direitos inalienáveis, mas algo que pode ser cedido, ou melhor, seu uso pode ser cedido, mediante contraprestação monetária e outras formas de remuneração, digamos, mais intangíveis, porém não menos definidoras do talento, como carisma, dedicação nos treinamentos, profissionalismo dentro e fora das quatro linhas, etc. Temos diversos exemplos de sociedades antigas e modernas que pensam da mesma maneira sobre seus bens, como sobre a terra, por exemplo.

Godelier, analisando as ideias de Mauss, afirma:

“A coisa ou a pessoa dada não é alienada. Dar é transferir uma pessoa ou uma coisa, da qual se cede o uso, mas não a propriedade (...) Dons e contradons criam um estado de endividamento e de dependência mútuos que oferece vantagens para cada uma das partes (...) O dom não é apenas um mecanismo que faz circular os bens e as pessoas (...) É também, mais profundamente, a condição da produção e da reprodução das relações sociais que constituem o arcabouço específico de uma sociedade e caracterizam os laços que se tecem entre os indivíduos e os grupos” (Idem, pp. 75-76).

O dom futebolístico funciona da mesma maneira. Quando se transfere para um clube, o jogador cede seu dom, ou seja, cede sua capacidade de jogar profissionalmente. Em contrapartida, o clube lhe paga salário, não sem antes pagar uma quantia em dinheiro ao

clube anterior, que lhe dá o direito de “alugar” os direitos federativos do atleta. A partir disso, relações são criadas entre atleta, clube e torcedores, relações essas que são exacerbadas pela mídia, atingindo cada vez mais pessoas.

Por viverem em sociedade, os homens precisam criar condições para que suas relações se desenvolvam, ou seja, precisam criar “sociedade para viver”. Dessa maneira, as coisas só circulam por que isso é um desejo dos homens. E, como afirmou Mauss, “o domínio do ‘doável’ ultrapassa largamente o material e diremos que é constituído por *tudo* aquilo cuja *partilha* é possível, *faz sentido* e pode criar, no outro, obrigações, dívidas” (idem, p. 156). Ao pagar para assinar um vínculo trabalhista com um atleta, um clube estabelece que o dom equivale àquela quantia. “Ao final dessas trocas, os dois parceiros se encontram em uma situação de equilíbrio, pois a igualdade de *status*, se existia antes do dom inicial, é restaurada pelo contradom final” (idem, p. 155). O que nos resta, aqui, é analisar o porquê dessa quantia e quais os fatores que a influenciam.

Tal análise pode ser comparada às artes. Quando observamos uma obra de arte, fica tão difícil de estabelecer seu preço quanto olhar para um talento futebolístico e definir seu valor em cifras monetárias. Durand (1989), ao tratar do apogeu do comércio de artes em São Paulo no começo do século XX, mostra como que se deu o início deste processo. Dessa forma, tendo como pano de fundo a comparação entre o dom dos jogadores de futebol e as obras de arte, não se pode considerar como fator único a ser analisado o tempo de trabalho gasto para a “produção” de um jogador ou a pintura de um quadro.

Durand enumera alguns fatores que influenciam na quantificação do valor das obras de arte. Destaca o dispêndio necessário à sobrevivência do artista durante todo o tempo de realização do trabalho, o custo das matérias-primas utilizadas e o que ele chama de valor honorífico, “que se prenderia à posição do criador na hierarquia social da cidade intelectual” (Durand, idem, p.207), pois o autor pode incorporar ao preço do quadro seu reconhecimento, ou seja, seu dom/talento para a pintura. Aqui, a análise fica mais difícil, pois precisamos converter prestígio em preço. Como no futebol, tal tarefa envolve o próprio produtor do objeto de análise – o artista e o jogador, que precisam desenvolver seu dom –, os produtores de valor honorífico – em ambos os casos, os

críticos e especialistas – e os divulgadores, que nas artes são denominados *marchands*<sup>16</sup>, e no futebol conhecemos como agentes<sup>17</sup>.

Os *marchands* ainda atuam no mercado como “intermediários culturais”. Trabalham de modo a introduzir um autor numa clientela passível de apreciar a produção artística. Durand aponta que esses profissionais procuravam

“situar-se no mercado como intermediário comercial e cultural (...) [onde] cada *marchand* monopoliza a produção de um grupo restrito de autores e uma fração circunscrita da clientela. O seu trabalho é o de entronizar um autor em um círculo de clientela cujo gosto ele conheça” (Idem, p.208).

Diante disso, podemos comparar seu trabalho àquele exercido pelos agentes do futebol, atualmente. Este trata de colocar o jogador no mercado aberto, pois a necessidade pelo seu dom futebolístico por parte dos clubes e, por que não, dos torcedores, é aberta e total, tratando-se de um jogador com qualidade e competência; ou ele pode “oferecer” o atleta de modo mais específico, assim como o *marchand*, pois um clube pode estar buscando um jogador para uma determinada posição específica, necessitando, portanto, de um atleta com características específicas para aquela posição.

Vejamos o exemplo da APK Sports, empresa de Gianfranco Petruzzello, agente FIFA. Ele trabalha com quinze atletas, todos em categorias de base de times brasileiros. Quando surge a oportunidade, ele “oferece” um de seus atletas ao clube interessado. Faz isso através de dvd’s editados com alguns lances do atleta e referências sobre suas características. Não é raro levar o dirigente do clube interessado para ver o atleta em ação, na disputa de algum treinamento ou competição oficial.

O agente também busca ampliar sua rede de contatos com os clubes, assim como o número de jogadores com os quais trabalha. Gianfranco afirma que ele e seu sócio na APK Sports estão

“procurando aumentar a participação no mercado de jogadores de duas formas: trabalhando com novos atletas e

---

<sup>16</sup> O profissional *marchand* ainda existe hoje em dia, atuando como responsável pelo escoamento da produção artística, comprando, vendendo e fazendo intermediação de obras de arte, promovendo artistas e prestando assessoria a possíveis compradores.

<sup>17</sup> Veremos, mais abaixo, detalhes sobre os agentes de jogadores, as características e peculiaridades desta nova categoria do futebol.

buscando abrir novas portas nos clubes (...). Estamos trabalhando para abrir mais e mais, até porque somos muito novos no mercado. É realmente muito difícil, é só vermos quantos empresários há no mercado, com relações estruturadas com os clubes”.

Da mesma forma, o *marchand* administra sua rede de clientes compradores, expandindo-a, se possível, de acordo com a procura por obras exclusivas ou por participação em posteriores vendas.

Quanto a esse último aspecto, a revenda, prossigamos com nossa comparação. No mercado das artes, o *marchand* precisa ativar o mercado acenando àqueles que possuem obras consagradas e aos possíveis compradores com a chance de ganhar dinheiro, já que obras de arte são “suportes de reserva de valor”, ou seja, bens que possuem e continuarão possuindo um preço ordenado, tanto entre si como em relação a bens de outra espécie.

As obras de arte são materiais exclusivos, tanto quando são apropriadas por alguém, quanto por seu caráter simbólico, proporcionando ao seu detentor distinção e legitimidade.

“As obras culturais são o objeto de uma apropriação exclusiva, material ou simbólica, além de garantirem, ao funcionarem como capital cultural (objetivado ou incorporado), um *ganho* tanto de *distinção*, proporcionado à raridade dos instrumentos necessários à sua apropriação, quanto de *legitimidade*, ganho por excelência, que consiste no fato de se sentir *justificado para existir* (tal como existe) e de *ser como deve (ser)*” (Bourdieu, 2006, p.214).

O jogador de futebol, para ser reconhecido, passa por um processo de individualização e “exclusivização”, semelhante ao que ocorre com uma obra de arte. É a raridade da obra de arte, e ao que nos parece, também do dom do jogador de futebol, que ajuda a apontar de modo seguro o tamanho do ganho simbólico proporcionado àquele que a (o) adquiriu, através do seu próprio valor distintivo e de seu dom exclusivo. Não há, no futebol, dois Zicos, ou dois Pelés, da mesma forma que não há dois Monets ou dois Van Goghs, nas artes.

Os jogadores podem ser vistos, também, como bens valorizados no mercado, isto é, como ativos do clube pelo qual ele joga. Rezende (2004) cita Paton<sup>18</sup>, para definir que “ativo é qualquer contraprestação, material ou não, possuída por uma empresa específica e que tenha valor para aquela empresa”. Rezende cita também Pacheco, apontando que

“A característica fundamental [dos ativos] é sua capacidade de prestar serviços futuros à entidade que os tem como propriedade, individual ou em conjunto com outros ativos e fatores de produção, capazes de se transformar, direta ou indiretamente, em fluxos líquidos de entradas de caixa” (Rezende, J. Amaury, 2004, p.31).

Temos, então, dois momentos distintos que caracterizam tanto o mercado de artes, como o mercado de atletas: o momento da *formação*, no qual o *marchand* procura definir seus clientes e os artistas com quem vai trabalhar, e o agente procura estabelecer contato com o clube pelo qual seu atleta joga, como afirmou Gianfranco acima; e o momento de *unificação*, no qual se consegue cercar, em torno das obras e da clientela, um mercado formal e informal de vendas e revendas. O mesmo ocorre com os jogadores, para os quais importa também o sucesso já amealhado durante a carreira.

### II O dom nas “sociedades primitivas”

Se apontarmos o rumo de nossa análise para as “sociedades primitivas”, recorreremos a Firth e suas observações sobre a economia Maori<sup>19</sup>, quando ele indica que o valor econômico representa uma instância específica de um conceito geral, qual seja, o julgamento subjetivo baseado na inter-relação entre pessoa e objeto. É um conceito criado socialmente, ou seja, apenas através das relações entre pessoas é que o valor econômico existe, e as escolhas dos indivíduos são condicionadas pela situação social. Mas, para a visão ocidental dos povos ditos primitivos, o valor só é visto em relação à

---

<sup>18</sup> Paton *apud* Iudícibus (1993, p.94)

<sup>19</sup> Maori é o povo nativo da Nova Zelândia. Estudos arqueológicos e lingüísticos indicam que migrações vieram do leste da Polinésia para a Nova Zelândia por volta de 1300 e 800 a.C.

troca (“*value-in-change*”). Como não há um sistema de troca integral e definido, a mensuração do valor não é possível, segundo essa análise.

O autor, então, destaca a existência de uma instituição econômico-social entre os Maori: *muru*. Ela garante a compensação por ofensas através de confisco de propriedades. Do ponto de vista econômico, ela faz circular bens na comunidade, especialmente entre parentes. Além disso, alguns presentes trocados são, na verdade, atos de troca. Basicamente, há dois tipos de trocas de dons entre os Maori: econômica, na qual objetos primários servem para atividades práticas realizadas por outro grupo; e a cerimonial, na qual as transações preenchem um propósito social mais completo, e a simples aquisição do bem não é o motivo principal. Há pouco comércio entre membros da mesma família ou vila, diferentemente do que se vê entre comunidades mais distantes. Praticamente não há divisão do trabalho – são poucos os trabalhadores especializados. E os produtos do trabalho são divididos pelo grupo familiar. Não existe, claramente, nenhuma escala de valores para os bens.

No geral, Firth indica as seguintes trocas comuns aos Maori: da costa para a terra, principalmente comida; e o movimento de pedras verdes para o norte, que em troca retorna-se comida e objetos feitos à mão – embora essas pedras verdes sejam muito utilizadas nas trocas, não podem ser vistas como dinheiro. Ainda que as quantias nunca sejam pré-estipuladas, as trocas são realizadas de acordo com o mecanismo de dom e contradom. Mas o que faz os Maori devolverem o dom naquela quantidade particular? Firth aponta que há um conjunto de forças que faz as pessoas agirem de modo esperado, e que faz com que todos recebam aquilo que é de direito. Há um princípio: para cada dádiva, outra em troca que tenha, ao menos, valor equivalente. Esse princípio é chamado *utu*, e sua tradução poderia ser “compensação”, e não “pagamento”. O *utu* opera em casos de troca, morte, cerimônias, casamentos, crimes, etc.

A partir disso, Firth faz uma crítica à teoria *maussiana* do dom. Como sabemos, esta pressupõe que há, entre o doador e o receptor de uma dádiva, uma estreita ligação que cria uma obrigação entre as partes envolvidas. A retenção da dádiva sem que haja pagamento de volta seria perigoso. O *hau* da dádiva, portanto, seria uma espécie de essência imaterial que faz parte do doador. Segundo Firth, no entanto, tal essência é muito mais passiva e amorfa do que considera Mauss. Não há como sustentar etnograficamente a idéia de que é o *hau* do objeto que deseja retornar ao seu local de origem, ou seja, ao primeiro doador, nem a idéia de que o *hau* funciona como

instrumento de punição para aquele que não retribui uma dádiva. Ainda de acordo com Firth, o *hau*, por si só, não afeta nada. Ele considera a idéia do medo da magia, por exemplo, como fator que obriga os nativos a devolverem uma dádiva recebida.

*“If, as Mauss represents, the hau were automatic in its actions, sufficient in itself, vivified and animated with the impulse to return to its owner, why did the latter need to use magic, for which the services of a priest usually had to be engaged, at some cost?”* (Firth, 1959, pp.419-420).

Outra discordância em relação aos escritos de Mauss se dá sobre o *hau* do doador. Firth aponta que o referido *hau* não é este que é tratado por Mauss, mas sim, aquele da dádiva doada. *“One gift is simply regarded as being the essence of the other”* (Idem, p.420). Quando Mauss diz que numa transação há uma troca de personalidades ele está, na verdade, seguindo sua própria interpretação, e não a crença dos nativos, segundo Firth. Com relação ao contradom, este é sempre em maior quantidade e qualidade que o dom; Firth, inclusive, fala em extravagância no contradom. Há uma notação que diz que, entre os Maori, é esperado dar o máximo possível, não importa o que será recebido em retorno. De modo geral, portanto, o autor discorda de Mauss quando rejeita a ideia de que, quando algum objeto é trocado, algo da personalidade do antigo dono segue junto com a dádiva; isso não ocorre no pensamento Maori, e ele refuta esse pensamento, pois afirma que a base de uma instituição deve ser social, e não algo sobrenatural. Mauss, por sua vez, fala em carisma e numa espécie de aura moral que recobre o dom. Veremos essa questão com mais detalhes quando tratarmos das multifaces que recobrem o dom futebolístico, mais à frente.

Bourdieu também acrescenta alguns pontos nesta análise crítica sobre a teoria *maussiana* do dom. Para ele, a razão da circulação de uma dádiva repousa em seu duplo caráter, qual seja, generosidade e obrigatoriedade. Além disso, o intervalo de tempo entre um dom e seu contradom e as disposições constitutivas do *habitus* que envolvem as trocas são consideradas nessa perspectiva. A ação generosa do dom inicial não é caracterizada por uma vontade individual isolada, e sim por uma disposição generosa do próprio *habitus*, sendo essa “a única coisa a fazer”. Segundo Bourdieu, para compreendermos essa lógica, precisamos nos afastar da ideia de que a troca é cercada por atos conscientes, bem como de sua noção economicista, que a vê como um cálculo

racional reduzido ao puro interesse econômico. Negando esse caráter, a economia do dom se organiza

“visando a acumulação do capital simbólico (como capital de reconhecimento, honra, nobreza etc.), que se efetua, sobretudo, através da transmissão do capital econômico realizada pela alquimia das trocas simbólicas (troca de dons, palavras, de desafios e réplicas, de mulheres etc.) e que só é acessível a agentes com disposições adaptadas à lógica do ‘desinteresse’” (Bourdieu, 1996).

Em outra análise, Firth dedica-se à sociedade Tikopia, na Polinésia, na qual bens e serviços são possuídos por diferentes pessoas através do tempo. Há construtores de canoas, pescadores e outros tipos de habilidades com as mãos; ao mesmo tempo, não há moeda unitária, assim como nenhum fluxo fixo de circulação dos bens – alguns circulam raramente, outros de modo mais comum.

São dois tipos de trocas, envolvendo basicamente bens materiais, ritos e cortesias: as simples, na qual um bracelete de conchas é dado a um homem que os deseja para uma dança, por exemplo, e em troca manda uma cesta de comida. E há as trocas de bens por bens, na qual, por exemplo, folhas para enfeitar um ritual funerário são trocados por algum objeto em madeira, juntamente com uma cesta de alimentos; recebe-se, em troca, outra cesta de alimentos. As cestas de alimentos são artigos muito importantes, funcionando como um estímulo inicial para a transação que se aproxima. É chamada “*the doing of things*”.

Sendo assim, as bases das contribuições situam-se, primeiramente, em laços de parentesco. Como em “Ensaio sobre a Dádiva”, de Mauss, em Tikopia as trocas se dão entre os grupos, vistos como arranjos de indivíduos. As trocas ocorrem em cerimônias como casamentos, nascimentos, iniciações e mortes e nem sempre há equivalência entre os bens trocados, embora ao longo dos anos chega-se à equidade. Quando alguém empresta algo a outrem, por exemplo, normalmente não há pagamento de volta, a menos que haja uso direto do objeto, como uma canoa para pescaria. Neste caso, se paga com o peixe pescado. Também há compensação se o objeto emprestado sofrer algum dano, assim como se roubos ocorrerem.

Com relação a noção de valor na sociedade Tikopia, o autor inicia suas contribuições com algumas ideias deste conceito na teoria econômica moderna, na qual o valor é a relação entre bens em troca, num dado lugar e tempo, expresso geralmente em preço. Marx, por sua vez, indica que valor é uma relação interna de formas contrastivas, quantitativamente tomadas, entre entidades que dividem sua idêntica essência; tal essência é a quantidade de trabalho e tempo de trabalho embutido em algo. O mercado mundial é a base material e social do sistema capitalista de produção de mercadoria como uma totalidade que engloba a produção de todas as mercadorias e todo o valor envolvido. O conceito de valor começa a existir, então, quando uma mercadoria é usada como representante ou signo de valor para outra, ou seja, o dinheiro como mercadoria geral empregado como representação e troca.

Resumidamente, valor é uma forma especial de representação, que necessita de um meio para ser representado. O dinheiro serve para representar quantitativamente o tanto de valor comum embutido num produto individual, e qualitativamente a natureza do valor dele. Como meio de circulação e troca, portanto, o dinheiro torna-se efetivo somente quando se torna um ícone e um símbolo indexador da atividade material que ele media. Funciona também não somente como a média do valor da mercadoria posta à venda, mas também como valor equivalente possuído pelo comprador que oferece algo em troca (Turner, 2008).

Mas, no caso de sociedades “primitivas”, não há dinheiro, preço e nem um sistema definido e estabelecido de trocas, isto é, não há valores econômicos. O que há, na verdade, é um princípio de equivalência, no qual bens são comparados e “medidos” de acordo com a possibilidade de substituição, e não necessariamente por transferência real de um ao outro. Porém, o autor aponta dois fatores determinantes nas trocas entre os Tikopia: a possibilidade de uso do bem em questão e o material do qual é feito – se esse material é fácil ou não de ser encontrado na natureza: eles distanciam o valor do produto e a quantidade de trabalho e material envolvido na produção do mesmo. Portanto, nessa sociedade, cada tipo de objeto é usado numa troca de acordo com uma situação particular. De forma geral, não há um mercado definido entre os Tikopia, mas sim, uma série de transações individuais. E também não há mercado externo porque a comunidade é muito pequena, o que facilita as transações mais singulares, mais domésticas e individuais.

Como veremos ao longo do texto, o mercado de que nos ocupamos aqui a analisar – o mercado do futebol – é caracterizado por aspectos variáveis, isto é, os

valores são muito individualizados, de modo que é mais difícil tomar alguém como medida. Cada dom dos jogadores é único e cada transação envolve mediações particularizadas, situações definidas e interesses distintos. Uma negociação pode ser definida por conta da pressão da torcida do time, por interesses de seus dirigentes, vários outros intermediários, inclusive escamoteados na crônica esportiva, ou simples oportunidade de mercado. O fato é que, assim como entre os Tikopia, faltam alguns parâmetros mais concretos que possam definir o mercado do futebol como definimos os demais mercados nos quais estamos inseridos no cotidiano. Continuemos, então, a tentar delimitar as fronteiras que cercam essa análise.

Turner (2008) aponta um caminho interessante acerca das sociedades ocidentais capitalistas: a crítica da economia política e a apreensão do modo de produção capitalista de Marx pode ser aplicada a análise de qualquer sistema social e forma de produção social, incluindo as que não produzem e trocam mercadorias. Como sabemos, Marx desenvolveu uma análise sofisticada de representações “semióticas” que mediam e moldam a atividade material, e as formas como representações ideológicas tendem a objetificar elas mesmas como produtores ao invés de produtos da atividade e de suas formas sociais.

Marx define produção como processo fundamental das transformações da sociedade humana. É a autotransformação da práxis social, que consiste em quatro momentos: produção dos meios de subsistência material – técnicas e ferramentas, produção de novas necessidades, produção dos próprios seres humanos e produção de diferentes relações de cooperação social envolvidas com forças produtivas de cada modo de produção histórico.

O conceito de produção, em qualquer sociedade, é etnograficamente inseparável das necessidades que servem como foco de suas atividades produtivas. Turner sugere que esta “meta necessidade” tende, na maioria dos modos de produção – senão em todos – a ser identificada com a relação de exploração na qual o grupo observado que controla os meios de produção utiliza-se desse fator para extrair suplementos do trabalho. Esse suplemento tende a ser apropriado na forma de valor. É baseado nisso que Turner propõe, através da análise dos Kaiapó, mostrar que esse conceito de Marx aparece em todas as sociedades, *mutatis mutandis*. Ele vai mostrar como cada caso etnográfico modela tais conceitos de produção e valor.

Entre os Tikopia não há competição, seja entre produtores, seja entre consumidores. Nesse sentido, a competição é de ordem social, e não econômica, já que

há grande mobilidade de trabalho e bens utilizados em serviços. “*In brief, economic relationships are also explicitly social relationships*” (Idem, p.355). Dessa forma, podemos diferenciar esta economia da nossa economia moderna capitalista quantitativamente, e não qualitativamente, já que vemos uma economia parecida, embora menor. Quando há um desequilíbrio econômico, a situação é restabelecida por um sistema de empréstimo: o que há em abundância para alguém é emprestado a outro e pago depois, quando a situação de equilíbrio for atingida novamente. Como não há juros, podemos dizer que há um desconto, pois a quantia é sempre devolvida na mesma medida que foi dada anteriormente. Portanto, entre os Tikopia, vemos tradição, parentesco, hierarquia e tabus na circulação das coisas e das pessoas, mas há também limites quanto à satisfação pessoal e falta de significados econômicos individuais propriamente ditos.

## I.II O consumo nas “sociedades modernas”

Diferentemente destes preceitos tradicionais e hierárquicos que cercam as trocas nas sociedades “primitivas”, vemos que nas sociedades ditas modernas o consumo e suas múltiplas faces estão interconectados com as trocas que ocorrem constantemente. De acordo com Douglas e Isherwood (2006), o consumo seria algo coletivo, moldado pela ordem cultural. Ele se liga “ao simbólico, experimentando a relatividade dos valores e a instabilidade nela implícita (...) O consumo é sistema de significação e a verdadeira necessidade que surge é a necessidade simbólica” (Idem, p.13). Os bens, como são necessários à vida humana, estabilizam categorias culturais, e o consumo age para fazer de si algo com sentido. “O consumo é como um código, e através deste código são traduzidas muitas das nossas relações sociais” (Idem, p.16), classificando pessoas, produtos, serviços e grupos. Consumir é exercitar esse sistema de classificação.

Podemos aqui estabelecer uma relação entre o consumo e a circulação dos jogadores. Como mencionado, a chegada de um atleta a um clube, mediante a circulação de seu dom futebolístico, acaba com relações que ele tinha com seu antigo clube, mas ao mesmo tempo inicia um novo vínculo com o atual, vínculo este que envolve os demais atletas, dirigentes, torcedores, agentes e a mídia especializada. A partir disso, inicia-se um processo que alimenta uma relação social, envolvendo a compra de produtos com seu nome ou imagem. Basta vermos o exemplo de Adriano, atacante da

Internazionale de Milão, da Itália, emprestado por seis meses ao São Paulo FC no início de 2008. Após sua apresentação, centenas de torcedores se dirigiram à loja oficial do clube para adquirir a camisa oficial. Como o exemplar desejado ainda não estava à disposição, os torcedores improvisaram: a loja oferece uma opção de personalização da camisa, de modo que o torcedor a compra e escreve o nome que desejar às costas. Por um preço de R\$ 3,00 por letra, centenas de fanáticos compraram uma camisa e escreveram o nome de Adriano às costas.

Algo parecido aconteceu quando o SC Corinthians contratou o atacante Ronaldo, no final de 2008. Ao confirmar a transação, o diretor de *marketing* do clube alvinegro, Luiz Paulo Rosemberg, disse à imprensa: “Não contratamos um jogador, contratamos uma empresa”. Rosemberg fez essa afirmação baseado no tumulto gerado na loja oficial do clube na capital paulista, onde torcedores procuravam desesperadamente por camisas com o número nove e o nome de Ronaldo às costas. No dia 09/12/2008, foram vendidas quinze exemplares em uma hora; como cada camisa custa R\$ 169,90, as vendas geraram R\$ 42 por minuto ao clube. No total, foram vendidas ao redor de cento e cinquenta peças, o que gerou uma receita de cerca de R\$ 25 mil ao clube<sup>20</sup>.

Desde sua última contusão, em fevereiro de 2008, Ronaldo é visto por todos que acompanham o futebol de modo reticente. Sua história, porém, mostra que ele pode superar mais esse grave problema clínico e retornar, como fez em 2002. Mas, ao mesmo tempo, seu peso e suas últimas temporadas, quando atuou em apenas 25% dos jogos<sup>21</sup>, deixam dúvidas quanto ao seu retorno à velha forma que o consagraram como um dos melhores atacantes que o Brasil já teve.

A carreira de Ronaldo é consensualmente tomada como brilhante. Fez parte do elenco nacional na Copa do Mundo de 1994 com apenas dezessete anos de idade. Embora não tenha jogado, foi convocado com o objetivo de obter experiência internacional naquele que é considerado o maior e mais importante torneio do esporte no mundo. Já era clara a competência e o dom futebolístico do jovem atleta. Aos dezoito anos, transferiu-se para o PSV, da Holanda, e um ano depois chegou ao espanhol FC Barcelona, um dos grandes clubes do mundo. Foi eleito por três vezes o melhor jogador do mundo pela FIFA – duas pelo Barça e uma em 2002, quando trocou a Internazionale de Milão pelo Real Madrid. Foi a grande estrela do Brasil na Copa de

---

<sup>20</sup> Fonte: <http://www.gazetaesportiva.net>

<sup>21</sup> Desde 2006, até início de 2008, quando se contundiu gravemente, Ronaldo atuou em 26% das partidas possíveis. Foram 15 partidas em 56 possíveis.

1998 e seguiu para a Itália, onde se contundiu gravemente e parou por quase um ano. Recuperou-se e atingiu o ápice em 2002, quando foi artilheiro do mundial e campeão<sup>22</sup>. Transferiu-se para o Real Madrid FC, sendo artilheiro e campeão espanhol logo na primeira temporada. Em 2006 chegou acima do peso ao Mundial e não conseguiu mostrar um bom futebol, assim como quase todo o time brasileiro. Mesmo assim, marcou três vezes e tornou-se o maior artilheiro das copas do mundo, com quinze tentos – marca que demorou trinta e dois anos para ser batida.

No Milan, fazia boa temporada, recuperando sua melhor forma física e aumentando constantemente suas participações como titular do ataque *rossonero*. Mas, a contusão apontada acima estragou seus planos. Com o histórico de lesões do jogador e a já avançada idade para o futebol – trinta e dois anos – o clube italiano optou por não renovar seu contrato e Ronaldo ficou sem clube por seis meses, apenas recuperando-se da cirurgia. No final de 2008, em meio a muitas especulações, o clube paulista Corinthians contratou o atleta por um período de um ano.

Mas o que torna esta contratação tão peculiar? Deixando de lado todos os fatores negativos apontados acima, como idade avançada, contusões, peso, motivação (pois Ronaldo já ganhou todos os títulos importantes possíveis no futebol), analisemos as outras entranhas que cercam a chegada do atacante carioca ao mais popular clube paulista.

O acompanhamento da imprensa especializada dos treinamentos da equipe paulista vem sendo, desde sua chegada, quase inteiro focado em Ronaldo. As notícias sobre suas condições físicas rodam o mundo. O jornal carioca *O Globo* mantinha, até o ano passado, apenas um repórter especializado em cobrir as notícias e o dia a dia do Corinthians. Desde a chegada de Ronaldo, são três os profissionais. E no *website* do principal diário esportivo brasileiro, o jornal *Lance!*, há um diário que acompanha todos os passos do jogador.

Do ponto de vista financeiro, Ronaldo também definiu em contrato que receberia parte do patrocínio a ser estampado na camisa corintiana em 2009. A princípio, ficou definido que receberia 30% da cota respectiva ao patrocínio no peito da camisa, outros 30% nas mangas, 80% no calção e mais 80% nas meias, caso seja acertado algum contrato publicitário nesta parte do uniforme, que não é comumente “vendida”. Para as finais do Campeonato Paulista, contra o Santos FC, seu clube assinou um acordo com o

---

<sup>22</sup> Ronaldo marcou quinze gols pela seleção brasileira em quatro Copas do Mundo. É o maior goleador da história do principal campeonato de futebol.

Banco Panamericano para que este estampe sua logomarca nos calções e na parte inferior das camisas (parte de trás). Os valores não foram divulgados oficialmente pelo clube, mas fala-se na imprensa especializada de algo em torno de R\$ 150 mil pelas duas partidas finais do torneio. Como dito acima, Ronaldo ficou com 80% destes valores. O time vendeu também, para esta final, o espaço nas mangas do uniforme. A empresa Bozzano estampou sua marca no local, porém os valores oficiais não foram divulgados; o certo é que Ronaldo ficou com os mesmos 80% dos valores envolvidos, enquanto o clube arrecadou os restantes 20% do contrato.

Para os principais espaços na camisa, no peito e nas costas, acima do número, o Corinthians apostava em conseguir um grande contrato de patrocínio pelo fato de contar com Ronaldo em seu elenco. Demorou um pouco mais que os demais clubes: assinou com a empresa do setor alimentício Batavo, em março, por R\$ 18 milhões, num contrato firmado até o final da temporada 2009. Esse valor está um pouco acima dos patrocínios de outros grandes clubes, como o São Paulo FC (contrato com a empresa de eletro-eletrônicos LG, no valor de R\$ 15 milhões por ano) e SE Palmeiras (acordo com a Samsung, no valor de R\$ 15 milhões por ano). Mas, na prática, o atacante é responsável por metade deste valor. Como demonstrou o jornal *Folha de São Paulo* (FSP, dia 24/04/09), a empresa exigiu uma cláusula no contrato entre as partes no caso da saída do Fenômeno do clube alvinegro durante o acordo. Caso o atleta deixe a equipe brasileira em julho, quando o mercado europeu estará reaberto para contratações, a empresa passará a pagar 50% do valor mensal do contrato. O clube, no entanto, acredita estar resguardado quanto a esse risco:

“No contrato entre Corinthians e Ronaldo, há a previsão de multa rescisória que aborda três tipos de quebra de acordo. Se o artilheiro se machucar e não puder mais jogar ou se resolver encerrar a carreira durante a vigência de seu vínculo com o clube, ele deve pagar R\$ 7,28 milhões. Em caso de transferência, o valor da rescisão é de R\$ 25 milhões. Se ele sofrer uma lesão antes do término do acordo, deixar o Corinthians e acertar com outra equipe, Ronaldo terá de pagar os R\$ 7,28 milhões e, depois, a diferença dos R\$ 25 milhões, ou seja, R\$ 17,72 milhões” (FSP, dia 24/04/09).

A diretoria do time alvinegro também assinou com o grupo Silvio Santos, que revezará algumas de suas marcas na camisa e no calção do uniforme do clube paulista – Baú, Telesena e Banco Panamericano. Os valores atingem a marca de R\$ 4,5 milhões até janeiro de 2010. Uma rede comercial que detem diversas marcas, chamada Hypermarchas, anunciou que duas de suas filiadas também acertaram patrocínio com o Corinthians: a Bozzano estampará sua marca nas mangas da camisa pelo valor de R\$ 6,5 milhões, bem como a marca de desodorantes Avanço, que terá seu logotipo estampado na região logo abaixo dos braços da camisa, que se tornou uma espécie de placa publicitária que anuncia marcas dos mais diversos setores do mercado. O resultado? O maior patrocínio entre os clubes brasileiros: cerca de R\$ 30 milhões por um ano.

No dia 17/01/2009, o time disputou um amistoso contra os argentinos do Estudantes de La Plata. Nesse jogo, no qual o atacante não atuou, o clube arrecadou cerca de R\$ 1,7 milhão. De acordo com o jornal *FSP*<sup>23</sup>, a emissora de televisão Rede Globo pagou cerca de R\$ 800 mil ao time para que Ronaldo comentasse a partida da cabine de transmissão da emissora no estádio, durante o primeiro tempo e no intervalo do jogo. Por essa exposição, o clube ainda acertou um contrato de patrocínio apenas para essa partida com três empresas diferentes: a Ford estampou sua marca no peito e nas costas da camisa, pagando R\$ 250 mil; a Vivo ocupou os ombros e a Localweb, as mangas – sendo que dos valores pagos por essa última, 80% foram para o bolso do atacante. Além dos valores acertados para esta partida, Ronaldo ainda ganhou 80% do valor pago pela mesma Localweb para expor sua marca nas mangas da camisa corintiana nos dois primeiros jogos do Campeonato Paulista 2009. A diretoria ainda vendeu placas de publicidade estática – que ficam ao redor do gramado – por cerca de R\$ 100 mil. Com os gastos gerais da partida (iluminação, limpeza do estádio, segurança, etc) e o pagamento de R\$ 350 mil ao time argentino, os paulistas lucraram cerca de R\$ 1 milhão.

Mesmo sem saber quando Ronaldo entraria em campo, a direção corintiana aumentou os preços dos ingressos para os jogos da equipe no estádio municipal Paulo Machado de Carvalho, o Pacaembu. As numeradas, que custavam R\$ 50, passaram R\$ 100 (parte descoberta) e R\$ 150 (parte coberta); a arquibancada central passou de R\$ 40

---

<sup>23</sup> Jornal FSP, dia 20/01/09.

para R\$ 70; e as arquibancadas verde e amarela passaram de R\$ 15 para R\$ 20. Tudo isso demonstra a formação de uma rede de consumo (Idem, 2006) no entorno da presença do jogador em menos de um mês de casa. Porém, o tiro parecia ter saído pela culatra. Explica-se: como Ronaldo estreou jogando no Pacaembu apenas quase dois meses após o início do torneio, a procura pelos ingressos diminuiu, em virtude de seu preço. Nas numeradas e cadeiras especiais do estádio do Pacaembu, a presença da torcida caiu em 69% em relação a temporada passada; nas arquibancadas, a queda foi de 26%<sup>24</sup>. Mas, com a estreia do fenômeno em casa, no dia 11/03/09, diante do São Caetano, a procura pelos ingressos foi significativa. Foram vendidos, antecipadamente, vinte e sete mil lugares. Foram, ao total, mais de trinta e um mil pagantes, o maior público corintiano no ano de 2009, até então. De acordo com o jornal *FSP* (dia 17/03/09), o Corinthians buscou receber mais de seus rivais mandantes dos jogos em que Ronaldo atuaria, como aconteceu nas partidas contra o Itumbiara FC, pela Copa do Brasil, quando o fenômeno estreou, e contra o Palmeiras, pelo Campeonato Paulista. No primeiro caso, o time alvinegro recebeu cerca de R\$ 250 mil do adversário, e no segundo, cerca de R\$ 300 mil. A ideia é dividir a renda com o time mandante, simplesmente porque Ronaldo leva mais gente ao campo quando é escalado, o que gera mais renda das bilheterias. O argumento se confirma na prática: nos jogos em que o fenômeno foi escalado, o público foi três vezes maior que nas outras partidas.

“No jogo contra o Santo André – em que Ronaldo foi poupado de atuar e o anúncio foi feito dois dias antes da partida – o efeito sobre as vendas causou um fenômeno às avessas. Ao redor do estádio Bruno José Daniel, torcedores que haviam comprado bilhetes antecipados na esperança de ver o centroavante jogar e que se frustraram com a ausência tentavam repassá-los por valores abaixo dos comercializados nos postos de venda oficiais” (Jornal *FSP*, dia 17/03/09).

Com a entrada do craque em campo, os números subiram junto. Houve aumento de 30% na venda de camisas e a empresa responsável pelo fornecimento de material esportivo, a multinacional Nike, teve problemas na reposição de estoques esgotados. Em sua estreia num grande jogo, contra o arquirival Palmeiras, em março, o Corinthians

---

<sup>24</sup> Jornal *FSP*, dia 06/02/09.

acertou três contratos de patrocínio, ainda que apenas para aquela partida: a Visa estampou sua marca no peito da camisa, a Panasonic nas mangas e a Lupo, nas costas e no calção. O lucro líquido girou em torno de R\$ 500 mil, de acordo com o que foi divulgado oficialmente pelo clube alvinegro<sup>25</sup>.

Outro exemplo que demonstra a relação entre circulação de jogadores de futebol e consumo ocorreu no início de 2009 e seu protagonista foi o meio campo David Beckham. O inglês é tido por muitos analistas do futebol como um jogador competente, que demonstra categoria e, principalmente, qualidade nos passes. Apesar de ter seu dom futebolístico reconhecido, não está na lista dos maiores jogadores do mundo atualmente<sup>26</sup>. Revelado pelo Manchester United FC, da Inglaterra – um dos maiores e mais vencedores times no mundo – atuou também no espanhol Real Madrid – outro grande clube do futebol mundial – e em 2007 transferiu-se para o Los Angeles Galaxy, clube que disputa a *Major League Soccer* (MLS), a liga profissional norte-americana de futebol.

Esta transferência pode ser considerada especial pelo fato de se tratar de um clube e uma liga pouco importante no cenário futebolístico mundial. Os EUA possuem uma inexpressiva tradição na história do esporte e o público norte-americano, é sabido, dedica-se a apreciar muito mais o futebol americano – por eles chamado de *football* –, o basquete e o beisebol. Sua contratação se deu como um incentivo ao esporte no país, já que um astro como Beckham, acreditam os investidores estadunidenses, pode alavancar o interesse do público, além de transformar o clube e a *MLS* num torneio rentável e passível de ter seus jogos vendidos em outras partes do globo, além de atrair outros grandes jogadores.

Porém, não é sobre esta transferência que gostaríamos de falar. Sua recente saída do clube californiano para o gigante AC Milan é o que nos chamou atenção. Beckham, inicialmente, atuaria no time italiano por apenas três meses, entre janeiro e março de 2009, quando retornaria aos EUA para se preparar para a próxima temporada norte-americana. Mas por que um time como o Milan, que disputa os maiores e mais valorizados campeonatos do mundo e que está no centro do futebol mundial – a Europa – contrataria um atleta por tão curto período de tempo, e que estava afastado dos principais campeonatos do mundo havia duas temporadas?

---

<sup>25</sup> Jornal FSP, dia 10/03/09.

<sup>26</sup> Entretanto, Beckham foi eleito o segundo melhor jogador do mundo pela FIFA por duas vezes, em 1999 e 2001.

Para o clube, o objetivo é angariar recursos financeiros com um dos mais conhecidos e tchetados jogadores de futebol do mundo. Beckham é casado com Victoria, ex-integrante do grupo pop de música *Spice Girls*, que explodiu na mídia mundial nos anos 1990. A imagem do casal perfeito e bonito é veiculada no mundo todo e, numa temporada em que o Milan não disputou a principal e mais rentável competição entre clubes do mundo do futebol – a *UEFA Champions League(UCL)*<sup>27</sup> – a chance de conseguir recursos financeiros aumenta muito com a contratação do atleta, ainda que por pouco tempo. No final de abril o clube italiano divulgou que encerrou o ano de 2008 com perdas no valor de € 66,8 milhões. O diretor executivo do clube, Adriano Galliani, afirmou: “O Milan sente a ausência na Copa dos Campeões [UCL]” (Jornal FSP, dia 24/04/09). Para termos ideia do quão rentável pode ser esta competição, o inglês Manchester United, campeão da temporada 2007/2008, arrecadou cerca de € 43 milhões apenas neste torneio.

O Milan é um dos clubes mais conhecidos no globo, que vende produtos, camisas e jogos na televisão para centenas de países e o jogador, creem os dirigentes italianos, ajudará neste processo, já que é considerado um verdadeiro produto, isto é, através de sua imagem, é possível vender outros produtos, como camisas, bonés, meias, chuteiras etc., além de partidas transmitidas via satélite para outros continentes. Além disso, o astro inglês é patrocinado pela empresa de material esportivo alemã Adidas, que também estampa seu logo na camisa do clube italiano. No futebol de espetáculo atual, isso representa a possibilidade de explorar a imagem do atleta ligada ao clube por meio de uma marca, e centenas de produtos, aumentando a renda provinda de uma importante fatia do mercado.

A ida de Beckham para a Itália evidencia que seu talento foi reconhecido, já que o Milan apostou em uma atleta que há tempos atuava numa liga de pouco prestígio, longe dos holofotes da grande mídia esportiva; mostrou também o valor de seu dom, já que a possibilidade de angariar recursos financeiros pelo uso de sua imagem, como vimos, é muito grande. E, para o jogador, a transferência também foi positiva, pois pode atuar num grande time, num período em que estaria de férias. Ele ainda se manteve em atividade e continuou a ser chamado para a seleção inglesa pelo técnico italiano Fábio Capello. Seu técnico nos EUA, Bruce Arena, gostou da contratação: "O

---

<sup>27</sup> A *UEFA Champions League* é a versão moderna da Liga dos Campeões da Europa, que teve início em 1955. O atual formato existe desde 1992, e caracteriza-se por reunir os maiores e mais vencedores times da Europa em seus campeonatos nacionais. É, seguramente, o maior e mais valorizado torneio entre os clubes europeus.

que motiva um grande jogador é a chance de poder jogar pela seleção de seu país e de até poder ir a mais uma Copa [do Mundo]"<sup>28</sup>. E o técnico do Milan à época, o italiano Carlo Ancelotti, parece ter gostado também. Já nas primeiras partidas oficiais que podia contar com o astro inglês, assim o fez: Beckham foi titular nas duas primeiras jornadas do campeonato italiano, no clássico contra a AS Roma, e diante da ACF Fiorentina. Nos demais jogos do Campeonato Italiano e da Copa da UEFA<sup>29</sup>, o inglês permaneceu atuando bem e o Milan conseguiu prorrogar seu empréstimo junto aos americanos até o final da temporada 2008-2009, que terminou em maio de 2009.

Sob o ponto de vista da natureza da circulação do atleta e de seu dom, nem sempre essa rede de consumo é refeita por completo quando da transferência de um clube a outro. Diferentemente de uma obra de arte, que uma vez consagrada, passa incólume pelo mercado, os jogadores precisam sempre “provar seu valor”. Há jogadores que vão e voltam entre clubes rivais, o que dificulta o processo de construção de uma rede de consumo em torno de si. Outros são odiados, a despeito de seu talento. E outros, ainda, são adorados independentemente do clube pelo qual jogam. Tais nuances são impostas ao mercado e variam incrivelmente de acordo com razões simbólicas na construção e manutenção do valor.

Além disso, torcedores vão pagar ingresso para vê-lo em ação atuando pelo clube; comprarão jornais e revistas que realizem reportagens com este atleta, enfim, será iniciado uma espécie de consumo sobre este jogador, a partir de seu dom. Entendemos que esse é um fator que pode nos ajudar na análise de quanto vale o talento desse atleta e o quanto ele vai ajudar a movimentar, financeiramente, para o clube.

A linguagem, assim como o consumo, portanto, teria a função de dar sentido, ou seja, o consumidor não é um ser irracional. “As mercadorias são boas para pensar: tratêmo-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar” (Idem, p. 108). O objetivo do consumidor é construir um universo inteligível a partir dos bens escolhidos, num dado período de tempo. “Os bens são a parte visível da cultura” (Idem, p.114), caracterizando o ato de consumir como uma “atividade ritual”. “Em última análise, suas estruturas são ancoradas nos propósitos sociais humanos” (Idem, p.114).

---

<sup>28</sup> Jornal FSP, dia 31/10/2008.

<sup>29</sup> A Copa da UEFA era um torneio disputado por clubes das principais ligas européias, de modo que os classificados para tal disputa eram definidos pela colocação dos clubes em seus respectivos campeonatos nacionais. Os primeiros colocados conquistavam o direito de jogar a *Uefa Champions League*, deixando os seguintes com o direito de disputar este torneio, que hoje é chamado de *UEFA Euro League*. É o segundo torneio mais importante da Europa, logo atrás da *UCL*.

Além disso, quando o dom do atleta é colocado em circulação no mercado esportivo, é estabelecido um valor simbólico, ou seja, atribuído pela significação dada pelo homem, no que Sahlins chama de “esquema simbólico”<sup>30</sup> (Sahlins, 2003), através da interação entre atores sociais definidos, como torcedores, dirigentes, agentes e a mídia especializada. Assim também é o consumo, que aparece como um sistema de significação, e sua verdadeira necessidade é uma necessidade simbólica (Douglas & Isherwood, 2006).

Vimos, ao longo deste capítulo, portanto, que o dom é trocado e valorizado como uma mercadoria no universo do futebol. Tendo como base algumas observações realizadas entre sociedades “primitivas”, percebemos que aproximações são possíveis, principalmente pelo fato de que algumas dádivas são alienadas e comercializadas no mercado de forma semelhante a qual estes povos procediam e ainda procedem, atualmente. Uma rede de consumo, então, forma-se com base no dom futebolístico dos atletas, fazendo circular pessoas e produtos e criando e desfazendo vínculos sociais. No próximo capítulo, nos dedicaremos a expor o quadro etnográfico observado em quatro clubes do futebol brasileiro e como essas relações que acabamos de apresentar se mostram na prática no mundo do futebol.

---

<sup>30</sup> Ao criticar a idéia de que a humanidade formula suas práticas culturais através do interesse utilitário, propondo, ao contrário, que esta seria fruto de uma razão simbólica, ou significativa, Sahlins afirma que “nenhum objeto, nenhuma coisa é ou tem movimento na sociedade humana, exceto pela significação que os homens lhe atribuem” (Sahlins, 2003, p.170). Neste sentido, quando um jogador possui seus direitos federativos avaliados em X reais/dólares/euros, está constituindo um “esquema simbólico”, onde, como significante, sua significação é uma qualidade simbólica.

## Capítulo II – O cotidiano dos clubes

Após tratarmos o dom por um viés teórico, passemos agora a demonstrar, paralelamente, como todo esse arcabouço foi observado na prática, através da pesquisa de campo que foi realizada. Para tanto, nos pareceu necessário utilizar uma ferramenta de fundamental importância na antropologia, qual seja, a pesquisa de campo, aliada ao que comumente chamamos observação participante. Embora muito utilizado, esse método geralmente é apresentado de forma simples e direta, e acaba por revelar-se ao longo do trabalho, sem que uma base mais concreta e teórica esteja por trás do aparato usado no campo. O que se propõe, aqui, é um olhar mais detalhado sobre este e outros métodos possíveis e cabíveis à realização deste trabalho.

Como fenômeno global da vida social moderna, o futebol obriga o pesquisador a estar atento às diferenças e semelhanças entre aspectos globais e locais. De acordo com Marcus (1991), etnografias que analisam sociedades modernas são obrigadas a abandonar uma análise que se debruça sobre a experiência vivenciada em nível local e adotam um ponto de vista global. Isso faz com que elas pensem como as identidades coletivas e individuais interagem nos lugares onde o pesquisador realiza sua pesquisa. Este parece ser nosso caso: “como, nos contextos locais convencionais conhecidos no curso da pesquisa etnográfica, uma diversidade paradoxal emerge em um mundo que é destacadamente transcultural” (Marcus, 1991, p. 200).

A circulação e a valorização dos atletas de futebol profissional são fenômenos comuns no mundo todo, de modo que processos semelhantes podem ocorrer tanto em uma pequena cidade do interior do Brasil, quanto numa metrópole européia, até mesmo entre ambas. Como apontamos acima, a volatilidade do mercado do futebol atual é grande, negócios são feitos e desfeitos com enorme facilidade, o futebol coloca em contato representantes de um clube da ex-união soviética com outros do interior de São Paulo e, a partir daí, vemos uma negociação de um atleta que assume o papel de mercadoria. Identidades são formadas, sejam coletivas ou individuais, e sua análise facilita a percepção de que “tudo [está] em todos os lugares mas, ainda assim, diferente em cada lugar” (idem, p.202). O papel da mídia especializada se mostra importante, aqui, quando percebemos como é fácil, hoje em dia, acompanharmos os campeonatos europeus, por exemplo: até a identidade clubística pode ser adensada, na medida em que

há uma “desterritorialização” do torcer, isto é, um processo de europeização<sup>31</sup> do futebol do ponto de vista do torcedor, adesões bilocais que o fazem adotar um time europeu, ao mesmo tempo em que se mantém fiel a seu time no Brasil. Muitas vezes jogos de times estrangeiros são transmitidos em maior quantidade que jogos do nosso próprio campeonato nacional.

Aliás, esse é um fato que precisa ser observado: o Brasil vende o talento de seus jogadores aos montes, ano após ano, mas não consegue vender seu campeonato nacional, por onde circulam essas revelações. Pode-se argumentar que o que ocorre é que o interesse dos europeus – principalmente, pois lá estão os principais campeonatos do mundo – não é maior porque é lá que os melhores brasileiros atuam, contratados pelos maiores e mais ricos clubes do mundo. Porém, sabemos que o torneio nacional, ainda assim, detém jogadores competentes e o nível técnico do mesmo é considerado alto, com grandes jogos, disputas acirradas e equilibradas e público presente<sup>32</sup>.

Com isso, nos foi necessário estar atento à problematização de alguns conceitos, dentre eles, espaço, tempo e voz dos atores. Não pudemos simplificar a observação e desviar atenção apenas às atividades realizadas num local específico; a determinação histórica não pode ser tomada como único contexto para explicar o que se viu no campo etnográfico, ou seja, a memória, em alguns casos, se mostrou mais importante que a narrativa histórica; e os diálogos, isto é, as vozes dos atores sociais muitas vezes se mostraram fundamentais na construção do discurso integrado ao enquadramento etnográfico, evitando, ao mesmo tempo, o contágio do discurso nativo pelo pesquisador – até mesmo os próprios conceitos do observador podem ser alterados em casos como esse.

Outra questão problematizada pelo trabalho de campo é a da relação observador/observado. Para Lévi-Strauss, essa relação é necessária, já que ambos são da mesma natureza e o próprio observador faz parte da sua observação. Assim, ambos se

---

<sup>31</sup> Esse processo diz respeito a apenas alguns dos campeonatos nacionais europeus, notadamente os maiores. Estamos falando, principalmente, dos torneios nacionais da Inglaterra, Itália, Espanha e Alemanha.

<sup>32</sup> A média de público na temporada 2007/2008 nos campeonatos europeus é maior que no campeonato brasileiro, muito embora nosso torneio fique a frente do campeonato português e bem perto dos campeonatos francês e italiano. Isso pode ser explicado, em parte, pelo fato de que os grandes jogadores do futebol mundial atuam na Alemanha, Inglaterra, Espanha e Itália. Além disso, nesses países se encontram os maiores clubes do futebol mundial e as maiores ligas nacionais do mundo, em estrutura e investimento financeiro. Seguem os dados, em números de pessoas presentes aos estádios, em média: Campeonato Alemão: 38.612; Campeonato Inglês: 36.069; Campeonato Espanhol: 28.909; Campeonato Italiano: 23.680; Campeonato Francês: 21.773; Campeonato Brasileiro: 16.992; Campeonato Português: 11.216.

alteram, saem diferentes da relação ao seu final, caracterizando uma reciprocidade entre o pesquisador e o pesquisado. Mas, no que isso implica? Implica na suposição de um universo onde ambos partilham da mesma natureza, inelutavelmente homens, como diz Lévi-Strauss. E implica também na possibilidade de fracionamento ou objetivação do nosso objeto por nós e vice-versa, de nós por nosso objeto. Todo objeto, assim, encontra-se, ao menos em parte, dentro do observador. Nas palavras de Lévi-Strauss:

“A observação sociológica (...) consegue safar-se graças à capacidade do sujeito de objetivar-se indefinidamente, isto é (sem conseguir jamais abolir-se como sujeito), de projetar no exterior frações sempre decrescentes de si. Teoricamente, ao menos, esse fracionamento não tem limite, a não ser implicar sempre a existência dos dois termos como condição de sua possibilidade” (Lévi-Strauss, 2003, pp.26-27).

Etnografia é, entre outras coisas, comunicação, ou seja, para ocorrer é necessário haver troca de símbolos que ambas as partes entendam, na medida em que ambas já se objetivaram cada uma a sua própria subjetivação. A operação de troca determina os termos, de modo que não importa o que está sendo trocado, mas sim que a relação em si está ocorrendo. Tal relação precede os termos trocados, pois estes são apenas equivalências de mesma natureza. E, é importante notar, a diversidade cultural reside exatamente nessa falta de entendimento completo, já que nunca compreendemos as relações nos mesmos termos que o outro. É daí que surge a diversidade, a simbolização e a diferença.

Dessa forma, e diante deste quadro, durante parte dos quase dois anos de pesquisa de campo, pude acompanhar de perto alguns dos jogos e treinamentos de quatro times do futebol brasileiro: o primeiro deles, o menor e o mais jovem, São Carlos FC, da cidade homônima. Fundado em 25 de novembro de 2004, o clube surgiu quando da falência do Grêmio Esportivo São-Carlense, antigo clube da cidade. Já no ano de 2005, conquistou o título do Campeonato Paulista da 2ª Divisão, obtendo acesso à série A3 no ano seguinte, torneio que disputa atualmente. Os jogos são realizados no estádio municipal Prof. Luis Augusto de Oliveira – Luisão, com capacidade para dez mil pessoas. É neste local que se realizam grande parte dos treinamentos semanais da equipe profissional e também das categorias de base do clube, seguindo, quase sempre, a

seguinte lógica: o time profissional tem suas atividades no primeiro semestre, quando disputa a Série A3 do Campeonato Paulista. Já no segundo semestre é a vez dos aspirantes a profissionais, com destaque para as categorias sub-17 e sub-20.

Pude acompanhar, além dos jogos do time profissional na série A3 do Campeonato Paulista dos anos 2007-2008-2009, a 39ª e a 40ª edições da Copa São Paulo de Futebol Junior, um torneio para garotos com até dezoito anos de idade, famoso por revelar jovens talentos para o futebol brasileiro. Acompanhei também, no segundo semestre de 2008, os Campeonatos Paulista sub-17 e sub-20.

O segundo clube no qual fiz pesquisa de campo fica em Campinas-SP: trata-se da AA Ponte Preta, tradicional time do futebol brasileiro, considerado um dos primeiros a ser fundados no país, em 11 de agosto de 1900 – na verdade, é o clube mais velho do país em funcionamento ininterrupto. Atualmente, o clube disputa a Série A do Campeonato Paulista e a Série B do Campeonato Brasileiro. A casa do time é o estádio Moisés Lucarelli, que fica na região central da cidade, com capacidade para vinte mil espectadores. Ali são realizados os jogos do time profissional; o local também recebe os treinamentos, que às vezes são realizados no Centro de Treinamento da Cidade Pontepretana, numa das saídas da cidade, às margens da rodovia Anhanguera.

Este local segue uma tendência no futebol de espetáculo: cada vez mais clubes investem na construção de áreas especializadas para preparação de seus elencos, os chamados Centros de Treinamento (CT's). São como laboratórios científicos (Latour, 1997), onde se encontram todas as condições para formação e produção de novos talentos, além da manutenção física, fisioterápica, tática, técnica e psicológica dos atletas. Além disso, é neste local que se encontram, inevitavelmente, os principais atores do mundo do futebol: dirigentes, técnicos, jogadores, agentes, jornalistas especializados e torcedores, os protagonistas das ações simbólicas que fazem o mundo do futebol girar.

Especificamente, o CT Cidade Pontepretana possui dois campos oficiais de grama e um de areia, numa área útil de oitenta e cinco mil metros quadrados, com piscinas, quadras esportivas, salas de musculação e estacionamento privado. Por tudo isso, comporta as equipes profissional e amadora ao mesmo tempo, o que possibilita uma sadia interação entre os diferentes atletas do clube: é comum, logo após o treinamento dos profissionais, acumularem-se no alambrado, aos montes, os garotos das equipes infanto-juvenis da Ponte, que ficam a bajular e brincar com seus ídolos. O desejo e o sonho de vir a ser um jogador de sucesso e reconhecido talento são alimentados, portanto, diariamente. É o início da busca pela valorização e circulação

dos dons futebolísticos. No São Carlos isso também é possível, já que os atletas das categorias de base treinam, às vezes, no mesmo local que os profissionais. Já no São Paulo e no Palmeiras isso é um pouco mais difícil de acontecer, pois ambos os clubes possuem CT's diferentes para os times amadores e profissional.

Os últimos dois clubes nos quais pude fazer minhas observações etnográficas são os maiores e os mais famosos também, com maior número de torcedores: o São Paulo FC e o SE Palmeiras. Primeiro, o São Paulo: fundado em 16 de dezembro de 1935, é um dos clubes mais vencedores do futebol brasileiro. Segundo pesquisa da revista Placar, exemplar mensal especializado em futebol, detém 11,89% dos torcedores brasileiros – é o terceiro em número de torcedores<sup>33</sup>. Possui um dos maiores estádios do Brasil, o Cícero Pompeu de Toledo – Morumbi – com capacidade para setenta e cinco mil pessoas, além de um moderno Centro de Treinamentos, no bairro da Barra Funda, na capital paulista, onde realizei minhas observações. A área é compreendida por três campos oficiais, um minicampo, um campo para treinamento de goleiros, arquibancada, dois vestiários para jogadores, dois vestiários para árbitros, alojamentos, cozinha, refeitório, dezesseis dormitórios, sala de jogos, sala de audiovisual, área administrativa e área exclusiva para atendimento à imprensa. Possui também um centro de treinamentos apenas para as categorias de base, o Centro de Formação de Atletas Presidente Laudo Natel, situado na cidade de Cotia, na grande São Paulo, do qual falaremos a seguir, com mais detalhes<sup>34</sup>.

Já o Palmeiras, outro tradicionalíssimo clube brasileiro, foi fundado por imigrantes italianos em 26 de agosto de 1914, ainda sob o nome de *Societa Sportiva Palestra Itália*<sup>35</sup>. Detém a quarta maior torcida do país, com 8,58% dos torcedores brasileiros; sua casa é o estádio Palestra Itália, ou Parque Antarctica, com capacidade para trinta e duas mil pessoas. Possui um moderno Centro de Treinamento, também no bairro paulistano da Barra Funda, onde realizei minhas observações. Lá estão três campos oficiais, dois minicampos (areia e grama sintética), arquibancada, vestiários,

---

<sup>33</sup> A pesquisa foi divulgada em outubro de 2007. Dos mais de 500 times registrados na CBF, aproximadamente 20 deles detêm 90% da predileção dos torcedores. Segue a lista com os 10 times com mais torcedores no país: Flamengo (15,34%), Corinthians (14,83%), São Paulo (11,89%), Palmeiras (8,58%), Vasco (4,47%), Santos (3,8%), Cruzeiro (3,38%), Atlético MG (3,04%), Botafogo (2,12%), Fluminense (1,66%). Outras pesquisas foram realizadas por outros veículos especializados, porém o quadro não difere substantivamente deste que foi apresentado.

<sup>34</sup> <http://www.saopaulofc.net>

<sup>35</sup> Durante a Segunda Guerra Mundial, o Brasil declarou guerra aos países do chamado “Eixo”, composto por Alemanha, Itália e Japão. Por isso, o clube precisou mudar de nome, passando desde então a ser chamado de Sociedade Esportiva Palmeiras.

alojamento, sala de imprensa completamente equipada, ginásio poliesportivo coberto, secretaria e estacionamento privado.

Fizemos questão de optar por esta configuração variada (um time pequeno, um médio e dois outros grandes), pois tal variabilidade nos permitiu observar representações simbólicas dos mais diversos tipos, em inúmeras situações – desde um torneio sub-20, no qual estavam presentes não mais do que cem pessoas no estádio, até a semana de treinos de uma equipe que disputa o título do principal campeonato de futebol do país.

### II.1 O pequenino São Carlos FC

Fundado em novembro de 2004 o São Carlos FC é um clube novo no cenário futebolístico nacional e, dessa forma, ainda é muito pequeno. O time profissional disputa apenas um torneio durante todo o ano, o Campeonato Paulista da série A3 e, por conta disso, as categorias de base recebem um tratamento destacado por parte da diretoria, bem como dos torcedores. São três categorias amadoras contempladas: sub-15, sub-17 e sub-20. O destaque fica por conta das duas últimas: o time sub-17 chegou às semifinais do Campeonato Paulista 2008 e o sub-20 atingiu a segunda fase do torneio estadual, no mesmo período.

O torneio da Série A3 do campeonato paulista, disputado pela equipe profissional, possui caráter semelhante às demais competições profissionais estaduais que são disputadas em outras partes do Brasil. Apesar disso, é clara a diferença para um clube maior, como veremos a seguir no tópico sobre a Ponte Preta e, ainda mais, quando falarmos do São Paulo e do Palmeiras. A cobertura da mídia especializada é pequena: nos treinamentos, apenas duas equipes de rádio da cidade cobrem as atividades semanais, geralmente o treinamento mais importante da semana, na antevéspera da partida. Nas partidas fora de casa, nem sempre jornalistas acompanham o time; já dentro de casa, há sim cobertura da mídia local, também pelas duas emissoras de rádio, bem como da filial da Rede Globo de Televisão, a EPTV São Carlos (Emissoras Pioneiras de Televisão S.A).

Tendo em vista o tamanho do clube e o interesse despertado nos torcedores, assim é o dia a dia do São Carlos FC: os treinamentos são quase todos realizados no estádio Prof. Luis Augusto de Oliveira, o mesmo local dos jogos – não é raro que alguns

treinamentos aconteçam em outros campos pela cidade, sejam esses públicos ou privados. A equipe conta com uma estrutura simples, em parte dividida entre o time profissional e os times amadores:

- a) Equipe Profissional: uma comissão técnica (técnico, preparador físico e preparador de goleiros), um massagista e um supervisor;
- b) Equipes Amadoras: uma comissão técnica para cada time – sub-17 e sub-20 – (técnico, preparador físico e preparador de goleiros), um massagista e um supervisor;

Há, ainda, um médico, responsável por todas as categorias do clube. O *staff* administrativo conta com o presidente, Júlio César Bianchim, o diretor executivo Marcus R. Zangotti, o supervisor de futebol profissional Marcus Luiz e supervisor de futebol amador, Thomas Tinton. São, portanto, dezesseis profissionais que coordenam e comandam diretamente o futebol amador e profissional do São Carlos<sup>36</sup>. A título de comparação, no Palmeiras trabalham nada menos do que trinta e três profissionais diários e diretamente envolvidos com o departamento de futebol.

---

<sup>36</sup> Ainda há empregados que respondem pelo serviço de assessoria de imprensa, cozinha, faxina e segurança do clube. Porém, eles não interferem diretamente na coordenação do departamento de futebol, aqui nosso foco nesta análise.



**Ilustração 1**<sup>37</sup>

As competições dos times amadores, ou seja, dos times sub-17 e sub-20 possuem um caráter peculiar em relação às competições profissionais. Por atraírem muito menos público que um torneio profissional, as arquibancadas do estádio Luisão, em São Carlos, apresentaram-se, na maioria das vezes, praticamente vazias, mesmo com entrada franca. Era comum que apenas a parte coberta do estádio, responsável por abrigar não mais que 15% da capacidade total, recebesse público. E grande parte deste era formado pelos familiares e amigos dos jogadores, além dos atletas que não estavam inscritos para os jogos e assistiam à partida dali.

Dessa forma, esse quadro se repetia a cada partida. O silêncio do estádio era rompido pelos gritos em campo – dos jogadores, dos técnicos e do árbitro – e por aqueles vindo das arquibancadas, o que significava, na grande maioria das vezes, dos pais e amigos dos jovens atletas. O clima era amistoso, de modo geral: era possível notar com facilidade a presença dos familiares dos atletas são-carlenses, bem como dos adversários, que acordavam bem cedo no dia da partida e saíam em viagem em direção a São Carlos para acompanharem as partidas. No mesmo setor do estádio todos torciam fanaticamente pelos pupilos em campo.

---

<sup>37</sup> Jogadores do time sub-20 do São Carlos FC treinam para partida do Campeonato Paulista sub-20.

Na partida entre São Carlos FC e SC Corinthians, pelo Campeonato Paulista sub-20, a família do volante André, do Corinthians, veio em peso de São José do Rio Preto para vê-lo em ação. Pais, irmã, primos, tios e tias compunham a caravana futebolística. Conversando com o pai do atleta pude notar a paixão e a dedicação de todos para com o jovem aspirante a jogador profissional. Seu filho mais novo também segue os mesmos passos – com quinze anos de idade, é atleta do São Paulo FC. Esse processo de mobilização afetiva na lapidação do dom futebolístico se difere, em alguns aspectos, dos procedimentos científicos descritos por Latour (1997), na medida em que aqui estamos falando de vidas pessoais, diferentemente da substância buscada nos laboratórios.

Membros da comissão técnica de alguns times também ocupam lugar nas arquibancadas. Isso se aplica, com mais frequência, a clubes maiores e mais bem estruturados, casos de SC Corinthians e AA Ponte Preta, que mantinham profissionais do lado de fora do campo fazendo anotações durante a partida e em contato, via rádio ou telefone celular, com os demais membros da comissão técnica que estavam dentro do campo.

Já durante a Copa São Paulo de Futebol Júnior esse caráter peculiar visto nos campeonatos estaduais das categorias de base não aparece. O reconhecimento dos times, da mídia e do público para com essa competição é muito maior, tendo em vista a qualidade técnica e a quantidade de jogadores que já foram revelados neste torneio. São vários os jogos transmitidos ao vivo por diversas emissoras de televisão e rádio. A cobertura via internet também é intensa. Por ser realizado durante o período de férias escolares, no verão, e com entrada franca, consegue atrair bom público, mesmo nos jogos da primeira fase. A final da competição é jogada no dia vinte e cinco de janeiro na capital paulista, evento que comemora o aniversário da cidade.

Durante as partidas deste torneio percebemos que havia, sim, a presença de agentes de jogadores nas arquibancadas do estádio Luisão, bem como nas demais sedes espalhadas por todo o interior paulista<sup>38</sup>. Porém, como me confirmaram Marcus Luiz e Rogério Zangotti, a grande maioria não se identifica ao clube, e assiste às partidas como simples torcedores.

Na primeira rodada da competição deste ano, acompanhei o jogo entre o SC Corinthians e CS Paraibano. Os jogadores do São Carlos FC, que na partida preliminar

---

<sup>38</sup> A competição é disputada por 88 equipes, divididas em 22 grupos, 4 por grupo. Ou seja, são 22 cidades-sede, entre capital e interior do estado.

enfrentaram os garotos do Democrata FC, ocuparam seus lugares na arquibancada coberta do estádio, para assistir a essa partida, já que ambos os adversários seriam seus oponentes nas rodadas seguintes da competição. O meio campo Murilo confirmou que eles sabem da presença de agentes de jogadores nas partidas, mas eles só se identificam quando há interesse por algum jovem atleta. É algo comum, ele me disse, e deu um exemplo: no Paulista sub-20, o São Carlos enfrentou o SC Corinthians, em São Paulo, pela primeira fase do torneio. O zagueiro da equipe, Cafu, atuou muito bem e foi contratado por empréstimo pela equipe da capital paulista.

No intervalo do jogo do Corinthians, o qual estávamos assistindo, Cafu, que estava no banco de reservas, veio até o alambrado para conversar com seus antigos companheiros, dentre eles, Murilo. E ao final da participação do São Carlos FC nesta competição – foi eliminado na primeira fase – o Corinthians acertou o empréstimo do goleiro André, do São Carlos, até o final do ano de 2009. Após esse prazo, o time da capital paulista tem a preferência pela contratação efetiva do atleta.

O jornal *Folha de S. Paulo*, do dia 20/01/2009, demonstrou o assédio de agentes e olheiros nesta competição, na cidade de Rio Claro, sede onde jogava o time do São Paulo FC. Após assistirem a vários jogos da primeira fase, o tradutor Samet Guzel e o auxiliar técnico Onder Ozen, ambos do Fenerbahce SK, um dos maiores clubes da Turquia, chegaram ao estádio Augusto Schmidt para acompanhar a partida válida pelas oitavas de final, entre São Paulo e Barueri. Foram aconselhados pelo meio campo brasileiro Alex, que atua no clube turco desde 2004, onde é ídolo e principal jogador do time, a acompanharem a competição, tamanha quantidade de bons jogadores que são revelados a cada ano. Ozen afirmou: "Há alguns meses, acompanhei um torneio de seleções de base na França. Posso dizer que esses times [da Copinha] têm o mesmo nível que as seleções de outros países" (Jornal FSP, dia 20/01/2009).

## II.II AA Ponte Preta: tradição e longevidade no futebol brasileiro

No dia 01/09/08, segunda-feira, fui até o estádio Moisés Lucarelli obter as primeiras informações sobre a agenda semanal da equipe profissional da Ponte Preta. Fui recebido pelo assessor de imprensa do clube, trabalho que é exercido por uma empresa particular, chamada D&D Comunicação. Djota Carvalho, o dono da empresa, juntamente com seu assessor, Bruno, pediram-me uma carta de apresentação, para

tornar meu trabalho oficial e evitar problemas, uma vez que membros da diretoria do time campineiro poderiam me ver como olheiro ou até mesmo um observador/espião a serviço de algum clube adversário, tendo em vista a acirrada disputa para voltar à elite do futebol brasileiro.

Feito isso, comecei a acompanhar o dia a dia da AA Ponte Preta: as atividades, naquela semana, foram realizadas em um único período, sempre à tarde, com exceção do último dia. Fui muito bem tratado por todos no clube, sendo acompanhado de perto por Bruno, que me ajudou na intermediação com membros da diretoria e com os jogadores. Assisti a dois treinamentos da equipe profissional da Ponte no Centro de Treinamento (CT) Cidade Pontepretana e mais outros dois treinamentos no estádio Moisés Lucarelli.

No CT, há um local reservado para a imprensa e convidados. No primeiro dia, a atividade teve início às 15h30min, mas a permissão para que a imprensa entrasse só foi concedida uma hora depois, exceção feita a mim. Nesse período, jogadores, diretoria e comissão técnica se reuniram no campo para uma conversa, já que o time vinha de duas derrotas atuando fora de casa, o que os afastou das primeiras colocações no campeonato. Além disso, havia muita pressão sobre o técnico Paulo Bonamigo por parte da imprensa, que cogitava sua demissão do cargo<sup>39</sup>. Assisti ao treinamento deste local reservado. Após as 16h30min, os portões do CT foram abertos e a imprensa pôde acompanhar as atividades.

No segundo dia também acompanhei o treinamento do mesmo local, embora desta vez o acesso da imprensa estivesse liberado desde o início das atividades. O trabalho desta é caracterizado por setoristas, isto é, jornalistas de rádio e televisão designados especificamente para cobrir o cotidiano daquele clube. São sempre os mesmos que encontrei nos quatro dias de trabalho. Nestes dois primeiros dias acompanhei as entrevistas coletivas, realizadas sempre após os treinos. No primeiro dia falaram o técnico da equipe, além do capitão, Deda. No segundo, falaram dois jogadores: Marcelo Soares, atacante titular que iria jogar após se ausentar por motivo de contusão, e Ricardo Conceição, volante reserva que iria substituir um companheiro suspenso daquela partida. As entrevistas seguem um padrão de escala, ou seja, o técnico fala sempre no primeiro treinamento após uma partida e no último, além do dia do jogo, logo após a partida. Já os jogadores são escalados de acordo com o pedido dos

---

<sup>39</sup> O técnico Paulo Bonamigo permaneceu no cargo até o dia 28 de setembro de 2008, quando foi dispensado pela diretoria. Para o seu lugar, foi contratado Vagner Benazzi.

jornalistas: eles combinam entre si quem desejam entrevistar e passam o pedido ao assessor de imprensa, que decide, em conjunto com a diretoria e com o próprio elenco, quem irá conceder entrevista. Isso ocorre durante o treinamento: os jornalistas se reúnem e conversam sobre quem eles desejam entrevistar, levando em consideração os possíveis destaques daquela partida e eventos polêmicos que envolvem os atletas.

Após o treino no segundo dia, conversei com o coordenador técnico José Luiz Carboni, diretor de futebol. Ele era o responsável por fazer a intermediação entre comissão técnica/jogadores e diretoria. Entre outras funções, analisava necessidades do elenco para possíveis contratações, reclamações e/ou pedidos do técnico e dos jogadores, agenda semanal do time profissional e organização das viagens durante os campeonatos disputados.

Ao final deste segundo dia de treinamentos, voltei para o centro da cidade de Carona com Djota Carvalho, dono da empresa que presta assessoria de imprensa para a Ponte. As entrevistas coletivas haviam terminado minutos antes, e Djota anseava por ouvir os programas esportivos das rádios de Campinas sobre as atividades daquela tarde, já que os jornalistas enviam o material logo após o treinamento, via internet. Ao mesmo tempo em que conversávamos, ele fazia críticas e elogios a tudo que o locutor narrava sobre o time alvinegro.

No terceiro dia, o treinamento foi realizado no estádio, como disse. No local, como é costume em qualquer clube de futebol, tudo lembra a Ponte Preta, das cores nas paredes aos funcionários, devidamente uniformizados. Alguns atletas moram no alojamento do estádio, principalmente os mais jovens – a grande maioria dos jogadores das equipes sub-17 e sub-20. Assim, é fácil encontrá-los à frente do estádio, esperando o horário do treinamento ou apenas descansando após as refeições. Quando o treino se aproxima, chegam alguns torcedores, principalmente aposentados, que costumam acompanhar as atividades. Antes, porém, alimentam uma sociabilidade diária e que aparenta ser muito saudável: conversas sobre futebol com os funcionários do clube à frente da loja oficial da Ponte, que fica na entrada principal do campo. Esse quadro não se altera, dia após dia.

Desta vez acompanhei o treino de um setor da arquibancada. A imprensa ficou reservada num local fora do campo, atrás de uma das metas. Ao final, o portão foi aberto e todos puderam adentrar o campo, para entrevistar os jogadores selecionados. Como já havia combinado com a assessoria de imprensa do clube, subi à sala administrativa do estádio para conversar com o agente FIFA João A. C. Costa. João é

ex-jogador de futebol e formado em educação física e publicidade. Antes de ser agente FIFA, trabalhou no Japão como auxiliar técnico. Hoje é também consultor técnico da AA Ponte Preta, onde é responsável por analisar jogadores e, mediante relatório, apontar possíveis contratações. Ou seja, ele observa jovens atletas e inicia o processo de negociação, caso haja interesse, para seu clube; faz isso através de observação de partidas de campeonatos das três principais divisões do futebol brasileiro. João tem o estereótipo dos novos agentes do futebol moderno, com celular de última geração, carro importado e roupas de grife.

João dizia-se muito empolgado com a profissão atual, e não é por menos: citou, repetidas vezes, sua participação na última negociação do clube – o volante Elias, contratado junto ao CA Juventus por R\$ 20 mil e negociado com o SC Corinthians, meses depois, por R\$ 1,2 milhão. O método utilizado para contratar jogadores é bem simples: assistir a jogos de futebol *in loco*. Ele afirma: “Normalmente, vendo um jogo, pode ser que eu me encante com um jogador no primeiro jogo. Espero até o segundo jogo. Se for bem novamente, já há alguma chance de ele vir para cá”. Segundo João, sua busca é por jogadores pré-prontos, ou seja, jogadores que já são profissionais, mas que ainda são jovens, e ainda não atingiram o auge da carreira.

“Fui ver Copa Federação Paulista de Futebol, ano passado. Fui ver Paulista de Jundiaí e Juventus, em Jundiaí. O Elias ia jogar pelo Juventus. O Elias era um jogador pré-pronto, na época. Era um jogador relativamente conhecido, com passagens pelo SC Corinthians e pelo SE Palmeiras, mas em categorias de base, era bem novo. Me encantei com o Elias no jogo, vi potencial nele. Assisti a outro jogo dele, e assisti à final da Copa Federação, Juventus X Linense, na Rua Javari, em São Paulo. O Juventus foi o campeão do torneio. Conseguimos trazer o Elias, e fizemos um contrato com ele até novembro deste ano, porque a Ponte não queria fazer contrato até o Paulista apenas, pois íamos disputar o brasileiro o ano todo. Ele veio por R\$ 20 mil reais. Depois do Paulista, o SC Corinthians levou ele por R\$ 1,2 milhão. É um trabalho com muito mais rentabilidade do que pegar um garoto de treze anos de idade e investir na carreira dele”

A Ponte Preta fez um excelente Campeonato Paulista, sagrando-se vice-campeã. Elias foi um dos destaques do time e, ao final do torneio, o assédio de clubes maiores sobre seu dom foi inevitável. Segundo João,

“Quando esses clubes grandes vêm atrás de algum jogador de um clube médio, como é o nosso caso, é como um predador. Para termos uma idéia, um bom jogador aqui tem uma multa, em média, de R\$ 1 milhão. Basta vermos o caso do Elias: o contrato ia até novembro, mas ele chegou na diretoria e disse: ‘É meu sonho jogar no SC Corinthians’. A Ponte Preta quase igualou a proposta que ele recebeu, mas até o pai dele veio aqui, e falou que era um sonho de toda a família. Não teve jeito”.

O caso de Elias mostra bem como o futebol pode ser rentável. Não se passaram nem seis meses e o valor pago pelo dom futebolístico do atleta multiplicou-se – um ganho real de 6000%. É possível que essa valorização não pare por aí. Elias fez um grande campeonato brasileiro da série B pelo time paulista e joga a primeira divisão do torneio, além do campeonato paulista 2009 e a Copa do Brasil. Caso repita as boas atuações, possivelmente será contratado por um time do exterior, e a probabilidade de que valores maiores sejam mobilizados não é pequena, tendo em vista a maior exposição de seu talento, ainda mais após a contratação do atacante Ronaldo pelo Corinthians, grande estrela brasileira no cenário futebolístico mundial e que atrairá os olhares do mundo todo sobre seu futebol e, conseqüentemente, ao restante do time.

No quarto e último dia, o treino foi realizado no período da manhã, também no estádio. Foi uma atividade recreativa, o chamado rachão<sup>40</sup>, já que no dia seguinte haveria a partida oficial frente à equipe do América FC (RN), e o descanso se fazia necessário após uma semana intensa de atividades. Jornalistas compareceram em menor número – apenas dois repórteres de rádio acompanharam uma parte do treino – e não falaram com os jogadores ou membros da comissão técnica. O time já estava definido pelo treinador e nenhum evento inesperado, ao menos aparente, acontecera desde o dia anterior.

---

<sup>40</sup> Rachão é um treinamento recreativo, mais relaxado, realizado em praticamente todos os times do futebol brasileiro, no qual os atletas são divididos em duas equipes, aleatoriamente, sem a necessidade de qualquer organização tática. É comum trocas de posições, nas quais, por exemplo, um jogador de linha atua no gol.



**Ilustração 2<sup>41</sup>**

Na segunda vez que fui a Campinas, para continuar o trabalho de campo na AA Ponte Preta, o sol escaldante judiava daqueles que se arriscavam enfrentá-lo. Após uma derrota sofrida em Goiânia, para o time do Vila Nova FC, os atletas do time iniciaram o primeiro treinamento da semana sentados no centro do gramado, todos ouvidos ao então técnico Vagner Benazzi. A situação da equipe na tábua de classificação não era das melhores, principalmente pelas circunstâncias da última partida, quando jogou bem e perdeu vários gols “feitos”, como se diz no futebol.

A conversa durou aproximadamente meia hora. Ao mesmo tempo, no espaço reservado aos convidados e jornalistas, eu e os companheiros de rádio, jornal e televisão discutíamos as possibilidades de acesso à série A do campeonato brasileiro da equipe campineira. Teses e opiniões sobre o real motivo do até então fracasso alvinegro pululavam da boca dos periodistas, ao mesmo tempo que tentavam descobrir o assunto daquela conversa que se estendia no centro do campo principal do CT pontepretano. Ao procurar por mais detalhes no bonito espaço futebolístico às margens da rodovia Anhanguera, era possível ver garotos da equipe sub-11 chutando bolas e correndo no

---

<sup>41</sup> Jogo Ponte Preta X América-RN, no estádio Moisés Lucarelli, pela Campeonato Brasileiro da série B. Dia 05/09/08.

campo de areia ao lado. Ao final do treino, como já tinha percebido em minha primeira passagem no local, os garotos se postaram atrás das grades que separam os dois campos e, dali, conversavam e brincavam com os atletas profissionais, que se alongavam no gramado após a atividade daquela tarde. Mais uma vez, a busca pelo dom futebolístico era reforçada pelo contato direto com aqueles que já o detém.



**Ilustração 3<sup>42</sup>**

Na entrevista coletiva, o técnico Benazzi tocou num ponto importante: falou sobre o compromisso dos jogadores para levarem o time à primeira divisão. Literalmente, declarou que, naquela conversa antes do treino, reafirmou aos atletas a necessidade de se “trabalhar focado” em relação ao objetivo, já que isso faria com que, numa possível outra oportunidade, ele se lembraria de tal empenho e não pensaria duas vezes em contar com aquele atleta em outro clube, estabelecendo uma relação de confiança. Por ser um técnico experiente, com passagens por inúmeros clubes do futebol brasileiro, Benazzi possui capital futebolístico e simbólico suficientemente constituído para agir dessa maneira.

---

<sup>42</sup> Os jogadores profissionais da Ponte Preta Danilo Neco e Renato (de vermelho) treinam no campo principal do CT Cidade Pontepretana. Ao fundo, garotos do time sub-13 treinam fundamentos.

Também se discutiu, durante a entrevista, os valores envolvidos na contratação do técnico. Benazzi assinou um contrato apenas pelas últimas dez partidas do campeonato, por um valor considerado alto pela imprensa, se comparado ao seu antecessor Paulo Bonamigo. Foram R\$ 200 mil, ou seja, R\$ 20 mil por partida. Bonamigo recebia, segundo a imprensa esportiva campineira, cerca de R\$ 50 mil por mês<sup>43</sup>. Benazzi justificou os valores dizendo ser justo receber tal quantia, pois já demonstrara, em outras oportunidades, capacidade para levar a Ponte de volta à primeira divisão nacional. E ele o fez por quatro vezes ao longo de sua carreira: em 1995, subiu com o time da Portuguesa Santista da terceira para a segunda divisão do campeonato paulista; em 1998, subiu para a primeira divisão com o União Barbarense; em 1999, subiu para a primeira divisão do brasileiro pelo SE Gama e obteve o mesmo título em 2007, com a AD Portuguesa<sup>44</sup>.

Na terça-feira, dia 28/10/08, o elenco treinou em dois períodos, pela manhã e pela tarde. Como de costume, segundo me assegurou Bruno, assessor de imprensa, na parte da manhã não haveria entrevistas com jornalistas, pois se tratava de uma atividade física, o que desperta pouco interesse da mídia. Já na parte da tarde, como tínhamos um treinamento tático, visando a próxima partida no campeonato, os jornalistas apareceriam – como de fato ocorreu. Porém, antes dessa atividade, fui até o estádio Moisés Lucarelli, pois havia combinado uma carona com Bruno, que me levaria até o CT. Em frente ao local, concentravam-se os jogadores da equipe sub-20<sup>45</sup>, esperando pelo ônibus que os levaria ao local do treinamento.

Os atletas dessa categoria moram no alojamento do clube, que fica dentro do estádio Moisés Lucarelli, como dito. Essa ainda é uma prática comum em clubes brasileiros, pois antigamente não existia o pensamento de se separar o local de treinamento e de jogo. Construir locais específicos para atividades específicas é algo próprio do futebol moderno e de espetáculo, e a maioria dos clubes brasileiros ainda não se adaptou a essa realidade. Um fato curioso chamou minha atenção nesse dia: César, experiente zagueiro, com passagens pela seleção brasileira e times europeus, passou no estádio para dar uma carona a Amauri, atacante que meses antes atuava pelo time sub-20 da Ponte. Ainda morando no alojamento do estádio, junto com os outros garotos,

---

<sup>43</sup> Tais valores não podem ser divulgados de forma oficial pelo clube por normas contratuais.

<sup>44</sup> Benazzi não conseguiu levar a Ponte Preta à série A do Campeonato Brasileiro. Sua equipe terminou a competição na quinta colocação – o último qualificado foi o GR Barueri, logo à frente, na quarta posição.

<sup>45</sup> O time sub-20 da AA Ponte Preta disputava, à época, a fase final do Campeonato Paulista da primeira divisão da categoria.

Amauri precisava de carona para ir ao CT, pois não tinha carro e, se optasse pelo transporte público, teria que sair muito antes para chegar ao local a tempo. O contraste era evidente: Amauri, que num instante conversava animadamente com seus ex-companheiros amadores – à espera do horário para adentrarem no velho ônibus do time – noutro se despede e entra num carro importado do companheiro já experiente e com o dom futebolístico devidamente afirmado e reconhecido.



**Ilustração 4**<sup>46</sup>

Pude conversar, ainda que rapidamente, com ele após o treinamento. Ele me confessou que assinou seu primeiro contrato profissional assim que foi chamado pelo então técnico Paulo Bonamigo, e que seu salário, antes uma simples ajuda de custo, triplicou. Muito tímido e com certa restrição a minha abordagem, não quis me revelar os valores.

Entre conversas com funcionários do clube e brincadeiras entre si, os jovens aspirantes miravam um carro importado no outro lado da rua – uma BMW de última geração. Dentro dela havia dois homens, que conversavam com um jornalista de rádio

---

<sup>46</sup> Garotos do time sub-15 da Ponte Preta no ônibus na frente do estádio Moisés Lucarelli, em direção ao treinamento diário.

que cobre os treinamentos da equipe profissional, debruçado sobre a janela do carrão importado. Quase todos os atletas admiravam aquele objeto e brincavam uns com os outros, dizendo serem donos do sedã ou então filhos do dono. O referido jornalista estava na porta do estádio esperando o ex-jogador e ídolo da Ponte Preta Dicá<sup>47</sup>, para a gravação de um programa esportivo.

Ao chegar, antes de seguirem para o estúdio, Dicá fez questão de atravessar a rua e cumprimentar quase todos os garotos da equipe sub-20 da Ponte, além dos funcionários do clube – porteiros, faxineiros e os que trabalham na loja oficial, que fica na entrada do estádio. Estes, com largos sorrisos nos rostos, o fizeram com satisfação, e após a saída do ídolo, comentavam excitados o que acabara de ocorrer. Mais uma vez, vemos aqui o estímulo ao desenvolvimento do dom: antes de o fazerem pelo treinamento físico, tático e técnico, através dos capitais futebolísticos, os jovens atletas o fizeram pelo viés simbólico, potencializando esse processo de desenvolvimento no contato com o antigo ídolo e no anseio de atingir esse estágio, digamos assim.

Após a aparição de Dicá, seguiu-se uma extensa conversa entre os funcionários do clube e torcedores que ali se encontravam, além dos jogadores do time sub-20. Relembavam grandes jogos do passado e antigos ídolos pontepretanos, além das inúmeras vezes em que derrotaram o arquirival, o Guarani FC. Devido ao momento difícil pelo qual o time passava no campeonato brasileiro da série B, as comparações com outros campeonatos eram inevitáveis, numa tentativa, ao que parece, de reafirmar a real possibilidade de superar tais dificuldades e conseguir o objetivo: o acesso à primeira divisão nacional. Os jovens atletas ouviam atentamente as histórias dos torcedores, e muitos deles já até haviam ouvido falar de alguns jogos históricos.

Uma fala de um dos porteiros do estádio me chamou atenção. Ao conversar com o motorista do ônibus que levaria os jogadores ao treinamento, ele afirmou: “O Juventude está na nossa frente, temos que passar eles na tabela”<sup>48</sup>. O destaque para as duas palavras na pequena citação reforça o sentimento de clubismo (Damo, 2007) presente nos funcionários do clube. Como numa corrente, onde todos estavam unidos para empurrar o time, o porteiro discutia, entusiasticamente, a necessidade da vitória na próxima partida para que a Ponte atingisse seus objetivos. Naquele momento, os

---

<sup>47</sup> Oscar Sales Bueno Filho é ex-jogador da AA Ponte Preta e da AD Portuguesa, apontados por muitos como o maior craque da história do time campineiro. Atuou pela equipe nos anos de 1966-1971, 1972, e 1976-1986.

<sup>48</sup> À época, a AA Ponte Preta ocupava a oitava colocação na tabela, com 48 pontos, enquanto o EC Juventude ocupava a sétima colocação, com 49 pontos.

funcionários, torcedores, atletas, comissão técnica e diretoria estavam unidos sob as cores da camisa da Macaca<sup>49</sup> em busca do acesso.

No terceiro e último dia de treinamentos antes da partida frente à equipe do Avaí FC, em Florianópolis, foi-me passado pela assessoria de imprensa do clube que a atividade ocorreria no estádio Moisés Lucarelli, no período da tarde, e seria fechada ao público e à imprensa. Mesmo não pertencendo a nenhuma das categorias citadas, a proibição também se estendeu a mim. Diante de minha insistência, Bruno sucumbiu e, após várias consultas com seus superiores e, uma hora e vinte minutos depois, conseguiu permissão para acompanhar a atividade das arquibancadas do estádio, quando esta já estava quase no fim. Os portões só foram abertos aos jornalistas após o final da atividade, quando os atletas já se encaminhavam aos vestiários. Durante as entrevistas eles tentaram, sem sucesso, arrancar dos atletas o que havia ocorrido no campo minutos antes. Tentaram, inclusive, tirar de mim algumas informações, porém não poderia trair a confiança do clube em mim depositada. Benazzi orientou até mesmo funcionários que limpavam e pintavam as arquibancadas do estádio a não falarem com a imprensa. Mas isso não era preciso: todos os funcionários, sob a força de pertencimento ao clubismo, jamais diriam algo que pudesse prejudicar o time naquela altura do campeonato.

Na minha terceira e última visita aos treinamentos da equipe profissional da Ponte Preta, já em 2009, a equipe se preparava para um jogo do Campeonato Paulista, frente à equipe do Bragantino. As atividades da semana se iniciaram no CT e, assim como nas outras oportunidades, os profissionais treinavam no campo ao lado de pequenos garotos que davam seus primeiros chutes na carreira – era o time sub-11 da Ponte. A movimentação, na manhã do dia 17/02/09, foi apenas física, que se caracterizou por uma corrida de sessenta minutos ao redor do gramado, intercalando piques mais velozes e outros mais lentos. Os goleiros, como de costume, faziam seu treinamento específico reservadamente, em uma das metas do campo.

Por ser o primeiro trabalho da semana, e apenas um trabalho físico, somente um jornalista cobriu o evento naquela manhã. O assessor de imprensa do clube me disse que além desses fatores apontados, o fato de haver pouco interesse por aquele primeiro treinamento da semana se dava também porque o Guarani, rival da Ponte na cidade de Campinas, realizava, concomitantemente, a última atividade antes de uma partida

---

<sup>49</sup> Macaca é o animal que simboliza, como clube-tótem, a AA Ponte Preta.

importante pela Copa do Brasil, frente à equipe do J. Malucelli, no Paraná. Portanto, a mídia especializada decidiu acompanhar o treino da equipe bugrina<sup>50</sup> naquele dia.

No período da tarde a atividade foi caracterizada por um trabalho com bola, que visava exercitar controle e passes. No centro do gramado, o técnico da equipe, Sérgio Soares, conversou reservadamente com o meia Leandrinho. Na partida daquela semana, ele seria o principal responsável por armar as jogadas de ataque da equipe, já que o grande nome do time, Renato, havia acertado sua saída para o futebol árabe. Essa transação rendeu aos cofres pontepretanos uma quantia em torno de US\$ 3,6 milhões – por contrato, a diretoria do clube campineiro não pode divulgar os valores exatos. Esta atividade foi acompanhada por quatro jornalistas, sendo três deles de rádio, e um de televisão.

No dia seguinte o treino ocorreu no período da tarde, no estádio Moisés Lucarelli. O meia David Dener, contratado na manhã daquela terça-feira, junto ao time capixaba Desportiva ES, integrou-se ao elenco para seu primeiro treinamento com os novos companheiros. Enquanto a equipe profissional fazia o trabalho de aquecimento, no centro do gramado, atletas da equipe sub-20 da Ponte faziam uma atividade física na linha de fundo. Pela desconcentração, ao assistirem aos profissionais, levaram uma grande bronca do técnico da equipe de base.

Este foi o treinamento mais importante daquela semana, pois se tratava de uma atividade coletiva, ou seja, um jogo entre os titulares e reservas, que buscava melhorar o posicionamento do time e a definição de jogadas ensaiadas, antes da partida frente à equipe de Bragança Paulista. Por esse motivo e por ser realizada no “estádio da macaca”, que fica bem próximo à região central da cidade, a presença de torcedores era bem maior do que as atividades realizadas no CT, que se localiza numa das saídas da cidade, onde o acesso é mais complicado, principalmente para aqueles que não possuem automóvel. Cerca de trinta torcedores acompanharam das arquibancadas, além de alguns jogadores das categorias de base, que moram nos alojamentos do clube, no próprio Moisés Lucarelli. Não mais do que cinco torcedores compareceram aos treinamentos realizados no CT, durante o período que acompanhei o cotidiano do clube.

---

<sup>50</sup> O Guarani FC tem o apelido de Bugre, cujo símbolo é um pequeno índio munido com arco e flecha.

### II.III Os gigantes: São Paulo FC e SE Palmeiras

Depois de muito insistir junto à assessoria de imprensa do São Paulo FC, finalmente consegui autorização para realizar pesquisa de campo no Centro de Treinamento da Barra Funda, na capital paulista. Primeiramente, permitiram que eu acompanhasse as atividades num sábado, véspera de jogo, dia esse que é reservado a sócio-torcedores sorteados pelo clube para que visitem a atividade no CT; além disso, é comum a presença de parentes dos jogadores neste dia, fato que dá a atividade um ar de tranquilidade, diferentemente do onipresente profissionalismo que cerca os treinamentos durante a semana: eles circulam livremente pelos setores externos ao gramado do local, inclusive na parte que é reservada para a imprensa especializada, algo que não ocorre com tanta frequência nos dias de treinamentos normais.

Após insistir junto ao assessor de imprensa para que pudesse retornar ao CT durante a semana seguinte, consegui autorização para tal e, dessa forma, pude observar como se dá a semana de treinamentos em um grande clube do futebol brasileiro. À primeira vista, tudo é diferente do que ocorre nos dois outros clubes observados – São Carlos FC e AA Ponte Preta. Mas não apenas num primeiro momento. Desde a entrada no CT, que monitora todos os que adentram o local, até minha saída, devidamente registrada pelos seguranças, pude notar que estava inserido numa realidade que só ocorre num clube de ponta do futebol brasileiro.

Foram várias às vezes em que fui confundido com repórter, já que basicamente eu recebia o mesmo tratamento dado aos colegas de imprensa. Minha entrada na área onde é possível acompanhar o treinamento de perto se deu juntamente com a autorização dada aos membros da mídia, em todos os dias que lá estive. Por isso, ficávamos todos – eu e os repórteres de rádio, televisão e internet – à espera da autorização do então técnico Muricy Ramalho para que assistíssemos à atividade. Neste período, questões como “de onde você é?”, “para qual jornal você escreve?”, “fotografa para quem?” eram comuns, principalmente nos dois primeiros dias – como a cobertura da mídia é caracterizada basicamente por setoristas, eram quase os mesmos profissionais dias após dia; assim, no terceiro dia, praticamente todos já me conheciam.

Senti-me, dessa forma, como “não-pesquisador”, já que além de ser confundido como repórter pelos demais membros da mídia, alguns torcedores me viram como torcedor também, alguém que ali estava, como eles, para ver o treinamento como um fã,

um torcedor do clube, e não como um pesquisador, a despeito de meu comportamento, claramente diferente daquele exercido pelos torcedores, que se amontoavam junto à grade do campo, na esperança de ver mais de perto a movimentação dos jogadores, e da insistência em pedir autógrafos e autorização para fotografar-se ao lado dos ídolos.

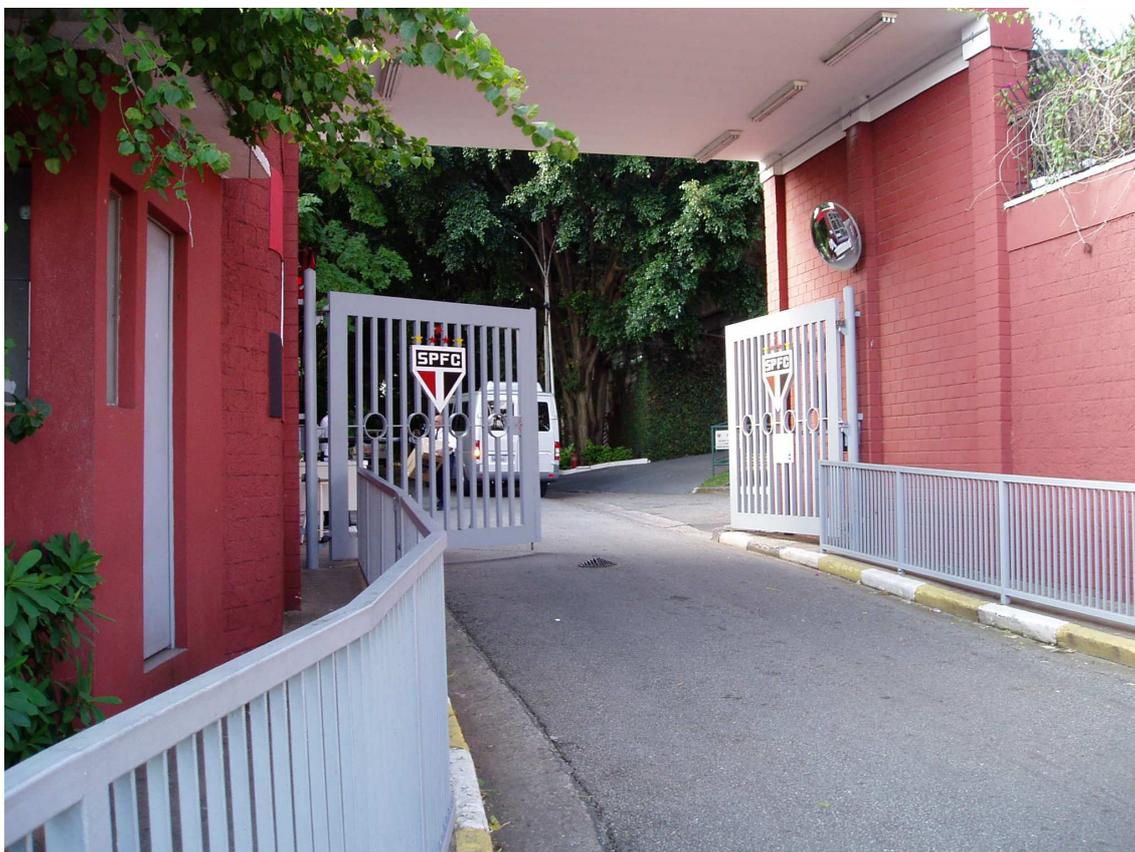
O atendimento aos visitantes no CT da Barra Funda também me surpreendeu. Diferentemente do que ocorreu no São Carlos e na Ponte Preta, a estrutura física do local surpreende, mesmo estando acostumado aos relatos da mídia. São três campos oficiais – um deles com as mesmas dimensões do gramado do estádio do clube, o Morumbi; um campo de medidas reduzidas, para treinamento específico dos goleiros; um centro de recuperação física, fisioterapia e fisiologia, o Reffis; alojamento para os jogadores, o que evita que o clube se concentre em hotéis, antes das partidas; refeitório; estacionamento; e sala de imprensa totalmente equipada<sup>51</sup>. Além disso, o clube disponibiliza aos visitantes sucos, café, água, bolachas e bolos. Pode parecer irrisório e sem importância, mas na verdade é algo que faz o ambiente mais aconchegante e agradável para o trabalho de todos. Na Ponte Preta, por exemplo, apenas água era servida aos visitantes, quando muito.

O tratamento recebido por mim e pelos demais visitantes no CT – torcedores e membros da imprensa – é claramente distinto do que pude observar nos demais clubes em que fiz pesquisa de campo. Ninguém entra no CT sem antes ser cadastrado na única entrada existente; todos os seguranças estão conectados via rádio entre si e com demais funcionários, de modo que restringem ou liberam o acesso aos setores do local. Para compararmos com o que ocorre nos demais clubes observados, quase tudo é diferente. Em Campinas, por duas vezes entrei no CT Cidade Pontepretana pelo lado oposto à entrada reservada àqueles que pretendem acompanhar o treinamento da equipe profissional, simplesmente porque era um caminho mais curto, ao invés de ter que circular por fora todo o CT. Os seguranças permitiram minha entrada sem nenhum impedimento, de modo que atravessei o clube por dentro, passando por todas suas instalações: piscinas, sala de ginástica, lanchonetes, centro de convivência, etc. No São Carlos FC não há nenhum tipo de controle de entrada, sendo que para acompanhar o treinamento da equipe basta seguir ao estádio Luisão e adentrar o local. No São Paulo,

---

<sup>51</sup> Conversando com um repórter da rádio Tupi, que já trabalhou no dia a dia de diversos clubes, não apenas na capital paulista, ele me confirmou que o CT do clube são-paulino é o mais bem estruturado no que tange ao trabalho da imprensa, levando-se em consideração aparelhagem, rede *wireless* de internet e espaço físico para acomodar todos os membros da imprensa esportiva. Como veremos a seguir, o CT do Palmeiras também oferece todas as condições para o trabalho da mídia.

por se tratar de um grande clube, no qual a repercussão sobre tudo que acontece no dia a dia atinge a milhões de pessoas, com enorme cobertura da mídia especializada, e onde atuam grandes jogadores, notadamente aqueles com reconhecido dom futebolístico, nada escapa a uma anterior autorização oficial por parte de um funcionário.



**Ilustração 5<sup>52</sup>**

No segundo dia de treinamentos, segunda-feira, um dia após a partida do domingo, pude perceber que vários veículos de imprensa acompanhariam a atividade. Em comparação com o sábado, o número era bem maior: cerca de doze diferentes representantes de mídia de rádio, televisão e internet estavam no CT da Barra Funda. Todos esperavam pela liberação do técnico Muricy, o que ocorreu quinze minutos após o início da atividade. Os atletas que não atuaram na partida do dia anterior realizaram um trabalho físico no campo, seguido de um treino de dois toques; já os titulares fizeram um trabalho de recuperação na piscina, enquanto os goleiros treinavam normalmente no campo reservado a eles. O clima era bem diferente de sábado: não

---

<sup>52</sup> Portão de entrada do CT do São Paulo FC, no bairro da Barra Funda, na capital paulista.

havia familiares, tampouco torcedores acompanhando o treino: além de todo o *staff* do clube, trabalhavam no CT eu e os jornalistas especializados.

Enquanto isso, os jornalistas esportivos preparavam os textos e as perguntas que seriam feitas aos atletas após o treinamento no espaço que lhes é reservado; ao mesmo tempo, conversavam sobre futebol, sobre a rodada do final de semana, os resultados, especulações diversas sobre o meio futebolístico, enfim, nada muito diferente do que observei na Ponte Preta, com uma diferença: no São Paulo isso é feito por jornalistas das principais mídias esportivas do país – acompanham o dia a dia do clube representantes dos jornais *Folha de São Paulo*, *Estado de São Paulo*, *Diário Lance!*, *Jornal da Tarde*, *Rede Bandeirantes*, *Rede Record*, *Rede Globo*, *Rede TV*, *ESPN Brasil*, *Gazeta Esportiva*, *Rádio Tupi*, *Rádio Jovem Pam*, entre outros. Além disso, o número de profissionais da mídia presente diariamente no CT da Barra Funda é muito maior que na Ponte Preta e, mais ainda, no São Carlos. Como dissemos acima, foram mais de dez veículos que cobriam as atividades diárias no clube – no segundo dia eram dezoito. Na Ponte Preta, quando muito, eram cinco profissionais; no São Carlos, dois jornalistas acompanhavam alguns dos treinos diários da equipe.

No treino da terça-feira a ausência do zagueiro Miranda foi notada por todos: estava com o grupo da seleção brasileira, convocado pelo técnico Dunga. Havia mais jornalistas que no dia anterior também, pelo fato de ser o último treinamento antes da próxima partida, que se realizaria no dia seguinte. Eram nada menos do que dezoito representantes da mídia esportiva, isso sem contar os auxiliares – câmeras e assistentes de áudio e vídeo. Pela importância do jogo, o técnico Muricy Ramalho permitiu a entrada de todos quarenta minutos após o início do treinamento. Ele treinou diversas formações para a equipe e não quis divulgar para a imprensa, uma prática comum entre os grandes times. Quando todos já acompanhavam o treino, viu-se uma movimentação de dois toques, com os jogadores distribuídos aleatoriamente, sem posição fixa ou qualquer ordem que pudesse identificar quem eram os reservas e os titulares.

Naquela semana o ex-jogador Guilherme, que fora revelado pelo próprio São Paulo, e teve passagens por diversas equipes do futebol brasileiro, como Atlético Mineiro, Cruzeiro, Vasco e Corinthians, compareceu no CT da Barra Funda para iniciar um estágio com o técnico Muricy. Guilherme encerrou a carreira de jogador profissional em 2007 e desde então tem se dedicado a ser treinador – em 2008 foi auxiliar técnico do Marília AC, clube do interior paulista. Escolheu o São Paulo por dois motivos: primeiro, por ter acesso ao clube, já que lá foi revelado no início dos anos 1990, e

conhecer a diretoria e o próprio Muricy, com quem trabalhou no início de carreira, quando o treinador era auxiliar de Telê Santana na comissão técnica do clube e, segundo, pela reconhecida capacidade do comandante são-paulino, atual tricampeão brasileiro, ou seja, Muricy é detentor de enorme capital futebolístico e simbólico, algo semelhante ao que foi alegado por Vagner Benazzi na Ponte, muito embora sabemos que o treinador do São Paulo à época tem uma carreira mais vencedora que seu companheiro de profissão. Em entrevista ao site do clube, Guilherme afirmou:

“Foi em uma conversa com o Carlinhos (Neves, preparador físico), que surgiu a oportunidade. Quis acompanhar o Muricy porque ele é o melhor. Além disso, aqui foi o local em que eu comecei a aparecer para o futebol em 1993, cheguei a morar no CT, e aí casou de unir o útil ao agradável.”<sup>53</sup>

A visita ao CT são-paulino, de forma geral, mostrou-se muito produtiva. Acompanhar o cotidiano de um dos maiores clubes de futebol do país pode revelar as reais diferenças entre os times observados. O tratamento pelos funcionários do clube teve um caráter especial, pouco visto nos clubes menores: a impessoalidade reina, assim como o profissionalismo. No São Carlos FC, bastou me apresentar e esclarecer rapidamente meus propósitos para conseguir autorização para a pesquisa de campo. Além disso, tive acesso aos diretores do clube e até mesmo ao presidente, com quem conversei. Sempre que precisei, ligava no telefone pessoal do diretor de futebol Marcos Luiz e tratava diretamente com ele. Na Ponte Preta, foi necessário apresentar uma carta do orientador explicitando minhas intenções, e ainda assim consegui conversar com três dirigentes do clube, além de alguns jogadores. Já no São Paulo só consegui permissão após muita insistência, ligações, *e-mails* e espera de mais de um mês. O assessor de imprensa não me autorizou a fazer perguntas juntamente com os jornalistas: disse que era preciso que fosse jornalista, devidamente registrado, para tal; se quisesse falar com algum jogador ou membro da diretoria, teria que pedir autorização, e mesmo assim ele iria “checar com seus superiores as reais condições para que isso acontecesse”.

Isso, em parte, se justifica porque o São Paulo, assim como outros clubes brasileiros, especialmente parte daqueles que disputam a série A do Campeonato

---

<sup>53</sup> Fonte: <http://www.saopaulofc.net>

Brasileiro e demais competições importantes, como a Copa Libertadores da América<sup>54</sup>, é um dos maiores clubes do Brasil. De muita tradição, é detentor da terceira maior torcida do país e onde atuam grandes jogadores, de reconhecido dom futebolístico. Estamos falando de um clube inserido no futebol de espetáculo, onde seus jogadores são negociados a cada final de temporada por valores altíssimos<sup>55</sup>; um clube que paga altos salários a seus atletas<sup>56</sup>; e a arrecadação é uma das maiores do futebol brasileiro<sup>57</sup>. Por tudo isso, a repercussão dos acontecimentos num clube como esse é enorme, atingindo milhares de pessoas, no Brasil e no mundo. Daí a dificuldade em conseguirmos autorização para a referida pesquisa de campo, tamanho restrição que nos foi imposta.

Na semana seguinte, após consultar o assessor de imprensa Fábio Finele, recebi autorização para acompanhar o cotidiano do Palmeiras durante alguns dias de treinamentos – na verdade foram cinco dias de atividades, tendo em vista a realização de uma partida no meio desta semana. Dessa maneira, pude observar o dia a dia de outra grande equipe do futebol brasileiro – assim como o São Paulo FC. Desde já, ressaltamos que ambos são bem parecidos no que diz respeito ao acesso a suas atividades diárias: não é tão simples conseguir tal autorização; foi preciso fazer ligações, mandar *e-mails*, ir até o Centro de Treinamento e esperar pela confirmação do assessor de imprensa, que a buscou junto à diretoria do clube.

Passada essa fase, dirigi-me ao bairro da Barra Funda, na capital paulista, em direção ao Centro de Treinamento da equipe alviverde. Uma curiosidade: o local, literalmente, divide muros com o CT são-paulino – as sedes das duas equipes rivais ficam lado a lado na Avenida Marques de São Vicente. No caminho de acesso ao campo principal do CT palmeirense, inclusive, é possível ver claramente boa parte do campo principal do CT são-paulino. O lugar revela uma estrutura fantástica, só comparável ao vizinho tricolor. A segurança é forte, permitindo a entrada apenas de pessoas previamente autorizadas. Há três campos oficiais; arquibancadas; ginásio coberto com duas quadras poliesportivas; dois campos auxiliares – um de areia e outro de grama

---

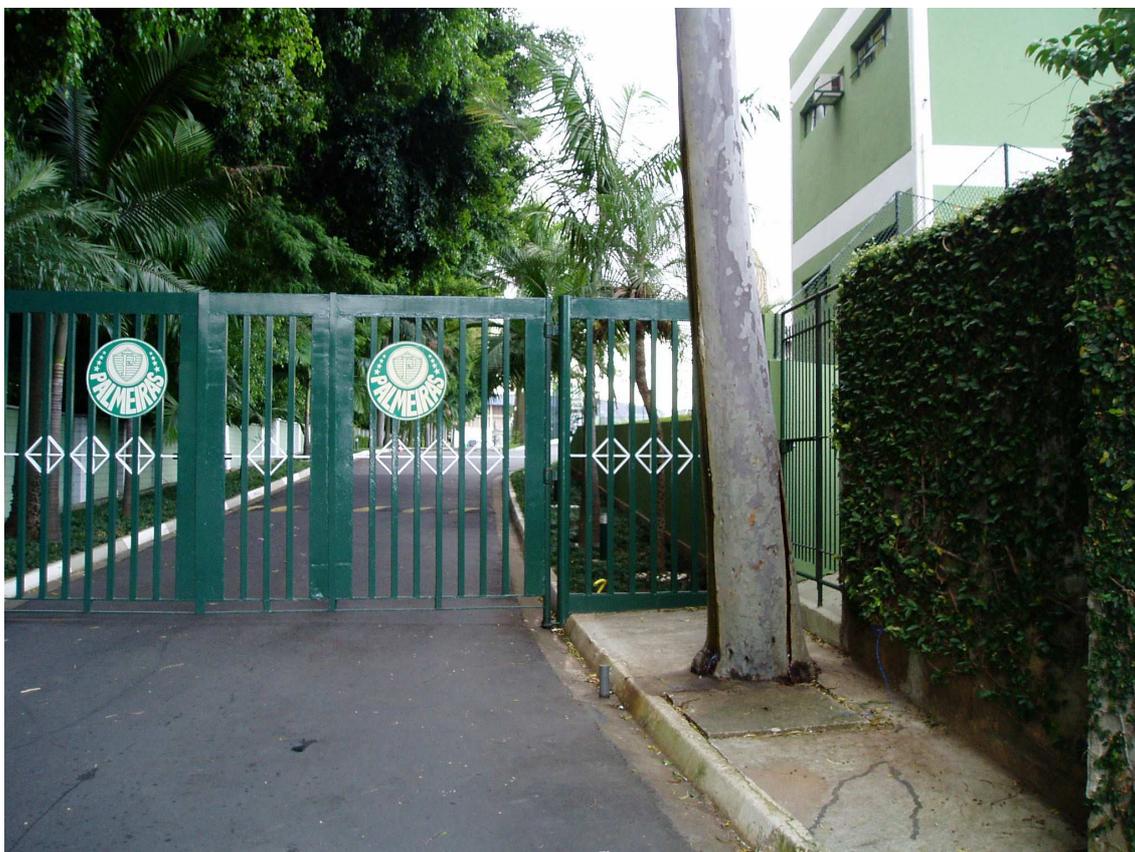
<sup>54</sup> A Copa Libertadores da América é o principal torneio sul-americano, disputado no primeiro semestre de cada ano pelos principais times do continente, mais alguns times mexicanos, que são convidados pela Confederação Sul-americana de Futebol (CONMEBOL).

<sup>55</sup> O último atleta do São Paulo negociado com o exterior foi o zagueiro Breno, de apenas 18 anos de idade, no fim de 2007. Foi vendido ao Bayern Munique, da Alemanha, por US\$ 18 milhões.

<sup>56</sup> O clube não divulga oficialmente quanto gasta com salários de seus jogadores e comissão técnica, mas as estimativas da imprensa especializada apontam quantia em torno de R\$ 3,5 milhões mensais.

<sup>57</sup> O lucro líquido do clube no ano de 2007 foi de R\$ 7,6 milhões. No mesmo ano, as receitas consolidadas dos clubes brasileiros que disputam a série A do Campeonato Brasileiro foi de R\$ 1,6 bilhão. Fonte: Casual Auditores.

sintética, para atividades específicas; três alojamentos; centro de atendimento à imprensa com dois andares, com toda a estrutura necessária – balcões, mesas e cadeiras, sofás, banheiros, rede *wireless* de internet; sala de musculação e fisioterapia; vestiários; secretaria, e estacionamento reservado.



**Ilustração 6**<sup>58</sup>

Assim como havia acontecido na semana anterior, também fui visto de diversos modos por todos os que trabalham diariamente no clube: repórter ou torcedor, mas nunca como pesquisador, até o momento em que me identificava ao interlocutor. Na maioria das vezes era visto como membro da imprensa, principalmente porque o tratamento a mim direcionado pelo clube era o mesmo estendido aos colegas da mídia, ou seja: se o técnico Wanderley Luxemburgo desejasse não permitir que a imprensa acompanhasse parte do treinamento – como de fato ocorreu naquela semana – tal impedimento se estenderia a mim também. O próprio assessor, Fábio, não havia entendido o real propósito de minha visita: para ele, meu trabalho era estritamente

---

<sup>58</sup> Portão de entrada do CT do Palmeiras, no bairro da Barra Funda, na capital paulista.

jornalístico, e estava ali para realizar alguma pesquisa sobre mídia esportiva. Senti-me, novamente, como um “não-pesquisador”.

Como não poderia deixar de ser diferente, minha visita ao CT palmeirense deve ser vista sob a sombra do que ocorreu na semana anterior, quando fui ao CT são-paulino – o que não seria diferente se a ordem das visitas fosse alternada. Quero dizer que ambos os clubes são muito parecidos, isto é, são dois grandes do futebol brasileiro, notadamente clubes vencedores, com grande número de torcedores<sup>59</sup>, muito bem estruturados e que direcionam ao futebol grande parte de seus investimentos<sup>60</sup>. Ambos são muito parecidos no dia a dia, na forma como tratam os profissionais da imprensa e os torcedores, no espaço de seus centros de treinamentos, etc. Porém, se diferem quanto à produção simbólica que permeia as relações de seus dirigentes e torcedores, no cotidiano do clube, nas vitórias e nas derrotas. São ópticas diferentes que evidenciam biografias diferentes: de relações que se mostram semelhantes, surgem quadros diversos e que fazem com que ambos sejam vistos de modo tão distinto. Essas relações ficam mais evidentes quando comparamos o que observamos por lá e o que foi visto em São Carlos e em Campinas.

No primeiro dia, as atividades foram iniciadas às 16h, no dia seguinte a uma partida pelo Campeonato Paulista. Isto significa que os atletas que participaram efetivamente daquele jogo não se apresentariam – estavam, de fato, de folga. Alguns realizaram musculação na sala específica para esta atividade, enquanto outros realizaram uma atividade física no gramado, com os goleiros treinando normalmente no mesmo local. Assim como no São Paulo, aqui o grupo de atletas fica dividido em inúmeras atividades específicas: enquanto alguns treinavam fisicamente, outros, como o zagueiro Edmílson e o lateral Fabinho Capixaba, faziam alongamentos, pois se recuperavam de contusão. Já os titulares estavam de folga e os goleiros treinavam numa das metas do campo.

A quantidade de jornalistas naquele dia chamou atenção. Por se tratar de um treinamento leve, que não apresentaria grandes novidades ao torcedor que acompanha o time, havia muitos membros da imprensa esportiva: eram cerca de doze diferentes veículos de informação que acompanhavam a movimentação no CT da Barra Funda, algo só comparável ao que observamos no vizinho São Paulo. Os meios de

---

<sup>59</sup> Ver nota 15.

<sup>60</sup> São Paulo e Palmeiras são associações esportivas que oferecem aos seus sócios diversos serviços de lazer. O futebol, notadamente, destaca-se como atividade que recebe a maior parte dos recursos financeiros.

comunicação são praticamente os mesmos que acompanham o vizinho tricolor, bem como os demais grandes clubes do futebol brasileiro e, principalmente, os paulistas: são, na sua grande maioria, os principais jornais, rádios e redes de televisão de São Paulo, bem como diversos *websites* dedicados à cobertura esportiva. Ao final, todos aguardavam pela entrevista coletiva que seria dada pelo meio campo Diego Souza, um dos principais atletas do elenco, e pelo direto de futebol Toninho Cecílio. Diego, aliás, foi ao CT apenas para atender aos jornalistas, já que estava dispensado pela diretoria do treino daquela quarta-feira.



Ilustração 7<sup>61</sup>

No dia seguinte, a equipe treinou pela manhã na academia de futebol. O destaque ficou por conta das finalizações, atividade realizada na maior parte do tempo pelo técnico Luxemburgo. O treinador, desta vez o único, concedeu rápida entrevista coletiva ao final do dia e explicou que as atividades da sexta, dia seguinte, seriam, em parte, fechadas à imprensa, pois o time treinaria algumas jogadas especiais e, divulgando-as, encerra-se todo o cuidado com esse tipo de treinamento. Como já

---

<sup>61</sup> O jogador Diego Souza concede entrevista coletiva no CT do Palmeiras. Ao seu lado, o assessor de imprensa Fábio Finele.

apontado, essa é uma prática muito utilizada nos grandes times, já que a cobertura da imprensa é intensa e a divulgação daquilo que ocorre diariamente no clube é quase total. Por isso, às vezes, os técnicos escondem partes do treino, para não fornecer armas aos rivais.

No terceiro dia, como prometido, a liberação para a imprensa e para mim só se deu uma hora e quinze minutos após seu início. O treino estava marcado para as 16h daquela sexta. Como já sabia de antemão que só estaria liberado para adentrar à academia de futebol com atraso, decidi caminhar até o CT são-paulino, ao lado do alviverde, e acompanhar ao menos uma parte do treino do clube tricolor. Ao chegar à porta do CT, fui informado pelo segurança que dificilmente a permissão seria concedida, mesmo que os funcionários do clube tenham me reconhecido, afinal, na semana anterior eu lá estava fazendo minhas observações de campo. Após consultar o assessor de imprensa, o segurança negou minha entrada, sob a justificativa de que era necessário permissão da diretoria do clube para que voltasse a trabalhar no CT – exatamente como procedi nos dias anteriores. Como não havia me programado para acompanhar o cotidiano do São Paulo naquela semana, não entrei em contato com os assessores de imprensa. Isso mostra, mais uma vez, o cuidado e o profissionalismo que cercam clubes como São Paulo e Palmeiras; fosse na Ponte Preta e, mais ainda, no São Carlos, a permissão para que acompanhasse os treinamentos seria concedida sem maiores problemas.

Inúmeros veículos da imprensa especializada aguardavam, na porta de entrada do CT, a liberação do técnico Luxemburgo, o que só ocorreu às 17h30min. Quando entramos, o que se viu foram atividades de finalização realizadas pelos atacantes do elenco, enquanto os goleiros treinavam especificamente suas atividades no campo ao lado. Os demais atletas já haviam terminado as atividades, e faziam apenas o alongamento no gramado. Os fotógrafos corriam para trás do gol em que os atacantes finalizavam ininterruptamente, a fim de registrar os momentos daquela movimentação.



**Ilustração 8**<sup>62</sup>

O fotógrafo Ari Ferreira, do diário esportivo *Lance!* relatou-me que o trabalho se dá da seguinte maneira: o tipo de foto depende de prévio trabalho realizado ainda na redação do jornal. Junto com repórteres e editores, os profissionais da imprensa preparam parte da matéria que será escrita para ocupar as páginas do jornal do dia seguinte. Dessa forma, as imagens registradas assim que adentram o CT são imediatamente enviadas à redação da sala de imprensa do local, via internet. Feito isso, retornam ao campo para mais registros, até que o trabalho se complete. Além disso, há vários tipos de mídia que acompanham o cotidiano do clube. Sendo assim, os trabalhos são variados: há repórteres de televisão que preparam uma matéria que será transmitida apenas no dia seguinte, como também jornalistas de internet que, ao término do

---

<sup>62</sup> Veículos da imprensa esportiva aguardam no portão do CT palmeirense autorização para acompanhar o treinamento da equipe.

treinamento, já enviam seu texto para que seja imediatamente publicado em sítios digitais da rede mundial de computadores<sup>63</sup>.



**Ilustração 9<sup>64</sup>**

Aqui a diferença entre os clubes é notória. Na Ponte Preta, por exemplo, não há rede de conexão à internet para o trabalho da imprensa no CT, tampouco no estádio Moisés Lucarelli. Aliás, não há uma sala de imprensa específica para o trabalho destes profissionais. Os jornalistas possuem placas individuais de conexão à internet que lhes permitem enviar o material assim que terminam a cobertura. Alguns ainda o fazem via rádio ou telefone celular. Já no Palmeiras, assim como no São Paulo, a estrutura dos CT's permitem aos jornalistas manterem contato direto com a redação, o que facilita e agiliza o trabalho de cobertura do cotidiano dos clubes observados.

O trabalho dos repórteres inicia-se assim que a permissão para acompanharem o treino é concedida: dirigem-se à sala de imprensa e logo começam a redigir parte da

---

<sup>63</sup> Diariamente, quando saía do CT palmeirense, acompanhava a repercussão do treinamento daquele dia via internet. Tudo aquilo que tinha observado *in loco* no período vespertino, minutos atrás, era confirmado na leitura dos textos escritos pelos jornalistas da imprensa esportiva. O mesmo ocorria quando estive no CT do São Paulo.

<sup>64</sup> Cinegrafistas e fotógrafos registram momentos do treinamento do Palmeiras no CT da Barra Funda.

matéria sobre aquele dia de treinamentos. Conversam entre si, trocam informações e assistem a partes da atividade do alambrado que cerca o gramado do CT. Estão, a todo momento, conectados com os editores, enviando e recebendo informações via internet. Ao final, preparam-se para as entrevistas coletivas, que ocorrem diariamente: eles combinam com o assessor de imprensa quem gostariam de entrevistar e este verifica com a diretoria e com os próprios atletas a disponibilidade dos mesmos em atendê-los. O dia de trabalho só acaba por volta das 19h, quando todas as atividades são encerradas: diretores, jogadores e comissão técnica se recolhem às instalações reservadas do CT e de lá seguem para suas casas, não sem antes passar pela porta de entrada e atender a dezenas de torcedores ávidos por autógrafos e fotos dos ídolos. Muitos, inclusive, insistiam em me pedir para que eu tirasse fotos e obtivesse autógrafos dos jogadores, já que estava autorizado a acompanhar o treino, diferentemente da condição dos “simples” torcedores, que a obtêm apenas em ocasiões especiais. Obviamente, só pude recusar tal favor, pois minha condição de pesquisador impedia qualquer atividade extra.

Os treinamentos acompanhados *in loco* confirmaram a noção de que são eventos que vivenciam uma escala reduzida do espetáculo. Durante a semana, os jogadores trabalham no campo, aprimorando o dom através do desenvolvimento de seus capitais futebolísticos, num processo que é influenciado pela imprensa esportiva, torcedores e familiares – quando sua presença é permitida pelo clube. Além de serem destinados a manutenção técnica e física dos atletas no cotidiano,

“eles [os treinamentos] constituem (...) um *locus simbólico* privilegiado que se contrapõe ao domínio ritual das partidas, na medida em que consistem no avesso dos ritos, pois referendam a dimensão cotidiana como temporalidade privilegiada, o que, de certa maneira, contraria as análises mais canonizadas a respeito do futebol concebido predominantemente como um momento ritualizado” (Toledo, 2002, p.131).

Tais atividades se realizam, como vimos em três dos quatro clubes visitados, nos respectivos Centros de Treinamentos: estes são como laboratórios científicos (Latour, 1997) que permitem inúmeras maneiras de se treinar um conjunto de atletas e diferentes métodos a serem utilizados por treinadores, médicos, fisioterapeutas e fisiologistas, no

constante processo de polimento do dom. A estrutura do clube é um fator a ser analisado, tão importante para a produção de atletas, a partir de seu dom, quanto à estrutura de um laboratório para produção científica. “Se o contador gama quebra, será difícil medir a radioatividade a olho nu” (Idem, p.62). Além disso, com seu advento, separou-se o local onde esse processo é afirmado dia após dia do assédio dos torcedores, dos sócios do clube e da própria imprensa, que precisa seguir regras impostas nestes lugares para exercer seu trabalho.

São locais que agregam todos os atores envolvidos nesta gama de processos que estamos analisando. É bem verdade que a presença de agentes não foi notada, muito embora não possamos afirmar se eles possuem trânsito livre dentro da diretoria dos clubes, a ponto de entrarem e saírem sem que sejam vistos. Especulações à parte, não foram vistos, com uma exceção: no São Carlos, que não possui CT, às vésperas da 39ª Copa São Paulo de futebol júnior, Gianfranco Petruziello, agente FIFA de dois jogadores do clube, apareceu para acompanhar a competição no estádio Luisão, o que é comum neste torneio, como dito acima. Veremos agora como a presença destes no cenário que estamos descrevendo se faz importante, muitas vezes fundamental, para que as peças se movimentem e se realoquem por este espaço social.

## **Parte II**

Nesta segunda parte buscamos apresentar alguns fatores que, à primeira vista, pareciam não estar relacionados com a circulação e valorização de jogadores de futebol no mercado esportivo. Alguns, inclusive, nos eram tão estranhos a ponto de provocar certa surpresa pela influência neste processo. Desse modo, sempre que conversamos com os atores envolvidos no mundo do futebol, ficou-nos muito clara a importância da capacidade técnica, isto é, a posse dos capitais futebolísticos que enriquecem o dom, para que um jogador seja considerado qualificado a atuar em alto nível no chamado futebol de espetáculo. Porém, outros fatores apareceram exercendo papel de destaque neste nosso quadro de análise. Antes de nos dedicarmos a expor quais são esses fatores e como eles influenciam nos fenômenos analisados, trataremos de um ator relativamente novo no mundo do futebol, mas que, nos últimos anos, tem feito crescer constantemente sua participação no mercado esportivo e, por isso, vem se tornando de suma importância para que a circulação e valorização de jogadores ocorra: são os agentes de jogadores.

### **Capítulo III – Agentes: a nova categoria do futebol**

Também chamados de procuradores, advogados, empresários e representantes, essa categoria tem crescido exponencialmente, de modo que a FIFA tratou de regularizar a profissão através de uma avaliação que credencia pessoas a tornarem-se “Agente FIFA”. Como já dito anteriormente, pude conversar com alguns agentes: Gianfranco Petruzzello, agente FIFA desde setembro de 2007 e sócio da APK Sports, empresa que assessora jogadores de sua sede em Curitiba-PR; Valdir Robles, que coordena uma escolinha do Santos FC, em São Carlos-SP; Ubiracy da Costa Cardoso, agente à época não credenciado, que trabalha com Marcelinho Carioca, dentre outros jogadores; Giuliano Aranda, mais conhecido por seu apelido nos tempos de jogador, Magrão, hoje agente FIFA e à frente da agência esportiva M9 Sports, que trabalha com vinte atletas e seis técnicos; e João A.C. Costa, agente FIFA e membro da diretoria da Ponte Preta, com quem conversei durante minha pesquisa de campo no clube campineiro.

Em novembro de 2007 fui até a escolinha de futebol Meninos da Vila, filiada ao Santos FC, na qual Valdir Robles é o coordenador geral. Esses locais evidenciam um

modelo de ensino do futebol às crianças que começou a se popularizar no Brasil nos anos 1970-80, competindo, a partir de então, com o tradicional recrutamento de jovens talentos dos campos de várzea Brasil a fora. Num contexto de transformação econômica, cultural e política, o processo de urbanização que atingiu nosso país, aliado a políticas públicas voltadas a massificação do lazer e do tempo livre, fez com que essas escolinhas surgissem, vinculadas ou não aos clubes de futebol (Santos, 2007; In: Toledo & Costa [orgs], 2009).

Responsável por procurar jovens promissores, Valdir se atrasou para nosso encontro e não pôde, inclusive, acompanhar o treino de um garoto de quinze anos de idade que veio da cidade de Jaú-SP, acompanhado pela mãe, para realizar um teste na escolinha. Valdir conversou com a mãe do garoto e agendou um novo teste, para a semana seguinte. Esse episódio nos mostra, mais uma vez, como são diversas as influências recebidas por aspirantes a jogadores profissionais: os agentes, a família, os técnicos, demais jogadores, a imprensa esportiva, todos eles contribuem para a estabilização do dom, num processo que precisa ser alimentado constantemente. Basta vermos inúmeros exemplos de jogadores tidos como verdadeiros craques, mas que caem de rendimento abruptamente, mesmo sendo detentores de qualificado dom futebolístico<sup>65</sup>.

Às vésperas do início da 39ª Copa São Paulo de Futebol Júnior fui até o estádio Luis Augusto de Oliveira, o Luisão, para entrevistar Gianfranco. Ele, que havia chegado à cidade na noite anterior, assessorava, à época, dois jogadores do São Carlos FC, Rick e Peterson, e viera para acompanhá-los na estréia da competição.

Em dezembro de 2007 pude conversar com Ubiracy Cardoso. Ao adentrar em seu escritório, no décimo primeiro andar de um prédio comercial no bairro do Tatuapé, em São Paulo, o ex-jogador profissional e atual empresário de Marcelinho Carioca vê-se numa sala pequena dentro de seu escritório, embora muito organizada, limpa e bem equipada, com *notebook* de última geração, televisão com tela plana ligada num canal de esportes e um aparelho de dvd, também novinho em folha. Em cima da mesa, revistas de clubes do Brasil e um guia dos jogadores do futebol brasileiro da revista

---

<sup>65</sup> O atacante Adriano, hoje no CR Flamengo, deixou a Internazionale de Milão no início de 2009 dizendo não ter mais condições psicológicas para jogar futebol profissionalmente. Cogitou, inclusive, encerrar a carreira. Meses depois assinou contrato com o clube carioca e retornou à seleção brasileira. Até o início de setembro, havia marcado dez gols no Campeonato Brasileiro.

Placar<sup>66</sup>. Mais ao canto, uma pilha de dvd's com imagens compiladas de jogadores de futebol de todas as partes do país, esperando que algum agente ou clube assista seus melhores momentos e assine um bom contrato. O escritório de Giuliano “Magrão”, na sede da M9 Sports, muito se assemelha a esta configuração, porém fica na cidade de São Caetano do Sul, na grande São Paulo.

O telefone celular não parou de tocar: interrompemos a entrevista, no mínimo, sete vezes e em cinco delas a voz do outro lado da linha intentava falar de possíveis transferências e interesses em seus jogadores; as outras duas vezes era Marcelinho quem ligara, para definir os detalhes de sua participação em um programa televisivo naquela noite, já que no dia anterior o S.C. Corinthians Paulista havia caído para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro e, como antigo ídolo da torcida, Marcelinho era requisitado para entrevistas sobre a queda do clube alvinegro. O bate-papo foi interrompido algumas outras vezes por mensagens no computador, vindas do Japão, em que ele falava com um agente brasileiro que lá estava para negociar um jogador com um clube local. Ao ser perguntado, Ubiracy respondeu: “Todo dia é assim, não pára, não pára”, sobre o ritmo de trabalho que leva.

Conversando com eles podemos perceber que o número de agentes credenciados pela FIFA vem crescendo, embora a passos lentos. Diferentemente do que ocorre na Europa, no Brasil há muitos agentes trabalhando no futebol e que não possuem qualquer tipo de regulamentação para sua profissão perante a lei civil e esportiva. Tais pessoas estão sendo chamadas de “empresários clandestinos”, em oposição aos credenciados agentes FIFA.

Gianfranco é agente FIFA desde setembro de 2007. Foi aprovado num teste anual no qual a FIFA se responsabiliza por formular quinze questões envolvendo legislação esportiva sobre transferências, regulamentos, portarias, etc. Outras cinco questões são formuladas pelas respectivas confederações nacionais, envolvendo a legislação específica do país. No nosso caso, Gianfranco afirma que as questões se deram, principalmente, sobre a Lei Pelé. A prova toda vale quarenta pontos, com pesos diferentes, de um a três pontos. É necessário marcar vinte e seis pontos para ser

---

<sup>66</sup> A revista Placar, da Editora Abril, é uma das principais revistas sobre futebol no país. Seu primeiro número data de março de 1970. Inicialmente com periodicidade semanal, hoje a revista é mensal e está com mais de 1300 edições. Durante todo o ano, lança algumas edições especiais, denominados “Guia”, dentre os quais se destacam alguns guias sobre competições, como por exemplo, sobre a Copa Libertadores da América, Campeonato Paulista, Campeonato Brasileiro, Copa do Mundo, e sobre jogadores, como citado. Juntamente com o Guia publicado pelo diário Lance, são as duas publicações mais importantes da imprensa esportiva nacional, contendo fichas de todos os atletas dos principais clubes do futebol brasileiro.

aprovado. Uma vez credenciado, o agente precisa renovar sua licença a cada ano, através de pagamento à FIFA.

Gianfranco nos conta que na Europa quase todos os agenciadores são agentes FIFA:

“Em julho do ano passado estive na Itália conversando com um Agente FIFA muito experiente, um senhor de quase setenta anos, trabalha há trinta anos como agente FIFA na Itália. Comecei a explicar para ele como era meu trabalho por aqui, e eu ainda não era Agente FIFA, e ele ficou completamente perdido. Para ele, aquilo não era agenciar jogador de futebol, eles não sabem o que é trabalhar sem ser um Agente FIFA”.

Segundo o site da FIFA, no Brasil há duzentos e cinquenta e cinco agentes cadastrados – em 2007, havia cento e noventa. Na Itália, país com maior número de profissionais deste tipo, são quinhentos e sessenta e dois. Não só Gianfranco, mas todos os agentes estão buscando a credencial, já que os clubes europeus estão exigindo negociar apenas com agentes FIFA. Hoje em dia é praticamente impossível negociar jogadores com os chamados “clandestinos”, embora eles continuem a trabalhar no mercado, seja agenciando atletas como os credenciados fazem, seja trabalhando como olheiros/observadores de outros agentes ou clubes.

Os agentes estão buscando o credenciamento, pois como dito acima, essa é uma exigência do mercado cada vez mais presente em nossos dias. Na visão deles, é um ponto positivo, pois portas são abertas e os negócios são facilitados. Ubiracy aponta que, por não ser agente FIFA, tem dificuldades na hora de negociar com clubes estrangeiros, simplesmente porque desconhece a legislação internacional:

“Qualquer negociação que você faça para fora do país eu preciso de um advogado, e eu trabalho com a Dra. Gislaine Nunes<sup>67</sup>. Por exemplo, eu fiz o contrato do Marcelinho, mas nem tudo da lei eu sei, então eu passo para ela. Se tiver algum problema que eu não sei resolver, eu passo para ela (...) Eu fiz

---

<sup>67</sup> Gislaine Nunes, advogada, possui um escritório especializado em direito esportivo, e tornou-se famosa por atuar em diversos casos em favor de jogadores ante a clubes, federações e empresas.

três contratos para fora do Brasil, e tive que contratar os advogados. Se eu fosse agente FIFA, não precisaria. Algumas coisas eu já sei, já fiz alguns contratos, mas para fora é outra coisa, são outros valores, outra língua, leis novas”.

Além disso, ser credenciado facilita no contato com clubes, dirigentes e com os atletas. São mais bem vistos aqueles agentes que foram aprovados no teste. Segundo Ubiracy,

“Essa prova é muito boa, é muito bom ser agente FIFA, abre muito o leque, você é visto de uma outra forma, você fica sabendo de tudo das leis. É uma coisa muito legal, te ajuda, só vai ajudar. Quem não consegue fazer a prova, ou não quer fazer, tem que contratar um bom advogado que conheça as leis”.

Gianfranco também confirma as vantagens de ser um agente FIFA atualmente:

“Ser agente FIFA dá muito mais confiança para o clube. O empresário clandestino, quando aborda um dirigente a respeito de algum negócio – compra, venda, empréstimo – deixa o dirigente com os dois pés atrás. Sendo um agente credenciado, o dirigente pode entrar no site da FIFA e verificar meu registro, meu telefone, meu endereço, ou seja, a confiança existe. Não posso praticar nenhum delito, pois preciso respeitar as normas da FIFA (...) Tudo que eu fizer de errado com um jogador, com um clube, eles podem acionar a FIFA na hora. Sendo um agente FIFA, sou obrigado a pagar um seguro para que o clube e o atleta fiquem resguardados. É um tripé: entre clube, agente e jogador, e a FIFA regulamenta tudo isso. Se você é um empresário e não tem essa regulamentação, você está fora disso”.

Do ponto de vista dos clubes, o relacionamento com agentes, muitas vezes, é um “mal necessário”. Segundo Júlio Bianchim, presidente do São Carlos FC, o cuidado precisa ser grande no momento de negociar com um atleta que trabalha com um agente:

“Confesso que procuro, como presidente do São Carlos FC, evitar a figura do empresário antes de conhecê-lo melhor. De um modo geral, o empresário precisa ter caráter, precisa honrar a palavra dele. O empresário pode ser bom caráter sendo agente FIFA ou não, o que importa é que se cumpra aquilo que foi combinado. Mas também confesso que o agente FIFA dá mais segurança, pois ele precisa obedecer à regulamentação da FIFA, e qualquer problema o clube está mais bem resguardado quanto a isso”.

A grande dificuldade, segundo Bianchim, é com relação às categorias de base, pois dezesseis anos é a idade mínima para se profissionalizar um jogador. Antes disso, um agente já pode criar um vínculo com o atleta e passar a gerenciar sua carreira. Caso se destaque, propostas pelo seu futebol não irão faltar, e muitas vezes o agente tira o jogador de um clube e o leva a outro, por uma melhor proposta:

“A categoria de base é uma incógnita em muitos clubes do Brasil. Falta garantia para os clubes para podermos trabalhar a base. Se pegarmos um menino de treze anos de idade e iniciarmos um trabalho com ele, corremos o risco de vir um clube grande e levá-lo, sem pagar nada. Às vezes trabalhamos dois anos em cima de um jogador, dando alimentação, medicamentos, vitaminas e de repente ele nos abandona e vai embora sem nem falar nada. A lei não nos favorece com relação ao trabalho de base. Na história da lei Pelé não há nenhum registro de um pagamento por um atleta de categoria de base, porque não há essa especificação na lei. Depois dos 16 anos, idade mínima para profissionalização, aí sim, o clube é obrigado a receber pelo valor que está no contrato. Aqui isso já ocorreu diversas vezes, um empresário vem, vê o atleta jogar, acha interessante e leva o atleta para outro clube, e nós não

podemos fazer nada. Nem gastamos dinheiro com advogados por que não adianta”.

Valdir Robles também destaca a dificuldade no relacionamento com os agentes, mesmo que ele, às vezes, trabalhe dessa forma:

“Aí ele [o agente]chega lá, dá R\$ 500 reais pro moleque, não está nem preocupado com quem ele trabalhou, como que ele trabalhou e desde quando trabalhou. Hoje os clubes têm que fazer contrato, tem que pagar valores muito altos para moleques, como tem o caso do Jean Carlos, no Santos, que ganha R\$ 25 mil com treze anos de idade. Tem que pagar essa fábula para ele pra segurar, dar apartamento para o pai, porque senão vêm os times de fora e oferecem milhões para os meninos e levam eles. Os moleques não têm idade para decidir e o pai acaba aceitando”.

Nessa passagem, Valdir cita o caso de um menino muito jovem ainda, mas que é tratado como adulto quando o assunto é futebol. Salários altos e tratamento de profissional vem se tornando cada vez mais comum no futebol brasileiro e mundial. Ele nos dá outro exemplo, do garoto Jonathan, de catorze anos de idade, também jogador das categorias de base do Santos FC:

“Eu assinei um contrato lá no Santos, um contrato amador com o Jonathan, mas esse contrato na prática não tem valor, porque se chegar qualquer time e oferecer não tem como segurar (...). Eu consegui colocar nesse Jonathan uma multa de R\$ 1 milhão, ele tem catorze anos. Assim mesmo não está tudo garantido, entendeu?”

A multa de R\$ 1 milhão não tem valor legal, pois o contrato não pode ser assinado, pela idade do garoto. Portanto, se algum clube se interessar, basta convencê-lo, oferecendo uma ajuda de custo, emprego para os pais, entre outras coisas. Valdir sabe disso: ele afirma que essa multa é apenas um artifício para poder negociar com o clube ou empresário que se interessar pelo atleta. Ele pode argumentar que cuidou do jogador até

aquele momento, e que ele é muito talentoso, o seja, seu dom é muito valioso, e usa esse valor estipulado para receber alguma contraprestação monetária em caso de transferência.

Gianfranco também nos dá um exemplo parecido. Seu mais novo “cliente” é um jovem atleta de doze anos de idade, descoberto pela APK Sports da pequena Juquiá-SP, junto com toda sua família e levado para Curitiba-PR, para jogar no Coritiba FC.

“Alugamos uma casa para eles morarem (...). Ele não ganha salário. Mas arrumamos emprego para o pai, para a mãe e para a irmã mais velha, que é maior de idade, demos escola para ela, para o outro irmão e para o menino de doze anos. E ajudamos, com uma cesta básica, preferimos não dar dinheiro, preferimos um bem, mas o aluguel da casa é por nossa conta”.

De seu ponto de vista, os agentes se tornaram uma figura indispensável para os jogadores. Com o fim do passe, a responsabilidade de conseguir um emprego em um clube caiu sobre as costas dos jogadores, pois basta que eles façam um bom trabalho, que joguem bem e conquistem títulos para serem reconhecidos e chamarem a atenção dos clubes para assinar um bom contrato. De certa maneira, os agentes se tornaram importantes exatamente neste momento, pois possuem contatos nos clubes e ajudam os atletas a “abrirem as portas” para a assinatura de um contrato vantajoso. Acleisson<sup>68</sup>, jogador profissional que não possui agente, afirma que nunca teve grandes dificuldades pela falta dessa figura, mas que em alguns momentos poderia ter sido importante:

“Na hora de assinar um contrato, sim, já me arrependi várias vezes, porque na parte burocrática do contrato faz falta. A maioria dos jogadores não sabe o que está assinando. Eu nunca perdi nada assim, mas alguns valores, algumas coisas eu poderia ter negociado um pouco mais, e acabei deixando de lado”.

---

<sup>68</sup> Acleisson Scaion era, à época, jogador do São Carlos FC. Em 2008 disputou o Campeonato Paulista da série A pela equipe do Mirassol EC. Atualmente, atua pela AD Portuguesa de Desportos, que disputa a série B do Campeonato Brasileiro.

Além disso, os agentes exercem outros papéis, muitas vezes funcionando como amigo ou até mesmo parente. Ajudas com dinheiro, cesta básica, materiais esportivos e conselhos sobre como investir o dinheiro ganho são muito comuns. Ubiracy ressalta que sempre conversa e aconselha seus jogadores sobre todos os assuntos, principalmente sobre dinheiro:

“O Jefferson, quando estava no Brasiliense FC ganhava R\$ 460 e o bicho<sup>69</sup> era de R\$ 1 mil, o bicho era mais caro que o salário dele. Eu trouxe ele para o Guarani FC, e ele passou a ganhar R\$ 4 mil. Aí esse ano eu trouxe ele para o Santo André-SP, e passou a ganhar R\$ 8 mil. Aí ele me falou ‘Poxa Bira, agora está bom para caramba` e eu falei ‘Calma, você tem que ser centrado, vamos com calma`”.

Segundo Gianfranco, é muito importante estar presente a todo momento, para que ao atleta fique a tarefa de apenas jogar futebol. Ele relata que já chegou a levar alguns atletas que moravam em alojamentos de clubes de Curitiba para sua própria casa, no dia das mães, pois não voltariam para suas cidades de origem pela distância. Ubiracy ressalta a importância da análise detalhada quando uma proposta é feita. Um exemplo: Jefferson recebeu uma proposta do Ipatinga FC, clube que em 2008 disputaria a série A do campeonato brasileiro. Com contrato em vigência com o EC Santo André, que disputava a série B da competição, Ubiracy convenceu-o a ficar no clube, já que ele poderia ter mais visibilidade jogando no chamado eixo Rio-São Paulo, onde os clubes têm muito mais exposição na mídia do que em outros centros, mesmo na segunda divisão.

Como apontado acima, o processo de lapidação do dom futebolístico é constante, exercitado diariamente por todos os envolvidos no entorno do jogador. Particularmente, os agentes podem ser vistos como sendo os técnicos fora de campo, ou seja, estariam numa posição simétrica àquela ocupada pelos treinadores, que se dedicam ao apuro técnico dos capitais futebolísticos, porém fora das quatro linhas. São como técnicos para o mercado, portanto, ajudando os atletas no controle de suas finanças, no trato com os torcedores e imprensa, no cotidiano de suas famílias etc. Nos CT’s, os jogadores estão ouvidos ao treinador; fora deste local, são os agentes que ocupam essa lacuna.

---

<sup>69</sup> Bicho é o nome dado à quantia paga pelos clubes aos jogadores, geralmente após vitórias. Detalhes sobre o valor e a forma de pagamento são combinados entre atletas e dirigentes.

Quanto ao retorno financeiro, os agentes de atletas podem lucrar em uma transferência, por meio de uma comissão pré-estabelecida, sobre o salário do jogador ou até mesmo uma porcentagem sobre as “luvas”. Tudo depende do acordo feito entre o agente e o atleta. Oficialmente, a FIFA estabelece que o agente pode ganhar, no mínimo, 5% sobre o valor do salário pago pelo clube ao jogador. Gianfranco diz:

“Eu posso ganhar um percentual no salário do jogador, a ser discutido com o jogador quando da assinatura do contrato. Nossa prática é pegar 10% do salário. Se nada vier especificado no contrato, a FIFA garante 5% do salário do jogador ao empresário. Então, se estiver omissa, é 5%, se for estipulado, é o valor estipulado. O valor pode ser entregue ao empresário no momento da assinatura do contrato, ou no final do contrato, tanto faz. Depois podemos ganhar em cima do *marketing*, os direitos de imagem, fica tudo a ser negociado, mas é muito específico, vai de caso para caso, empresa para empresa, empresário para empresário”.

Segundo ele, como trabalha com atletas muito jovens e que ainda não recebem altos salários, sua empresa não costuma tirar os 5%, que lhe é de direito, do salário dos jogadores.

“Eu não posso tirar R\$ 50 de um menino de dezessete anos, dos R\$ 500 que ele ganha. Seria injusto. O que nós fazemos? Convencemos o garoto a pegar esse valor e repassar para sua família. Nós só retiramos o valor que nos cabe – seja 5%, 10% - a partir de um salário de R\$ 5 mil. Esse valor vai me ajudar a viajar, ver um jogo do jogador, a mandar uma chuteira para ele, a pagar uma passagem para ele ver a família dele num feriado. É, na verdade, um investimento de nossa parte”.

Ubiracy, em seu acordo com Marcelinho Carioca, relata que não ganha sobre o salário do atleta. Recebe apenas em caso de transferência, sobre o pagamento de “luvas”.

Portanto, vemos os agentes como uma categoria fundamental na análise sobre a circulação e valorização de jogadores de futebol no mercado esportivo, tendo em vista

sua crescente participação neste processo após as mudanças legais efetivadas pela FIFA. Da mesma forma, vemos a importância da regulamentação dessa atividade, através do aumento dos chamados agentes FIFA. Mesmo assim, falta regulamentação legal para atletas menores de dezesseis anos de idade, o que dificulta o investimento nas categorias de base e a relação entre agentes e clubes, por meio dos atletas, já que suas participações na vida dos jogadores têm crescido de forma nunca antes vista. São correntes as discussões entre clubes, federações, CBF e Ministério do Esporte, atualmente, para tentar encontrar uma maneira justa de se tratar questões como a duração máxima de contratos dos jogadores, o valor máximo da rescisão, a idade mínima para profissionalização dos jogadores e seus direitos trabalhistas.

Percebemos, assim, que os agentes se alocam no sistema de apuro do dom futebolístico ligando-se ao pólo moderno da troca, isto é, a troca que é calcada pelas razões mercadológicas. Eles procuram elementos que evidenciem perspectivas de valorização no presente e no futuro das carreiras de seus clientes, os jogadores. Já o apuro desse dom através da qualidade técnica do jogador, ou seja, de seu talento, é ligado ao clube pelo qual ele joga, através de seus representantes – os treinadores, mais especificamente, e dirigentes. Essa característica multifacetada do dom será mais bem delimitada logo à frente, quando alguns exemplos esclarecerão essas questões de modo mais pontual.

#### **Capítulo IV – Fora de campo**

Diversos foram os fatores, aqui denominados extracampo, que nos foram apontados como importantes na análise sobre circulação e valorização de jogadores de futebol profissional. Alguns deles, inclusive, são pouco ou quase nunca tratados pela mídia especializada, o que nos causou certa surpresa em relação a sua real influência nestas idas e vindas. O cuidado com alimentação, com o comportamento durante o período de folgas e até mesmo a dedicação aos estudos foram sempre lembrados por dirigentes, agentes e até mesmo por jogadores, como Acleisson Scaion, jogador do São Carlos FC por nós entrevistado, na época. Segundo Júlio Bianchim, presidente do São Carlos FC:

“A conduta do atleta fora de campo é um fator muito analisado. Observamos se ele é profissional também fora de campo. Procuramos analisar também a parte física, o biótipo, a força do atleta. E claro, a qualidade técnica. Mas priorizamos muito a parte extracampo do atleta”.

Acleisson também destaca:

“Além de saber jogar bola, hoje em dia tem que ser muito profissional. Acabou aquela história de jogador que não se compromete com o trabalho, que não leva uma vida regrada fora de campo. Precisa trabalhar muito duro, sem reclamar. Esse é um fator essencial para todo jogador que quer atingir seus objetivos”.

A rede social estabelecida no meio futebolístico também é muito importante para a circulação e valorização dos jogadores no mercado. Como afirma um de nossos informantes, Ubiracy Cardoso, agente de Marcelinho Carioca, dentre outros jogadores, “futebol é relacionamento”, ou seja, é troca, é comunicação<sup>70</sup>. Essa frase foi muito ouvida ao longo da pesquisa, desde seu início. Assim, percebemos que a manutenção e ampliação dos laços entre os atores só se dá pela troca de informações e experiências em comum. Essa comunicação estabelece-se de forma homóloga aos outros sistemas que intermedeiam as relações entre os seres humanos, através da função simbólica que cria fatos e interliga os sistemas (Mauss, 2003).

Como exemplo, ilustramos aqui o caso do jogador Acleisson. Após uma passagem pelo futebol croata, ele voltou ao Brasil e não conseguiu ser contratado por nenhum clube, pois os campeonatos já haviam se iniciado e ele não tinha agente, o que dificultou bastante o contato com os clubes. O ano era 2004, e o atleta ficou parado, sem jogar. Decidiu, então, trabalhar e tentar um dinheiro extra, jogando o campeonato amador da cidade, pois sua atual mulher, à época sua namorada, estava grávida. Em 2005, a sorte pareceu lhe ter sorrido: Acleisson foi chamado para jogar a Série B do Campeonato Paulista – equivalente a quarta divisão – pelo São Carlos FC, time recém nascido após o

---

<sup>70</sup> Podemos considerar o “relacionamento” como categoria nativa que aciona e mobiliza as disposições técnicas, políticas e econômicas, bem como os capitais simbólicos e futebolísticos embutidos nas relações que os agentes, jogadores e dirigentes constroem quando em contato. Veremos mais detalhes, a seguir, sobre tais redes de amizades, interesses e negócios.

antigo clube da cidade, Grêmio Esportivo São-Carlense, decretar falência. Mas por que futebol é relacionamento?

“Embora hoje em dia os empresários dominem os relacionamentos entre jogadores e clubes, o contato com o treinador é muito importante. As amizades ajudam bastante; tem muito jogador que não tem ‘empresário’, e o ‘empresário’ deles acaba sendo o treinador. Se o treinador não tem um bom resultado aqui, depois de alguns jogos ele muda e vai para outro lugar. Se o cara foi bem com ele, trabalhou direitinho, vira um jogador de confiança e o treinador indica ele para o clube. Tem vários jogadores de times grandes que é fácil ver isso, onde ele vai acaba levando alguns jogadores de confiança (...). Fui voltar a jogar apenas em 2005, aqui no São Carlos-SP. E foi indicação, foi o treinador que me trouxe, o Nei Silva, que era de Ribeirão Preto-SP e já me conhecia”.

Assinou um contrato de um ano, pois o torneio duraria oito meses e tomaria quase a temporada inteira. Aqui Acleisson relata um ponto importante. Como estava parado, sem atuar profissionalmente, estava desvalorizado, e a multa presente em seu contrato foi de R\$ 10 mil, ante os R\$ 100 mil de seu contrato anterior, quando atuava regularmente pelo Botafogo FC. O time foi muito bem: o São Carlos FC, com Acleisson como capitão do time, foi o campeão do torneio, subindo para a Série A3 do próximo ano. Boa parte do time renovou o contrato com o clube e Acleisson foi muito valorizado. Sua multa contratual disparou, e foi estabelecida em R\$ 150 mil para transferências internas e US\$ 300 mil para transferências para clubes internacionais, ou seja, voltou aos padrões anteriores de quando ele atuava regularmente pelo Botafogo.

Em 2009, Acleisson atuou pela equipe do Mirassol FC na disputa do Campeonato Paulista da série A1, a primeira divisão do mais disputado campeonato estadual do país. Ele relata que são inúmeras e claras as diferenças entre os campeonatos – série A1 e série A3:

“A visibilidade [do campeonato] é incomparável, aumentando, assim, a valorização do atleta. Os jogos são mais disputados, não tendo muita diferença técnica (...) Todos os clubes são bem estruturados, os jogos são televisionados e os

veículos de comunicação estão envolvidos 24 horas por dia. Enfim, todos os jogadores esperam o momento para disputar a série A1, porque sabem que pode dar uma grande estabilidade profissional”.

O atleta fez um bom campeonato paulista. Foi titular do time e marcou dois gols; ao longo da competição tornou-se o capitão da equipe. Pela exposição na mídia, já que o campeonato paulista tem todos os seus jogos transmitidos ao vivo<sup>71</sup>, conseguiu chamar atenção de um clube maior, a AD Portuguesa de Desportos. Agora, atua na capital paulista, e disputa a série B do Campeonato Brasileiro. Seu contrato com a Lusa é válido por três anos. Para qualquer negociação, neste período, os valores serão divididos, igualmente, entre São Carlos e Portuguesa. A Lusa pagou R\$ 200 mil ao Mirassol e agora detem metade dos direitos referentes a seu vínculo trabalhista; a outra metade permanece sendo do São Carlos.

Acleisson ainda explica que quando um jogador não atua, fica difícil conseguir valorização. Com a Lei Pelé, novas diretrizes foram definidas para a contratação de jogadores pelos clubes: depende muito do desempenho do atleta para conseguir um bom contrato, pois ao término deste, ele fica livre para negociar com qualquer clube. Se fizer um bom trabalho, estará valorizado. Do contrário, ficará difícil chamar a atenção de algum time para contar com seu talento. Evidentemente, um jogador mais velho, por ter atuado mais, tem mais chances de demonstrar seu trabalho, ou seja, tem maior chance de acumular mais capital simbólico, pois seu dom, como um bem simbólico, está inserido num sistema de produção a mais tempo, sistema esse que se define pelo “trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos” (Bourdieu, 2005, p.105)

Giuliano Magrão também nos dá um exemplo, mas desta vez com um técnico, Fahel Júnior, que construiu toda sua carreira no futebol japonês. Ao voltar para o Brasil, conseguiu um estágio no AD São Caetano, por intermédio de Magrão, que jogou pela equipe do ABC paulista e conhece de perto o trabalho da diretoria do clube. A amizade com Uiracy Cardoso, que é próximo da diretoria do EC Santo André, encurtou o caminho do técnico até o clube:

---

<sup>71</sup> Os direitos de transmissão do Campeonato Paulista pertencem a Rede Globo de Televisão. A emissora transmite dois jogos ao vivo, semanalmente (às quartas e aos domingos); os demais jogos são transmitidos por canais associados à Rede Globo, como o Sportv, e pelo Premiere Futebol Clube, uma série de canais pagos que transmitem os demais jogos de cada rodada.

“Pela minha amizade com o Bira (Ubiracy Cardoso) e com o pessoal de lá, do EC Santo André, fiquei sabendo que eles precisavam de um profissional parecido com ele para integrar a comissão técnica. Por pura amizade e confiança eles aceitaram minha indicação. Ele acabou assumindo o comando do time, salvou o time e subiu o time para a primeira divisão do Campeonato Paulista, e hoje está no Ituano. Tudo por relacionamento, o pessoal do Santo André não conhecia ele, e não conheceria nunca, porque ele não tinha história nenhuma aqui no Brasil, e se entregasse um simples currículo na porta do clube não ia conseguir nada”.

Bira, como dissemos, é agente de Marcelinho Carioca, veterano meia revelado pelo Flamengo, mas que construiu vitoriosa carreira no Corinthians. Marcelinho atua no Santo André, que disputa a série A do Campeonato Brasileiro. Esse quadro mostra bem como alguns dos relacionamentos se constroem no mundo do futebol.

A estrutura dos clubes também interfere na produção dos “pés de obra”. Campos de treinamento, aparelhos para preparação e recuperação física, alimentação, material esportivo, etc., tudo isso também é importante na preparação esportiva. São verdadeiros laboratórios (Latour, 1997), como já apontamos. Como exemplo, o Centro de Formação de Atletas (CFA) do São Paulo FC é referência mundial no que diz respeito à estrutura para formação de jogadores de futebol. São duzentos e vinte mil metros quadrados que contem sete campos de futebol – cinco em tamanho oficial – alojamento para noventa e cinco atletas, refeitório, consultório médico e odontológico, além de um centro para recuperação física e fisioterapia. O primeiro fruto deste centro foi o zagueiro Breno, transferido para o Bayern de Munique, da Alemanha, no final de 2007, por US\$ 18 milhões. Outros clubes do futebol brasileiro também se destacam quanto a essa estrutura, e são reconhecidamente grandes reveladores de novos atletas, como Cruzeiro EC, Atlético MG, SC Corinthians Paulista, SE Palmeiras, Fluminense FC, Santos FC, CR Flamengo, SC Internacional, Grêmio FBPA, CR Vasco da Gama e Atlético PR.

Aqui se faz necessário abrimos um pequeno parêntese. Para reforçar seus elencos e torná-los mais competitivos, a fim de obter títulos e reconhecimento de seus torcedores, os clubes de futebol têm dois caminhos a seguir: ou investem na formação e produção de novos jogadores, por meio das categorias de base, seguindo o quadro

exposto acima sobre a estrutura física dos clubes, ou contratam atletas de outras agremiações esportivas. Damo (2007) propôs analisarmos tais alternativas pelo viés da formação e produção de jogadores a partir de três modelos, na verdade, tipos ideais, numa óptica *weberiana* do termo: a lógica endógena, a exógena e a híbrida. Tomemo-las como ferramentas que podem nos ajudar a entender o quadro de um modo mais claro: a primeira delas se caracteriza pela revelação de jogadores, muitas vezes com o objetivo de baratear seus custos de manutenção. Para tanto, testes e peneiras<sup>72</sup> são muito utilizados na busca pelos dons, tanto em quantidade como em qualidade. O exemplo dado pelo autor é do Athletic Club, da cidade de Bilbao, na Espanha. Por ser um clube basco<sup>73</sup>, não são permitidos jogadores de outra região do globo; por isso, formam seus atletas provenientes da própria região, não admitindo “estrangeiros” – ou seja, qualquer indivíduo não basco.

Já a lógica exógena é caracterizada por formar atletas com vistas a negociá-los com o mercado do futebol. Desde a promulgação das leis Zico (Lei 8672/92) e Pelé (Lei 9615/98) esta lógica expandiu-se cada vez mais, visando o lucro repentino. Clubes e centros especializados em produzir jovens jogadores pululam no futebol brasileiro. Como exemplo, temos o Brasilis Futebol Clube, cujo dono é o ex-zagueiro da seleção brasileira, Oscar Bernardi. O clube disputa a 2ª divisão do Campeonato Paulista (o que representa a 4ª divisão na prática, abaixo das séries A1, A2 e A3). Conta com um moderno centro de treinamentos, na cidade de Águas de Lindóia-SP, ao lado de um *resort* que também recebe hóspedes que não possuem nenhuma ligação com o futebol. O volante Lucas Leiva, do Liverpool FC da Inglaterra e da seleção brasileira, foi um dos jogadores revelados pelo Brasilis. Além deste clube, são vários outros que figuram no mercado, e alguns até mesmo já deixaram de existir, caso do RS Futebol, do treinador Paulo César Carpegiani. De lá foram revelados os zagueiros Naldo (hoje no alemão SV Werder Bremen), Thiago Silva (do AC Milan da Itália e da seleção brasileira) e Éderson, (do Olympique Lyonnais-França).

---

<sup>72</sup> Peneira é o nome dado aos testes coletivos realizados por clubes de futebol com o intuito de selecionar atletas com dom futebolístico que os credenciam a atuar profissionalmente. Nestes testes, é comum vermos uma grande quantidade de aspirantes a jogadores, que se submetem a poucos minutos de jogo na tentativa de mostrar ao técnico suas qualidades.

<sup>73</sup> O País Basco é uma região histórico-cultural situada no extremo sudoeste da França e extremo norte da Espanha. Possui cultura e língua próprias e um forte movimento nacionalista, que visa a independência da região.

Os pioneiros neste tipo de trabalho foram os paranaenses do PSTC (Londrina), Iraty e J.Malucelli<sup>74</sup>. O primeiro, que completará quinze anos de existência em 2009, revelou o atacante Dagoberto (hoje no São Paulo FC), e os meias Jádson e Fernandinho (ambos no ucraniano FC Shakhtar). A estratégia do clube é bem simples: formar e vender jogadores. Nada mais que isso. Inclusive, não disputa campeonatos profissionais, apenas aqueles em que são utilizados atletas amadores, ou seja, atletas ainda nas categorias de base. Segundo Mário Iramina, presidente do clube, “Queremos nos tornar a maior escola de formação do Brasil, da América e, quem sabe, de todo o mundo (...) Há cerca de cem jogadores profissionais formados aqui<sup>75</sup>”. O PSTC mantém uma parceria com o CA Atlético Paranaense, que tem o direito de selecionar qualquer atleta ali formado que julgar apto e preparado. Em caso de negociação, os clubes dividem o lucro obtido. Sobre a estrutura do clube, o presidente ainda afirma:

“Temos quatro campos de futebol, alojamento para 60 garotos, oferecemos escola, refeição, temos professores e nutricionistas. Enfim, toda a estrutura para o futebol. E possuímos muitos bons representantes, em todos os estados, para indicar e testar meninos. Não temos preguiça<sup>76</sup>”.

Já o J. Malucelli disputa competições profissionais, porém não utiliza jogadores maiores de vinte e três anos de idade, reforçando sua lógica de existência: procura formar atletas e vendê-los, o mais rápido possível.

“Somos um clube-empresa, custeada pelo grupo da família, que tem 44 anos. Essas empresas custeiam o futebol, e logicamente nós buscamos uma independência financeira através de venda de atletas. Hoje nós temos dois jogadores em Portugal, um jogador na França, dois jogadores no Paraná Clube, um no Vila Nova-GO, e por aí vai. Esperamos lucros com alguns deles<sup>77</sup>”.

---

<sup>74</sup> O J.Malucelli firmou parceria com o Corinthians, em fevereiro de 2009, passando a ser chamado SC Corinthians Paranaense.

<sup>75</sup> Revista FUT Lance!, outubro de 2008.

<sup>76</sup> Entrevista ao site <http://www.olheiros.net>, dia 15/10/2008.

<sup>77</sup> Joel Malucelli, presidente do clube, em entrevista ao site <http://www.olheiros.net>, dia 15/10/2008.

Em Minas Gerais também se destacam clubes que se utilizam dessa lógica exógena de produção de jogadores. O caso mais conhecido é o Venda Nova, de Belo Horizonte. De lá saíram jogadores como o goleiro Bruno (hoje no CR Flamengo) e do atacante Fred (Olympique Lyonnais, da França). Como afirma o vice-presidente Roberto Tibúrcio, “Nossa missão é formar e negociar jogadores” (Idem). O clube disputa a segunda divisão do campeonato mineiro e não mantém no elenco nenhum atleta nascido antes de 1989, ou seja, os atletas são formados e vendidos ainda muito jovens.

A terceira lógica de formação e produção de atletas é também a mais utilizada por clubes brasileiros. Por possuir elementos das duas anteriores, é chamada de híbrida, e procura conciliar a ótica vocacional e a mercadológica, conforme a necessidade do clube. Praticamente todos os times das séries A e B do campeonato brasileiro seguem esse modelo. Basicamente, as agremiações esportivas investem na produção e formação de jogadores, em seus centros de treinamentos ou então em escolinhas credenciadas para abastecer o elenco principal que disputa os principais campeonatos do país. Paralelamente, despejam quantias financeiras a fim de contratar atletas de outros times, com o intuito de tornarem-se mais fortes e competitivos. Quando necessário, negociam os atletas em busca do dinheiro investido.

Inserido num desses três modelos de formação de atletas apresentados acima, há o que atualmente chama-se, no futebol, de grupos de investimento, cada vez mais comuns. Como vimos, o futebol moderno é caracterizado pela intensidade das relações entre os atores que compõem este mundo e pelo caráter de negócio que adquiriu nos últimos anos, principalmente após a década de 1990. Esses grupos de investimento são nada menos que empresas especializadas em fazer negócio no futebol, seja com relação à transação de jogadores, direitos de transmissão de partidas e gerenciamento de atletas e técnicos.

O grupo Traffic é, sem dúvida, o maior e mais famoso exemplo nesse universo de negociações. Entrou no mercado futebolístico a vinte e cinco anos, dedicando-se ao *marketing* esportivo, mas diversificou seu campo de atuação como nenhuma outra empresa do ramo. Em primeiro lugar, detem os direitos de transmissão de uma série de campeonatos sul-americanos e os vende para América do Norte, Europa e Ásia. São transmitidos os jogos da Copa América, Eliminatórias Sul-americanas e da Concacaf, os Sul-americanos sub-20 e sub-17, a Copa Libertadores da América, a Copa Africana de Nações e ainda jogos da seleção Inglesa, quando atua em seu país, e da FA Cup (mais

conhecida como Copa da Inglaterra, disputada por clubes britânicos). Além disso, comercializa os contratos de patrocínio envolvidos em todas essas competições.

No caso do gerenciamento do futebol, o grupo controla clubes no Brasil e nos Estados Unidos, além de liderar grupos de investidores que cuidam da carreira de jovens jogadores. Para tanto, criou o Desportivo Brasil, um clube-empresa que tem como objetivo formar e preparar jovens atletas de treze a vinte anos de idade, buscando a profissionalização e, conseqüentemente, retorno financeiro aos investimentos realizados. É, portanto, um clube inserido na óptica exógena na formação de atletas. Construiu um Centro de Treinamento na cidade paulista de Porto Feliz, distante 110 km de São Paulo. O local possui uma área construída de quatro mil m<sup>2</sup>, com cinco campos oficiais, sala de musculação, piscina coberta e aquecida, salas médicas de fisioterapia e fisiologia, alojamento para até duzentos atletas, cozinha industrial e refeitório. Recebe quatro categorias – sub-15, sub-17, sub-20 e profissional.

Além do Desportivo Brasil, a Traffic administra o departamento de futebol do Ituano FC, clube do interior do estado que disputa a primeira divisão do Campeonato Paulista. A academia de futebol do clube inglês Manchester United FC, um dos maiores times do mundo, também é parceira do Desportivo Brasil, permitindo o intercâmbio de atletas e profissionais entre os clubes. E o grupo ainda fundou, em 2005, o Miami FC, clube do estado norte-americano da Flórida, que disputa a *United League Soccer*, uma espécie de segunda divisão da *Major League Soccer*, a primeira divisão do futebol estadunidense.

No que diz respeito ao gerenciamento de atletas, a Traffic vem se destacando, nos últimos anos, como grande investidora. Organiza um grupo de cotistas que visa investir cerca de R\$ 40 milhões na aquisição parcial ou total dos direitos econômicos de jogadores Brasil afora. Estes atletas têm como principal destino o Palmeiras, clube que é parceiro do grupo de investimento. O objetivo é claramente dito a quem quiser saber: valorização do atleta para uma futura transferência, isto é, visam obter lucro a partir da valorização e circulação de seus produtos, jogadores de futebol.

Para contratar um atleta, há um “departamento de inteligência” que organiza informações sobre o histórico de jogadores, estatísticas e vídeos. Este departamento é composto por observadores – comumente denominados “olheiros” no mundo do futebol – liderado pelo ex-jogador uruguaio Dario Pereyra. São cerca de noventa atletas agenciados pela empresa. O *website* da Traffic ainda exhibe filmes com lances dos atletas que são ligados e ela. É possível, também, pedir um dvd completo das jogadas através

de um cadastro e uma senha, que identifica possíveis compradores, algo semelhante a qualquer outro sistema que opera sítios digitais na internet que vendem diversos produtos, diariamente.

Muito se discute, atualmente, se é bom ou ruim para o futebol o surgimento de grupos como esse. Alguns argumentam que talvez seja a única maneira de investir dinheiro em clubes falidos por más administrações. Até mesmo no futebol europeu esta tem sido uma prática – FC Porto, de Portugal, e Sevilla FC, da Espanha, usam receitas semelhantes. O fato é que o lucro tem sido grande. Para exemplificarmos, a Traffic comprou o zagueiro Henrique, do Coritiba FC, no início de 2008, por R\$ 6 milhões; nem seis meses depois, vendeu o atleta ao Barcelona FC, da Espanha, por quase R\$ 15 milhões – no negócio, o Palmeiras ficou com apenas 20% do lucro, pois foi essa a parte que lhe coube quando acertou o contrato do atleta com a empresa. Ou seja, esse foi o valor acertado para que o clube alviverde exibisse, como se fosse uma vitrine, o dom futebolístico do jovem zagueiro.

Outro grupo também tem se destacado por investir no futebol. São os gaúchos do grupo Sonda, dirigido por Delcir Sonda, dono de uma rede de supermercados. Em 2007, Delcir decidiu investir no futebol. Seu primeiro tiro foi certo: havia pago US\$ 250 mil por 30% dos direitos trabalhistas do jovem zagueiro Breno, que na época ainda jogava pelas categorias de base do São Paulo FC. No final do ano, com o zagueiro atuando como titular na campanha do título brasileiro da equipe tricolor, lucrou US\$ 5,4 milhões – Breno foi negociado com o Bayern de Munique, da Alemanha, por US\$ 18 milhões; o restante ficou com o clube paulista.

O jornal *Folha de S. Paulo* apontou o poderio destes dois grupos de investimento no que diz respeito à participação nos direitos trabalhistas de alguns atletas que jogaram o último Campeonato Paulista, durante o primeiro semestre de 2009:

### **“Empresas ficam com melhor do Paulista**

**Traffic e DIS, do grupo Sonda, são donos de parte ou até de todos os direitos sobre muitos dos destaques do Estadual**

**Agências declaram que não pretendem vender já seus jogadores e que clubes de São Paulo podem cobrir as propostas recebidas**

Investir em jovens com talento. Vê-los brilhar no principal Estadual do país. Lucrar depois com a venda deles. Isso antes era exclusividade dos times, mas, no Paulista-09 quem melhor seguiu esse roteiro foram hoje os dois maiores investidores do futebol brasileiro, que aproveitam a fragilidade do caixa dos clubes para comprarem participações de atletas, muitas vezes por verdadeiras “pechinchas”. Traffic e DIS, o braço esportivo do grupo Sonda, têm participação nos direitos das principais revelações da competição e de outros jovens que são as principais estrelas de suas equipes (e também do futebol nacional), caso do são-paulino Hernanes, que tem 25% de seus direitos com a Traffic.

As duas empresas jogam suas fichas em jogadores jovens, já que a chance de lucro com eles é muito maior. A DIS gastou R\$ 7,5 milhões para ter direito a 40% de uma futura negociação do santista Neymar, 17. Mas fez um negócio ainda melhor ao adquirir 30% dos direitos sobre o meia Paulo Henrique, outro santista que começa a empolgar – com ele na equipe titular do time do litoral sul paulista engrenou. Paulo Henrique, apelidado Ganso, entrou numa cesta de jogadores do clube da Vila Belmiro que custou pouco mais de R\$ 3 milhões à empresa que tem o ramo de supermercados como seu ponto forte.

Outra estratégia é investir em vários clubes. A Traffic tem o Palmeiras como principal parceiro, mas não hesitou em também investir no rival Corinthians. E no Parque São Jorge também teve sorte. A empresa é dona de metade dos direitos sobre Elias, o volante artilheiro corintiano e jogador mais consistente do time em 2009. A Traffic diz que, se desejar, o Corinthians não vai ficar na mão caso apareça um interessado em Elias. Basta para isso que o clube, na penúria financeira, cubra a oferta. “O Corinthians tem prioridade para comprar o Elias. Se aparecer, por exemplo, uma oferta de 3 milhões [cerca de R\$ 9 milhões], eles podem ficar com ele. E acho que, se ele está indo bem, o clube deve ficar com ele”, diz Júlio Mariz, presidente-executivo da Traffic, que já acena um lucro milionário com o palmeirense Keirison, por quem pagou R\$ 7 milhões por 80% de seus direitos.

Segundo o empresário Wagner Ribeiro, que trabalha com a Traffic, ele já recebeu uma proposta de 25 milhões (cerca de R\$ 75 milhões) pelo atacante, mas a empresa só pretende vendê-lo no próximo ano. A DIS também fala em

manter Neymar no Brasil nesta temporada. Mas avalia que seja difícil de segurá-lo depois de 2010<sup>78</sup>.”

O jogador Keirrisson, citado na matéria acima, é mais um exemplo do quão lucrativo pode ser esse negócio. Segundo o mesmo jornal *Folha de São Paulo* (dia 27/04/09), o atleta valorizou-se 30.500% em quatro anos. Quando tinha dezesseis anos de idade, agentes pagaram R\$ 500 mil e adquiriram a maior parte de seus direitos numa negociação com o Centro Esportivo Nova Esperança (Cene), do Mato Grosso do Sul. Foi levado ao Coritiba FC, onde se projetou nacionalmente ao ser o goleador da equipe na disputa da série B do Campeonato Brasileiro; em 2008, marcou vinte e um gols na série A e foi o artilheiro da competição, ao lado de outros dois atacantes. A Traffic detinha, até maio de 2009, 80% sobre o atleta – os 20% restantes pertenciam ao Palmeiras – e o emprestou ao alviverde paulista por meio de seu clube, o Desportivo Brasil. Neste clube, Keirrisson assinou um contrato que estipula a multa de € 50 milhões em caso de negociação<sup>79</sup>.

Aliado a esses fatores apontados, Latour destaca, ao analisar a produção científica em laboratórios, os capitais científicos que o cientista possui, de acordo com o local de sua formação acadêmica, ou seja,

“o lugar onde um(a) pesquisador(a) realiza seus estudos desempenha um papel determinante em sua futura carreira (...) Dietrich sabia que seu crédito seria bem mais elevado se ele estudasse em Munique. O ponto de partida de uma carreira científica – como se vê – implica uma série de decisões pelas quais cada um constitui progressivamente seu próprio estoque de referências” (idem, p.215).

No caso dos jogadores de futebol, o local de onde cada um surgiu influencia, e muito, no reconhecimento de seu talento. Como dissemos acima, a estrutura do clube é muito importante, assim como o crédito que ele possui no universo do futebol brasileiro e até mundial. Aqueles que oferecem mais ao atleta são comprovadamente os maiores e mais vencedores clubes e, conseqüentemente, os que mais revelam jogadores. Basta observarmos os campeões da Copa São Paulo de Futebol Júnior, o mais importante

---

<sup>78</sup> Jornal FSP, dia 17/04/09. A matéria é assinada por Eduardo Arruda e Paulo Cobos.

<sup>79</sup> Keirrisson foi negociado com o FC Barcelona, da Espanha, em maio de 2009, por cerca de € 14 milhões.

torneio de jovens jogadores do futebol nacional. Em trinta e nove edições do torneio, vinte e quatro títulos pertencem aos considerados grandes clubes do Brasil, citados acima.

Bourdieu também trata da formação acadêmica como um fator social a ser analisado, de modo que o *locus* da aquisição do capital científico importa na hora de verificarmos a competência do indivíduo. Ele afirma que

“ao assegurar *formalmente* uma competência específica (por exemplo, um diploma de engenheiro), está inscrito que ele garante *realmente* a posse de uma ‘cultura geral’, tanto mais ampla e extensa quanto mais prestigioso for esse documento (...) Este efeito de imposição simbólica atinge sua máxima intensidade com os alvarás da burguesia cultural: certos diplomas (...) garantem, sem outras garantias, uma competência que se estende muito além do que, supostamente, é garantido por eles” (Bourdieu, 2006, pp.28-29).

A formação do jogador de futebol também segue esta lógica. Dependendo do clube pelo qual ele jogou nas categorias de base, seu dom será mais ou menos desenvolvido e reconhecido, ou pelo menos a expectativa que se tem sobre sua capacidade. Assim como a família, a escola é um local onde os capitais são adquiridos. Funcionam “como mercados que, por suas sanções positivas ou negativas, controlam o desempenho, fortalecendo o que é ‘aceitável’, desincentivando o que não é” (idem, p.82). De forma semelhante, as escolhinhas de futebol, os clubes e até mesmo a rua e os campos de várzea funcionam como verdadeiros *loci* onde os capitais futebolísticos são adquiridos: quanto maior seu prestígio, maior será a chance de conquistar sucesso na carreira, isto é, mais apoio simbólico e moral terá o dom do futebolista.

A informação no meio científico é, muitas vezes, vista como se estivesse num mercado. A procura e a oferta de informações científicas criam um valor, que flutua de acordo com a oferta, demanda, número de pesquisadores e equipamentos. Assim, os cientistas procuram investir sua credibilidade e sua força de trabalho onde há mais chances de serem reconhecidos, ou seja, em laboratórios mais bem equipados e mais reconhecidos pela comunidade científica. Quando da contratação de um cientista por um

laboratório, o que se visa “é a capacidade do cientista produzir uma informação no futuro” (Latour, 1997, p.233).

Analogamente, no futebol, acontece algo muito parecido. De acordo com o agente FIFA Gianfranco, sua empresa de agenciamento de atletas, APK Sports, busca exatamente aqueles atletas que lhe deem o que ele chama de “perspectivas de futuro”. Falando sobre sua empresa e o trabalho com jovens jogadores, ele aponta um exemplo de um garoto de doze anos de idade que já treina para se tornar um profissional:

“Mas você pode me perguntar “mas o menino não é muito novo?”, mas é aquela coisa, com doze anos é difícil ver se o menino joga bola ou não, mas no meio de vinte e dois menininhos de doze anos ele não abaixa a cabeça, não sai correndo e não é fominha, se com doze anos ele já ergue a cabeça, olha para o lado, dá um lançamento longo, chuta em gol, encobre o goleiro, você percebe um potencial muito grande. Nesses garotos com dezesseis, dezessete anos, eu procuro ver a perspectiva de futuro”.

Giuliano Magrão ainda aponta outros dois pontos interessantes que nos ajudam a compreender melhor esse quadro, para além dos fatores já citados, como talento e porte físico:

“Primeira coisa é ele estar num clube grande. Jogador em time pequeno não é descoberto. É a mesma coisa que você colocar um produto na XXV de março e na Oscar Freire. Não tem como comparar”.

Assim, Magrão afirma que a vitrine na qual o “produto” está exposto, no caso, os clubes de futebol, influi no reconhecimento de seu dom futebolístico, o que, conseqüentemente, irá influir na valorização deste. Basta pensarmos, de modo bem simples, que se um atleta atua por um grande clube do futebol brasileiro e faz de suas apresentações grandes partidas, com relativo sucesso dentro de campo, num ambiente reconhecidamente de alto nível, chamará muito mais atenção que outro que atua por um clube pequeno, num campeonato de nível mais baixo, onde o prestígio da mídia e do público são muito menores.

Magrão ainda aponta outro fator, relativamente novo, que se liga diretamente às transferências de atletas no futebol moderno. A posse da cidadania européia, ou passaporte europeu, algo que facilita, e muito, a ida a um clube do velho continente:

“E agora, para fora do país, é importante ter cidadania européia. Às vezes um jogador mais limitado, por ter o passaporte, é mais procurado que o outro que não tem. Muita gente procura o atleta com passaporte”.

Atualmente, os clubes europeus podem contar com no máximo três atletas extracomunitários, ou seja, apenas três jogadores que não possuem passaporte de algum país membro da União Européia podem figurar no elenco de um clube do velho continente. Por isso, procuram jogadores que possuam o passaporte e não ocupem uma dessas vagas, já que o Brasil recebeu, ao longo de sua história, muitos imigrantes, principalmente italianos e portugueses, o que facilita a obtenção deste documento, deixando tais vagas para atletas de outras regiões do planeta, como Ásia e África.

Pude verificar na prática um exemplo que ilustra bem esse quadro: o jogador Rick, do São Carlos – que é agenciado pela APK Sports – passou um mês e meio entre Itália e Holanda, no início de 2009. O SBV Vitesse, da Holanda, manifestou interesse em contratá-lo, desde que ele obtenha o passaporte europeu. Para tanto, foi para o velho continente acompanhado de alguns agentes que fazem a intermediação do negócio. Fez testes no clube holandês, bem como deu início aos trâmites burocráticos necessários para a obtenção do passaporte na Itália. Entre outras coisas, é necessário comprovar residência no país. Quando isso estiver resolvido ele deve seguir para a Holanda e assinar contrato com o clube.

Uma vez contratado por um clube europeu, o atleta precisa ultrapassar uma série de obstáculos para se adaptar. Como bem sabemos, dentro e fora de campo as coisas funcionam diferente, já que estamos falando de um país e um continente novo. Língua, costumes, clima, alimentação, além do próprio estilo de jogo, todos esses são pontos bem diferentes. Cabe aqui uma relação com o conceito estabelecido por Toledo (2002), as *formas-representações*. Basicamente, *formas* são disposições e performances dos atletas no jogo, no qual estão inseridos os sistemas táticos, o posicionamento, enfim, as *formas* de jogar. *Representações*, num plano simbólico, consistem na codificação destas

*formas* pelo envolvidos no processo, como os profissionais, os torcedores e a mídia especializada.

Os atletas que se transferem para outro país para jogar futebol profissionalmente precisam se adaptar a novas *formas-representações*. Uma vez obtido o sucesso, são demasiadamente valorizados, pois já se encontram no centro do futebol mundial, atuando constantemente e adaptados, dentro e fora de campo. Magrão aponta que “uma vez na Europa, a adaptação dele [do jogador] conta bastante na hora de uma transferência. É aquele negócio da vitrine, a vitrine lá é muito melhor. Os valores são muito maiores lá dentro [na Europa]”.

Basta acompanharmos algumas transferências de atletas brasileiros e comparar os valores envolvidos nas transações do Brasil para a Europa e aquelas realizadas quando este mesmo atleta já atuava num clube do velho continente. O meio-campo Júlio Baptista deixou o São Paulo FC, em 2005, por US\$ 3,5 milhões. Em 2008 foi para a AS Roma, por € 12 milhões. Cicinho saiu do mesmo São Paulo FC, no final de 2005, por US\$ 7 milhões para o Real Madrid; ano passado desembarcou na AS Roma por € 11 milhões. Jô foi vendido pelo SC Corinthians Pta por US\$ 5 milhões; na última temporada, chegou ao Manchester City por £ 19 milhões. Ronaldinho Gaúcho deixou o Grêmio FPA por US\$ 6 milhões com destino aos PSG, da França; dois anos depois, chegou ao Barcelona FC pela quantia de US\$ 25 milhões. E Anderson, também do Grêmio, transferiu-se para o FC Porto por € 5,5 milhões; dois anos depois chegou ao Manchester United por € 30 milhões. Esses são apenas alguns exemplos que ilustram, de forma verídica, a questão apontada. E, obviamente, não é algo característico apenas de jogadores brasileiros – aqui nosso principal objeto de análise.

Uma prática adotada recentemente por clubes brasileiros e estrangeiros do futebol moderno e de espetáculo, no que se refere a reforçar seus elencos, e que pode ser inserida neste quadro que analisa os fatores extracampo envolvidos na circulação e valorização do dom futebolístico, diz respeito ao chamado “contrato de produtividade” ou “contrato de risco” – este último um nome certamente menos simpático. É uma prática adotada com jogadores indisciplinados, recém-recuperados de contusão ou em final de carreira. São vários os exemplos: se considerarmos apenas a última edição do Campeonato Brasileiro da série A (2008) tivemos Gustavo Nery no SC Internacional, Athirson na AD Portuguesa, Roque Junior, Léo Lima e Denílson no SE Palmeiras e Pedrinho no CR Vasco da Gama – todos eles com passagens por times europeus e seleção brasileira.

Trata-se de jogadores com reconhecido dom, ou seja, atletas que já provaram a posse de capitais futebolísticos, e que, por isso, já rodaram o mundo e ganharam títulos de importância no futebol brasileiro e mundial. É, portanto, um investimento de risco para o clube, que pode ter um jogador no elenco que não cumpra com as expectativas dos torcedores e dirigentes, seja pela idade, seja por indisciplina ou problemas físicos, mas, ao mesmo tempo, por baixo investimento, pode-se ter um jogador de reconhecida competência e que esteja motivado para voltar a atuar em alto nível.

Basicamente, este tipo de contrato funciona da seguinte maneira: é definido um salário mais baixo que a média salarial do clube, mais bonificações por produtividade, ou seja, participações como titular em partidas, gols, assistências. No caso de Denílson seu salário foi fixado em R\$ 30 mil mensais. A média salarial de um clube como o Palmeiras fica em torno de R\$ 70 mil. Até outubro de 2008 o jogador esteve presente em 81% dos jogos no ano – em oito meses, foram quarenta e três partidas e sete gols marcados, números suficientes para fazer com que o jogador afirmasse, via imprensa, seu desejo de assinar um contrato “normal” para a próxima temporada.

Os dirigentes vêem esse tipo de acordo como algo estimulante para os atletas que, muitas vezes, se encontram desmotivados para voltar a atuar num nível de competitividade tido como muito alto. Roque Junior, por exemplo, campeão mundial com a seleção brasileira em 2002, no mundial do Japão e Coréia, não atuava havia dois anos, por conta de uma grave lesão no tendão de Aquiles. Recuperou-se e assinou um contrato de produtividade; estreou pela Copa Sul-Americana e em seguida atuou em diversas partidas do Campeonato Brasileiro de 2008. Pedrinho, de reconhecido talento, passou por três cirurgias no joelho ao longo da carreira, além de outras inúmeras contusões, e não vinha jogando com regularidade no futebol árabe, antes de assinar com o Vasco da Gama:

“Nada mais justo [sobre o contrato de produtividade]. Se eu me colocar no lugar do clube, temeria que um atleta com algumas cirurgias estivesse apto a jogar. Mas estou recuperado clinicamente e logo isso não será problema” (OESP, 20/09/2008).

Já Ronaldo, em fase de recuperação após uma cirurgia que reconstruiu parte dos ligamentos de seu joelho esquerdo, rompido em fevereiro de 2008, não aceitou assinar

um contrato de produtividade com o AC Milan, seu último clube. O presidente Silvio Berlusconi afirmou: “Eu gostaria de dar a ele um contrato por rendimento como forma de motivá-lo”. As negociações não foram adiante e o contrato do atleta, que expirou em junho do mesmo ano, não foi renovado, talvez porque Ronaldo ainda se considera detentor de um dom futebolístico capaz de colocá-lo em condições de atuar em alto nível com um contrato normal, com alto salário e sem bonificações por rendimento. Em dezembro de 2008, às vésperas do término do ano, Ronaldo assinou contrato padrão, de um ano, com o SC Corinthians, como vimos acima.

#### IV.I Talento, valor e carisma

Em todas as entrevistas e observações realizadas, ficou-nos muito clara a importância da qualidade técnica e física para que um jogador tenha seu dom valorizado. Como apontado acima, todos diziam: primeiramente, é necessário saber “jogar bola”. Mas também chamou muito nossa atenção alguns fatores extracampo, como vimos, citados como sendo de muita importância para o sucesso de um atleta profissional.

Para além destes fatores elencados, destacaremos, agora, mais três elementos que compõem as múltiplas faces do dom futebolístico e que precisam ser observados de modo mais detalhado. Dois deles já vêm sendo analisados desde o início da dissertação, pois estão intrinsecamente ligados a todo o processo de valorização e circulação dos atletas no mercado esportivo. São eles: o talento e o valor. O terceiro elemento ainda não havia entrado nessa análise, mas sua presença se faz necessária, como veremos a seguir: é o carisma dos jogadores.

Aproximando a noção de dom futebolístico ao conceito de talento, Damo (2007) propõe que este seria o “algo”, o “jeito”, aquela “coisa a mais” que um garoto precisa ter para chamar atenção e se destacar entre os inúmeros que aspiram uma carreira de sucesso no mundo do futebol. Este termo preenche um espaço difícil de ser ocupado: é algo vazio de sentido, sendo que a situação faz definir seu real significado. O talento, aqui, é arraigado pelos capitais futebolísticos e diz respeito a capacidade técnica que o atleta precisa apresentar, além da posse de outros tipos de capitais (capital simbólico, principalmente), o acesso a um centro de formação (uma escolinha de futebol, por

exemplo) e demais disposições físicas, psíquicas e sociais que vão além do fato de saber jogar futebol.

Esse talento, assim, pode gerar dividendos econômicos à medida que é reconhecido, tornando-se trocável por dinheiro. É aqui que se inicia o processo de circulação e valorização dos talentos/dons dos jogadores de futebol. Para atuar num clube vencedor, disputar os principais campeonatos de futebol – nacionais ou internacionais – e ser reconhecido e idolatrado pelos torcedores, os jogadores precisam comprovar tal capacidade constantemente.

O segundo elemento diz respeito ao valor dos jogadores de futebol e está ligado aos agentes de atletas, que buscam jogadores ou aspirantes a jogadores que apresentem características que agreguem valor ao seu talento. Em todas as conversas que tive com agentes de futebol, ficou claro que, para agenciar um atleta, é necessário procurar perspectiva de valorização no futuro.

É isso que faz com que, cada vez mais, crianças e adolescentes sejam assediados por agentes em busca de um contrato, mesmo quando a legislação não permite. Uma passagem relatada acima mostra bem esse caso: a APK Sports, empresa de agenciamento de atletas que tem como um de seus sócios o agente FIFA Gianfranco Petruziello, levou para Curitiba um garoto de apenas doze anos de idade, junto com toda sua família, para jogar no Coritiba FC<sup>80</sup>.

O terceiro e último elemento a ser analisado é o que comumente denominamos carisma. De difícil definição, este conceito muitas vezes é associado à dimensão mais intangível do dom, àquilo que não conseguimos definir de forma exata e que pode ser encontrado em diversas sociedades, de maneiras variadas. Segundo Weber, carisma é uma

“qualidade pessoal considerada extracotidiana e em virtude da qual se atribuem a uma pessoa poderes ou qualidades sobrenaturais, sobre-humanos ou, pelo menos, extra cotidianos específicos ou então se a toma como enviada por

---

<sup>80</sup> Essa é uma prática que vem sendo adotada a alguns anos no mercado do futebol. São inúmeros os exemplos de jovens atletas que se mudam para outra cidade, até mesmo outro país, para jogar futebol profissionalmente, ainda que isso venha a ocorrer num futuro não tão próximo. O argentino Lionel Messi, do Barcelona FC da Espanha, é um típico caso: mudou-se para a cidade espanhola com apenas treze anos de idade, juntamente com sua família, para jogar no clube catalão. Atualmente, é um dos destaques do time e da seleção de seu país, cotado para ser eleito o melhor jogador do mundo no ano de 2009.

Deus, como exemplar e, portanto, como líder” (Weber, 1994, p.159).

Associado ao conceito de carisma, Weber define, antes, três tipos puros de dominação legítima. Brevemente, temos a dominação racional, caracterizada pela dominação legal, dada por ordens; a dominação tradicional, que é dada pela dominação cotidiana, através de antigas tradições; e a dominação carismática, da qual falamos, caracterizada por ser extracotidiana, e que se baseia em coisas como santos, poderes heróicos ou no caráter pessoal de algum indivíduo.

Os líderes carismáticos permanecem até que falham e seu reconhecimento, por parte dos que são “comandados”, diminui até acabar. A legitimidade de alguém com carisma, portanto, aparecia como um dever das pessoas em reconhecê-lo, através da própria vocação, e de algumas provas. Caso essa liderança não levasse nenhum benefício aos “dominados”, a autoridade carismática podia vir a desaparecer. Dessa forma, o carisma constitui, ainda hoje, uma “vocação”, uma “missão” ou “tarefa” íntima. É algo alheio à economia, já que as dominações cotidianas – tradicional e racional – buscam, por meio de atividades econômicas, recursos que legitimem suas posições. Este tipo de dominação baseia-se numa relação social ancorada, estritamente, no campo pessoal. “O carisma pode ser, e decerto regularmente é, qualitativamente particularizado. Trata-se mais de uma questão interna do que externa, e resulta na barreira qualitativa da missão e poder do portador do carisma” (Weber, 1963, p.285). Por tudo isso, a autoridade carismática é muito instável. Pode-se perdê-la do dia para a noite, num ato falho, e aí a missão daquele que o detem acaba.

Mauss (2003), ao analisar a circulação da dádiva em algumas sociedades ditas primitivas, fala em honra e prestígio. Pois bem, numa troca que envolve dons, quem angaria mais prestígio? Aqueles que possuem a capacidade de doar e não acumular de modo mesquinho. Os chefes tribais exercem muito bem este papel, pois seus atos prendem a todos numa teia de relações recíprocas ao doar algo que é de difícil retribuição. Aproximando essa noção de prestígio, ou de honra, das quais Mauss tanto fala, à noção de carisma, percebemos quão comumente este termo aparece. É muito costumeiro, entre os atores sociais que vivem no e do esporte, bem como torcedores, utilizar o carisma como o fator para definir o *status* de um jogador. Atletas como Ronaldo, Romário, Pelé são tidos como verdadeiros heróis nacionais, independentemente dos times pelo quais jogaram aqui no Brasil. Esse *status* é fruto

daquilo que conquistaram dentro de campo e pelo empenho em defender o Brasil em competições internacionais, pelo dom que possuem. Há casos em outros países também, como Maradona na Argentina que, embora sempre fosse ligado ao CA Boca Juniors, seu time do coração e pelo qual jogou no início da carreira, é tido como o maior ícone do esporte em seu país. Outros, embora não sejam reconhecidos por todos, detém essa característica por tudo o que fizeram em seus clubes, como Rogério Ceni no São Paulo, Marcos no Palmeiras, Marcelinho Carioca no Corinthians, Zico no Flamengo, e muitos outros. Esses dons, de alguma forma, permitem que seus detentores sejam envolvidos por certa aura carismática e passem a serem reconhecidos de modo especial. Tal reconhecimento é fruto apenas do trabalho e do sucesso conquistado por esses atletas dentro de campo?

Em parte, sim, é claro. Mas muito desse reconhecimento que recobre o dom futebolístico dos jogadores provem do carisma que alguns deles possuem. Evidentemente, estamos falando aqui de uma pequena parte de todo o universo de atletas deste esporte, o que restringe bem nosso campo de análise. Fazem parte deste conjunto jogadores de altíssimo nível, que disputam os melhores e maiores campeonatos em todo o mundo, sejam eles nacionais ou internacionais. Neste futebol de espetáculo é possível identificarmos alguns casos de jogadores tidos como carismáticos, e outros que são o exato oposto.

Vejamos Ronaldo, o maior artilheiro da história das Copas do Mundo. Ele é quase uma unanimidade entre os torcedores brasileiros – por tudo o que fez com a camisa da seleção brasileira – e os europeus, de modo geral, também reconhecem seu talento – Ronaldo jogou quinze dos dezessete anos de carreira na Europa. Passou por duas graves contusões nos joelhos e após se recuperar da última, sofrida em fevereiro de 2008, voltou a jogar no futebol brasileiro – no Corinthians. Desde que foi confirmada a transferência, só se fala de Ronaldo no futebol brasileiro e, mais especificamente, no futebol paulista. É a grande estrela do atual futebol nacional, por tudo que representa sua figura no país.

Temos visto pela mídia esportiva que grande parte daqueles que acompanham o que se passa no futebol nacional torce para que Ronaldo se recupere totalmente, perca peso, entre em forma e tenha condições de voltar a atuar em grande nível por noventa minutos. Até mesmo para quem não torce para o Corinthians: “que não marque contra meu time do coração, mas que volte a atuar bem e faça muitos gols”, pensam muitos

torcedores. O mesmo se pode dizer de seus adversários. Comenta-se, até, a possibilidade de seu retorno à seleção brasileira.

Ronaldo tem uma história fantástica. Garoto pobre do Rio de Janeiro, tornou-se prodígio ao ser convocado para uma Copa do Mundo aos dezessete anos de idade<sup>81</sup> – assim como Pelé, em 1958 –; jovem conquistador de lindas mulheres; azarado pelas graves contusões nos joelhos; ressuscitado para o esporte, após se recuperar; vencedor – jogou em quatro dos maiores times do mundo, além da seleção brasileira – e herói, pela grande performance no mundial de 2002, no qual marcou oito gols em sete jogos, dois deles na final contra a Alemanha. Foi nomeado Embaixador na luta contra a pobreza e a fome no terceiro mundo pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2000.

Dicá, que ocupava o cargo de diretor de futebol da AA Ponte Preta quando de minha última passagem por lá, aponta um exemplo de jogador carismático contemporâneo a sua época como jogador profissional, nos anos 1960-70. Ademir da Guia construiu boa parte de sua carreira jogando pelo Palmeiras. Seu prestígio não é e nunca foi tão grande como o de Ronaldo, pois ele não obteve o mesmo sucesso na seleção brasileira como o atacante. Mas Dicá aponta que seu carisma alterava o modo como os rivais o viam:

“Eu convivi e joguei contra durante muito tempo com o Ademir da Guia, que era logicamente um jogador muito carismático. Um jogador que todo mundo gostaria de ter em sua equipe. Sempre houve um reconhecimento do seu talento com jogador, mas também da pessoa, do homem, independente do clube pelo qual ele jogava. Sempre foi um jogador que o Flamengo, o Corinthians, o São Paulo, todos queriam contar com a qualidade do Ademir, e também com seu jeito, com a forma que ele agia dentro e fora do campo, pelo temperamento. Enfim, era um jogador com esse perfil”.

Em recente evento promovido pelo vereador Marco Aurélio Cunha (DEM-SP), que também é médico e diretor de futebol do São Paulo FC, Ademir da Guia vestiu a camisa do clube rival ao “seu” Palmeiras numa partida amistosa, uma verdadeira

---

<sup>81</sup> Com dezesseis anos de idade, marcou doze gols em catorze partidas pelo Cruzeiro EC, em seu primeiro ano como jogador profissional.

“pelada”. Não fosse seu carisma, torcedores palmeirenses o excomungariam. O fato é que a aura verde-branco do “Divino”, como ficou conhecido o velho craque, o protege contra essas querelas. “Divindade não se discute”, escreveu o jornalista Mauro Betting, em seu *blog* no *website* do diário esportivo *Lance!*. Esse fato não é inédito: Falcão, jogador do Internacional e da seleção brasileira nos anos 1980 vestiu a camisa de diversos clubes brasileiros, inclusive a do arquirival Grêmio, num comercial para uma marca de camisas; e Zico, eterno ídolo do Flamengo, vestiu a camisa do maior rival, o Vasco, em 1992, na despedida de Roberto Dinamite, ídolo do clube cruzmaltino. Nenhum deles foi condenado por sua torcida. Suas histórias e seus carismas os protegeram contra qualquer tipo de insulto ou decepção por parte dos torcedores. A imagem de herói, ídolo ou Deus, qualquer que seja ela, não foi arranhada.

O próprio Dicá pode ser visto como exemplo de jogador carismático. Por anos e anos defendeu a equipe da Ponte Preta, sendo assim, considerado ídolo até hoje pela torcida pontepretana. O episódio descrito mais acima, quando Dicá apareceu na porta do estádio da Ponte Preta e foi tietado pelos funcionários e jogadores das categorias de base do clube mostra bem esse *status* carismático adquirido dentro e fora de campo pelo ex-atleta<sup>82</sup>.

Outros atletas também ostentam carisma na sua relação com os demais atores do mundo do futebol, notadamente os torcedores. Porém, é um carisma diferente daquele que analisamos acima. Aqui, esta mística parece ser menor, isto é, menos abrangente, estendendo seus laços num raio de ação um pouco menor que aquele ostentado por Ronaldo, Ademir da Guia ou Pelé. São jogadores idolatrados por parte dos torcedores, notadamente de clubes específicos. Casos de Rogério Ceni no São Paulo, Marcos no Palmeiras, Marcelinho Carioca no Corinthians, entre outros. Construíram quase toda sua carreira quase sempre atuando no mesmo clube, desde as categorias de base, ganhando títulos importantes e mantendo o nome do clube nos mais altos patamares do futebol brasileiro e, em algumas vezes, mundial. Mas esse tipo de jogador carismático não consegue obter o mesmo reconhecimento e a mesma admiração por parte dos torcedores de outros clubes, sejam esses diretos rivais ou não, a despeito de seu talento.

Rogério Ceni é exemplo claro deste quadro: é capitão e ídolo do São Paulo, clube no qual atua a dezessete anos, treze como titular da meta são-paulina. Ganhou inúmeros títulos importantes pelo clube paulista e foi reserva da seleção brasileira em

---

<sup>82</sup> Este fato ocorreu em outubro de 2008, quando Dica não trabalhava como diretor da equipe campineira, posto que passou a ocupar a partir de janeiro de 2009.

duas Copas do Mundo. Todos reconhecem que é um goleiro de alto nível, porém muitos torcedores não gostariam de vê-lo vestindo a camisa de seu clube. O vêem como arrogante e com algum excesso de soberba, o que não é levado em consideração por grande parte da torcida de seu clube, que o idolatra e o venera a ponto de desconsiderar quando de alguma falha, algo que dificilmente se perdoa num jogador “qualquer”, ou seja, aquele que não detem o mesmo carisma. No CT da Barra Funda, onde o time treina diariamente, Rogério Ceni é o atleta mais esperado pelos torcedores aos sábados, quando a atividade é aberta ao público são-paulino. Quando estive por lá, um grupo de cerca de vinte torcedores insistiu até duas horas após o término do treinamento na espera pelo jogador e só deixou o local quando a assessoria de imprensa assegurou-lhes que ele não os atenderia por estar em tratamento médico.

Porém, este tipo de atleta não consegue fazer com que seu carisma vença as barreiras impostas pelo clubismo – a rivalidade entre os clubes. Desta forma, não são vistos de modo unânime entre torcedores de diferentes times, o que denota a impossibilidade de que seu carisma seja estendido para além do “território” que ele domina, isto é, o clube pelo qual atua e é ídolo. São vistos como verdadeiros líderes, e o comportamento esperado pelos torcedores assim o definem: sua figura se mostra sempre pronta para qualquer tipo de dificuldade que o time venha a enfrentar, não importa a situação do jogo ou do campeonato. Diferentemente, o carisma de jogadores como Ronaldo aponta para a figura do herói, aquele que pode e certamente irá salvar o time quando for necessário.

Já o goleiro Marcos, do Palmeiras, embora tenha sua imagem ligada à equipe alviverde, já que por lá jogou – e ainda joga – por toda a carreira, tem um carisma diferente de Rogério Ceni: visto como “boa gente” em todo o meio futebolístico, Marcos é o típico “jogador de grupo”, aquele que está sempre sorrindo e contando casos engraçados, brincando com os demais colegas e tornando o ambiente mais agradável. Por ter sido campeão do mundo com a seleção brasileira em 2002, título no qual Marcos teve grandes atuações, salvando a seleção em diversos jogos com excelentes defesas, o goleiro é querido pelas demais torcidas, rompendo as barreiras impostas pelo clubismo, diferentemente de Ceni.

Pelo que vimos ao longo deste trabalho, portanto, podemos afirmar que o valor do dom futebolístico dos jogadores é multifacetado. Podemos observá-lo e concebê-lo de inúmeras formas. O carisma, por exemplo, está ligado, principalmente, à relação estabelecida preponderantemente entre o jogador e os torcedores do clube pelo qual ele

joga. O talento, por sua vez, liga a figura do jogador profissional ao seu clube: ele precisa comprová-lo constantemente para atuar num grande time e em alto nível. E o valor, categoria fundamental em nossa análise, é buscado pelos agentes FIFA, no constante processo de circulação e valorização dos jogadores no mercado esportivo.

<b>carisma</b>	<b>jogador – torcedor</b>
<b>talento</b>	<b>jogador – clube</b>
<b>valor</b>	<b>jogador – agente FIFA</b>

Obviamente, não são apenas essas as categorias e os fatores a serem analisados na definição do Valor do dom futebolístico. O agente FIFA, por exemplo, não analisa apenas a capacidade que o jogador tem de agregar valor a seu dom antes de agenciá-lo. Vimos que dedicação, profissionalismo, porte físico e até mesmo a posse de um passaporte europeu, em alguns casos, interferem na valorização e circulação dos jogadores no mercado do futebol. Da mesma forma, os torcedores não querem jogadores carismáticos, apenas. Somente isso não ganha jogo, isto é, não faz o time ser campeão. E os dirigentes e treinadores, representando os interesses de seus clubes, não buscam apenas os jogadores com talento. Como foi apontado, o comportamento fora de campo é, muitas vezes, considerado um fator primordial para que uma contratação ocorra – o São Paulo FC adotou essa filosofia a alguns anos, quando passou a contratar atletas com bom histórico fora de campo<sup>83</sup>.

A Copa São Paulo de Futebol Júnior é uma competição na qual podemos observar como se dão todas essas relações apontadas acima. Digo isso porque nela vemos a presença de agentes de futebol nas arquibancadas dos estádios do interior do estado – embora na maioria das vezes seja difícil identificá-los – bem como de dirigentes, atletas – que aguardam nas arquibancadas o horário dos jogos de sua equipe, já que as rodadas são duplas, sendo disputados dois jogos por dia – e, é claro, também dos torcedores.

Durante os jogos da 39ª edição da competição, o agente FIFA Gianfranco observava atentamente às partidas com o telefone celular à mão. Dedicava especial

---

<sup>83</sup> Entretanto, em 2008, o clube contratou três jogadores conhecidos por seus problemas extracampo: Fábio Santos, Carlos Alberto e Adriano. Os dois primeiros se envolveram em uma briga dentro do CT do clube, algo que lhes rendeu uma multa por parte da direção. O terceiro chegou atrasado ao treinamento por duas vezes, sendo punido também. Todos não ficaram mais do que seis meses no elenco são-paulino, e a diretoria reconhece que as três contratações fracassaram quanto ao rendimento esperado. Ainda que o atacante Adriano tenha marcado 16 gols em 28 jogos, o time não conquistou nenhum título neste período.

atenção a Rick e Peterson, os dois atletas do São Carlos FC que possuem contrato com a APK Sports. Após as partidas, ligava para seu sócio, em Curitiba-PR, para contar-lhe sobre o desempenho deles. E, por diversas vezes, durante os jogos, ligou para Curitiba para passar nomes de jogadores que lhe interessaram, perguntando sobre suas referências – se aquele atleta já possuía agente, se estava emprestado àquele clube, idade, altura, etc. Ou seja, como dissemos, os agentes procuram elementos que agreguem valor ao dom futebolístico do atleta. A capacidade técnica deste, notadamente a posse de capitais futebolísticos, é um fator primordial, embora apenas isso não seja o suficiente. O exemplo dado a pouco, relatando o fato de um aspirante a jogador, de apenas doze anos de idade, já ser “cliente” da empresa de agenciamento de atletas do agente FIFA Gianfranco, demonstra que essa categoria age como um caçador à procura de novos atletas que consigam atrair elementos valorativos a seus dons e gerar lucro.

No caso de Rogério Ceni, por exemplo, seu dom e seu valor como jogador são amplamente reconhecidos no mercado do futebol. Porém, seu carisma é capaz de inviabilizar uma transferência, tanto pela via de seus laços com os torcedores do seu clube, o São Paulo, que não gostariam de ver o ídolo vestindo a camisa de outro time, como também pela outra via, a dos torcedores das outras equipes, que não gostam do goleiro exatamente pelo carisma construído ao longo de tantos anos ligado ao clube do Morumbi. Já Marcos, do Palmeiras, tem sua imagem fortemente enraizada no clube do Palestra Itália, mas seu carisma faz com que ele seja bem visto por torcedores Brasil afora, diferentemente do que ocorre com o arqueiro são-paulino. O carisma de Ronaldo, por sua vez, lhe abre portas em qualquer clube do mundo: basta vermos que ele defendeu as cores de clubes rivais na Itália e na Espanha – Internazionale e Milan, Barcelona e Real Madrid, respectivamente – sem que maiores obstáculos, que não financeiros, fossem colocados no caminho destas transferências. Obviamente, os torcedores desses clubes que gostavam de Ronaldo quando ele vestia essas camisas não foram simpáticos à ideia de ver o craque defendendo o arquirival; porém, suas andanças pelo mercado da bola nunca sofreram com perseguições por parte de qualquer torcida, mesmo agora que, após ter feito parte de sua recuperação no CR Flamengo, seu declarado clube de coração, Ronaldo acabou assinando contrato com o Corinthians. Além disso, seu talento e seu valor são inegáveis, o que o torna um jogador que é desejável por todos.

Outro exemplo que se encaixa nas relações que se inserem no mercado do futebol, expostas acima, é a não transferência do brasileiro Kaká no início de 2009 e,

posteriormente, sua chegada a Madri, deixando Milão. Poderíamos destacar aqui inúmeras outras transações, tendo em vista a enorme quantidade de idas e vindas de jogadores no universo futebolístico. Porém, esta que aqui destacamos ilustra bem alguns fatores analisados e mostra claramente a gama de processos que interferem no fenômeno de circulação e valorização do dom futebolístico

Em 2001, o jogador francês Zinedine Zidane, eleito melhor do mundo por três vezes (1998, 2000 e 2003), trocou a Juventus FC, da Itália, pelo espanhol Real Madrid FC por US\$ 71 milhões, o mais alto valor pago a um futebolista na história do esporte até meados de 2009, quando o mesmo Madrid pagou cerca de € 94 milhões pelo português Cristiano Ronaldo. Em janeiro de 2009, um clube pequeno e sem grande tradição no futebol inglês, que dirá no cenário europeu e mundial, ofereceu nada menos do que £ 120 milhões para contar com o jogador brasileiro Kaká, do AC Milan da Itália, titular da seleção brasileira e eleito melhor do mundo em 2007. Mas como um clube sem grande importância na história do futebol de seu próprio país pode fazer tal oferta?

Em 2008 o irmão menor da cinzenta Manchester, no norte da Inglaterra – a cidade também é sede do Manchester United, atual tricampeão inglês e vice-campeão europeu – foi adquirido por um grupo de investidores árabes, denominado *Abu Dhabi United Group* (ADUG), por € 250 milhões. Esta empresa é controlada pelo xeque Mansur bin Zayed al-Nahyan, membro da família real de Abu Dhabi, que controla ativos no valor de € 620 bilhões. Tal ação financeira não é algo inteiramente novo, já que os clubes ingleses são sociedades anônimas de capital aberto: o Chelsea FC já havia sido comprado pelo russo Roman Abramovich, em 2003; o próprio Manchester United teve suas ações adquiridas, gradualmente, pelo investidor norte-americano Malcolm Glazer, entre 2003 e 2005; em 2007 foi a vez do Liverpool FC passar a ser controlado por dois investidores norte-americanos, Tom Hicks e George Gillet.

Este tipo de negociação envolvendo ações financeiras e investidores bilionários tem se tornado comum na liga inglesa de futebol, a mais rica de todo o mundo, atualmente. Para termos uma ideia, os clubes arrecadaram US\$ 1,8 bilhão em 2007-2008, apenas das redes de televisão, para que transmitissem as partidas. No Brasil, a quantia paga aos clubes da primeira divisão soma algo próximo a US\$ 150 milhões. Neste mesmo ano os clubes gastaram € 617 milhões em contratações de jogadores – três vezes mais que a liga alemã de futebol. O que atrai tanto dinheiro é o valor publicitário da *Premier League*. As partidas são transmitidas para mais de cento e cinquenta países e os clubes são vistos como verdadeiras marcas, como empresas que vendem produtos por

todo o globo. Além disso, a libra, moeda corrente na Inglaterra, é considerada a mais forte do mundo, sendo mais valorizada que o euro e o dólar. E os clubes ingleses possuem estádios próprios, o que faz com que esses locais sejam extremamente rentáveis: lojas, restaurantes, bares são construídos dentro do estádio, por onde os torcedores podem circular e gastar mesmo no dia em que não há jogos. Na Itália, por exemplo, os estádios são públicos, dificultando a capitalização de recursos pelos clubes<sup>84</sup>.

Contudo, num cenário de recessão na economia mundial<sup>85</sup> as cifras diminuíram no que toca a contratação de jogadores no mercado europeu. Na janela de transferências de janeiro de 2009, os grandes clubes da Itália, Alemanha, França, Portugal e Espanha gastaram relativamente pouco em relação aos anos anteriores. Dos citados, apenas o Real Madrid investiu pesado<sup>86</sup>, além dos times ingleses. Nunca se gastou tanto nesse período do ano esportivo: a cifra movimentada em janeiro pelos clubes da terra da rainha atingiram £ 160 milhões, ante aos £ 150 milhões do ano passado e “miseros” £ 60 milhões em 2007. Isso reforça a tese de que o campeonato inglês é, atualmente, o mais forte do mundo, muito pelo fato de possuir grandes investidores internacionais que veem no futebol um negócio altamente rentável, o que, inevitavelmente atrai público, atletas, patrocínios e lucro<sup>87</sup>.

Diante desse cenário, o time azul de Manchester começou a temporada 2008 investindo pesado. Numa das primeiras declarações de um representante do ADUG à frente do City, Suleiman al-Fahim declarou que as intenções com relação a investimentos no time seriam da ordem de € 660 milhões e declarou: “Dinheiro não é problema (...) Nós temos os bolsos fundos”. A primeira grande contratação foi a de

---

<sup>84</sup> Para ilustrarmos o quadro acima, o Arsenal FC, clube do norte londrino, faturava US\$ 89,1 milhões por temporada em seu antigo estádio, *Highbury*. Desde a temporada 2006/07, quando seu mudou para sua nova casa, o *Emirates Stadium*, faturou US\$ 183,2 milhões, o que representa 51% do total arrecada pelo clube na temporada.

<sup>85</sup> Na segunda metade de 2008 iniciou-se um processo de falência de grandes companhias e bancos privados, inicialmente nos EUA. Essa crise tem suas origens na guinada aos investimentos direcionados ao setor imobiliário norte-americano, que incentivou de modo arbitrário o crédito a seus clientes. As consequências ainda estão sendo sentidas: falências de pequenas e grandes empresas em todos os setores produtivos, bem como aumento do desemprego por todo o globo.

<sup>86</sup> O clube merengue contratou dois jogadores: o francês L. Diarra, do inglês Portsmouth, por € 20 milhões, e o holandês K. Huntelaar, do Ajax da Holanda, por € 27 milhões.

<sup>87</sup> A liga inglesa de futebol é a terceira liga profissional de esporte e a primeira quando se fala em futebol, em faturamento no mundo. Amealhou, em 2007-2008, US\$ 3,9 bilhões. A *National Football League (NFL)*, dos EUA, faturou US\$ 7,2 bilhões e a *Major League Baseball (MLB)*, US\$ 5,5 bilhões.

Robinho, atacante brasileiro vindo do Real Madrid, por € 40 milhões<sup>88</sup>. E no início de 2009 surgiu a proposta por Kaká.

O desfecho foi a negativa do jogador brasileiro à investida árabe-britânica. Grande parte da mídia especializada simplesmente não acreditou que o jogador poderia não aceitar. Seu clube, o Milan, que é controlado pelo primeiro ministro italiano, Silvio Berlusconi, declarou-se incrédulo com tamanha quantia e disse não ser possível negar tal proposta. Até um clube do tamanho do Milan era incapaz de dizer não. Pois Kaká negou, dizendo querer continuar no rubro-negro milanês e que seu sonho era ser, um dia, capitão do time.

Se considerarmos apenas o aspecto financeiro, a proposta dos ingleses era realmente absurda. Kaká ganhava um salário anual de € 9 milhões. O salário proposto pelo City era de € 19 milhões anuais. O jogador optou por seguir num dos maiores clubes do mundo, que costumeiramente disputa os principais campeonatos. Se fosse para a Inglaterra, seria a principal peça numa engrenagem que iria buscar atingir esse patamar, já alcançado por ele na Itália. Optou, portanto, pela segurança, ao invés da aventura.

A transação, se ocorresse, beneficiaria não apenas os clubes envolvidos nela diretamente. O clube que revelou Kaká, o São Paulo FC, teria direito a receber uma porcentagem dos valores envolvidos na negociação caso ela se confirmasse, por um artifício legal criado pela FIFA denominado “mecanismo de solidariedade”. Pelas normas da entidade, a formação de um atleta de futebol se dá entre os doze e vinte e três anos de idade. Diante disso, quando um atleta se transfere de um clube a outro, transferência essa que precisa ser internacional, uma parcela dos valores envolvidos nessa negociação é de direito do clube formador do atleta. A porcentagem máxima é de 5%, válida para qualquer idade, mas esse valor pode variar de acordo com o tempo de permanência do jogador no clube que o formou. Funciona da seguinte maneira: cada ano, dos doze aos quinze anos de idade, vale 0,25% (o que soma 1%), e dos dezesseis aos vinte e três anos de idade vale 0,5% (o que dá os 4% restantes). Como Kaká atuou pelo time da capital paulista entre os doze e vinte e um anos de idade deveria ser repassado ao time brasileiro 4% dos valores totais da negociação, ou seja, € 4,8 milhões, algo próximo a R\$ 15 milhões, na cotação da época.

---

<sup>88</sup> Jornal Der Spiegel, dia 13/09/2008.

Temos diversos exemplos que se concretizaram, efetivamente. No final da janela de transferências para o futebol estrangeiro, em agosto de 2008, os clubes brasileiros que possuem várias de suas revelações atuando no futebol internacional ficaram muitas vezes mais ansiosos com essas movimentações do mercado da bola do que com possíveis perdas em seus elencos. O Santos FC, por exemplo, receberia uma polpuda quantia pela transferência de Robinho, do Real Madrid, da Espanha, ao inglês Manchester City. Dos € 40 milhões pagos ao clube espanhol (cerca de R\$ 96 milhões), o time brasileiro teria direito a R\$ 4,3 milhões, pelas contas do advogado Marcos Motta, especialista em consultoria esportiva: "Pelo cálculo que fizemos, o Santos teria direito a 4,5% da transferência de Robinho. Não tem direito aos 5% porque ele saiu do clube antes dos vinte e três anos" (Jornal FSP, 27/08/09). Depois de fechado o negócio, o Santos recebeu € 1,57 milhões, ou R\$ 4,6 milhões, na cotação da época.

Esse mecanismo tem de ser aplicado até trinta dias após o encerramento da transferência. O São Paulo FC recebeu uma parcela dos R\$ 28,8 milhões pagos pela AS Roma ao Real Madrid, quando da transferência do meio campo Júlio Baptista. Segundo o gerente jurídico do clube, José Edgard G. Machado, os paulistas teriam direito a receber 3% deste valor. E ainda afirma:

“Por ano, temos cerca de dez casos de lucro por mecanismo de solidariedade. Às vezes, ganhamos bem, como quando o Barcelona FC comprou o Edmílson e lucrámos R\$ 200 mil. O Chelsea FC seguiu à risca as normas e depositou o dinheiro do Belletti, R\$ 80 mil, sem que fizéssemos nada” (Jornal FSP, 27/08/08).

O SC Corinthians também lucrou quando da ida de Jô, do CSKA Moscou ao Manchester City. Como o pagamento do time inglês aos russos foi feito em etapas, o time brasileiro recebeu quatro parcelas de R\$ 164 mil, cada uma. Isso representa 2,5% do valor total da transação (£ 19 milhões), pois o atleta jogou pelo clube paulista dos onze aos dezoito anos de idade. A AA Ponte Preta também conseguiu receber valor referente a transação do zagueiro Alex Silva entre o São Paulo FC e o Hamburgo SV, da Alemanha. O jogador atuou pelo time de Campinas entre 2001 e 2003, jogando pelas categorias de base e rápida passagem pelo profissional. A porcentagem se deu em torno

de 1% a 1,5%, ou seja, algo entre € 130 mil e € 195mil, já que o valor total da transação foi de € 13 milhões.

Recorrendo a um artigo de Kopytoff (In: Appadurai [Org], 2008), podemos estabelecer uma relação entre esse caso peculiar de não transferência envolvendo o brasileiro Kaká e a noção de “não mercadoria” apresentada pelo autor quando trata da mandioca entre os Aghem, do oeste da República de Camarões. Não se trata, obviamente, de compararmos mandioca com dom futebolístico. Mas nesse povo tradicional africano a mandioca é vista como algo tão desprezível que não pode ser envolvida em transações comerciais: “Ela serve para comer, e nada mais do que isso. Ou então é dada, se alguém quiser dar (...) Mas ninguém *comercializa* mandioca” (Idem, p.102). Dessa maneira, o autor afirma que ser uma “não mercadoria”, como é a mandioca entre os Aghem, é como não ter preço, ou melhor, ser “sem preço, no sentido mais amplo possível do termo, indo desde o particularmente valioso até o particularmente sem valor” (Idem). No caso de Kaká, obviamente, está inserido na categoria de algo tão valioso, isto é, seu dom futebolístico é tão valorizado, que chega a não ter preço.

Podemos concluir que a vontade do jogador é um fator de suma importância para que uma transação seja efetivada e é mais um fator a ser analisado. Legalmente, o Manchester City poderia contar com o futebol do brasileiro a partir do momento que pagasse a quantia que propôs, que era muito maior que a multa rescisória estabelecida no contrato. Porém, com a negativa do atleta, reiterando que gostaria de permanecer no clube italiano, os ingleses nada podiam fazer, já que não é vantagem contar com um jogador insatisfeito no elenco.

Kaká, assim, permaneceu no clube italiano por vontade própria e reforçou seus laços carismáticos com os torcedores de seu clube. Tendo como base a tabela da página 123, podemos apontar que não lhe falta talento para se transferir para o Manchester City, tanto que os ingleses ofereceram o que seria a maior quantia já paga por um futebolista na história do esporte. Também não falta valor ao brasileiro que, além de ser o principal jogador do time já a alguns anos, teve nesta tentativa de negociação o desejo favorável explícito de todos os envolvidos: seu agente; seu clube, que declarou oficialmente não poder recusar tamanha quantia em dinheiro, embora afirmando o desejo de continuar com o atleta; e até mesmo seu ex-clube, que receberia alguns milhões pelo mecanismo de solidariedade explicado acima. A vontade do atleta se fez prevalecer e seu carisma foi reforçado diante da negativa, já que alegou que seu desejo é

continuar em Milão até o final de seu contrato e, um dia, tornar-se capitão do time. Talvez esta única condição não preenchida evitou que a negociação se concretizasse.

Porém, em junho de 2009, enquanto defendia a seleção brasileira pelas eliminatórias da Copa do Mundo 2010, Kaká anunciou sua saída do clube italiano em direção ao Real Madrid FC, da Espanha. O valor: € 6 milhões<sup>89</sup>. A alegação dada pelo atleta baseia-se na crise econômica mundial que desde o ano passado atingiu grandes companhias, o que não foi diferente com grandes clubes de futebol. Soma-se a isso o fato de que o Milan não disputou, na última temporada, a *Uefa Champions League*, o que acarretou considerável prejuízo, como dito acima. A necessidade de vender atletas para se recuperar financeiramente e a dificuldade que o clube enfrentaria para montar um time altamente competitivo fez com que Kaká buscasse novos ares, rumando para Madri, onde atuará num dos maiores e mais vencedores clubes do mundo. Ele saiu do time onde, meses atrás, afirmara o desejo de permanecer “em casa” por longos anos, alegando que essa casa, em dificuldades financeiras, não podia mais “sustentá-lo”, isto é, oferecer-lhe condições para que continuasse a jogar em alto nível, disputando os maiores campeonatos e os títulos mais importantes do futebol mundial. Mudou-se para um clube que, ao que parece, lhe dará tais condições. Evidentemente, a torcida do Milan não gostou de sua saída, porém vimos que Kaká saiu pela porta da frente do clube, sendo vendido por uma enorme quantia em dinheiro, ajudando, assim, seu ex-clube a superar as dificuldades financeiras impostas pelo mercado, mesmo que, a princípio, tenha se negado a sair.

Pelo mecanismo de solidariedade, o São Paulo, clube formador do atleta, receberá uma quantia do clube espanhol: “Nós ficamos sabendo pelos jornais de que a transferência foi confirmada. Pelo mecanismo de solidariedade (de clube formador), o São Paulo tem direito a pouco mais de 3,5% do valor, que dá algo em torno de R\$ 6,5 milhões”<sup>90</sup>.

Essa transferência, uma das mais relevantes dentre todas que ocorreram antes do início da temporada européia 2009/2010, ainda revela outra questão interessante. Como vimos, os agentes de jogadores tem conquistado cada vez mais espaço no mercado do futebol. Porém, alguns atletas estão deixando de trabalhar com tais profissionais,

---

<sup>89</sup> De acordo com o jornalista Paulo Vinícius Coelho, da ESPN Brasil e da Folha de São Paulo, essa foi a terceira maior transação da história do futebol. Em anexo, segue uma lista das maiores negociações envolvendo jogadores de futebol, divulgada pelo próprio jornalista.

<sup>90</sup> João Paulo de Jesus Lopes, diretor de futebol do São Paulo FC, em entrevista ao site <http://www.gazetaesportiva.net> (dia 09/06/2009).

passando a confiar suas carreiras a familiares, principalmente seus pais. Kaká fez exatamente isso quando deixou de trabalhar com o agente FIFA Vagner Ribeiro. Seu pai, o engenheiro Bosco Leite, é quem o ajuda na negociação de contratos profissionais. Recebeu, a título de comissão, 10% dos valores envolvidos na venda de seu filho para o clube *merengue* – algo em torno de R\$ 17,8 milhões. Robinho também dispensou os serviços de Vagner Ribeiro, substituindo-o por seu pai, Gilvan de Souza, ex-encanador da Sabesp. Quando oficializou a troca, em 2008, declarou: "Chegou o momento de ter o meu pai ao meu lado participando das minhas decisões"<sup>91</sup>.

Já o meia Diego tem em seu pai a figura de agente desde o início da carreira. Em 2009, Djair Cunha recebeu cerca de R\$ 6,6 milhões pela transferência de seu filho do alemão SV Werder Bremen para italiana Juventus FC, negócio que envolveu valores da ordem de US\$ 24 milhões. E ainda podemos elencar neste quadro Assis, ex-jogador, irmão e agente de Ronaldinho Gaúcho. Em 2008, quando o atleta se transferiu do Barcelona FC para o Milan, Assis recebeu cerca de R\$ 5,5 milhões. Esses exemplos mostram o quão maleável é o mercado do futebol, mesmo em seu nível mais alto e profissional: todos os pais de atletas citados acima não fazem parte da lista de duzentos e cinquenta e cinco agentes brasileiros cadastrados na FIFA.

Tais exemplos evidenciam que alguns jogadores procuram manter a riqueza que seu dom futebolístico produz dentro de casa, retribuindo a dedicação que seus pais despejaram na luta para tornar-se um profissional da bola. O domínio tradicional da casa, assim, se mistura com o contexto moderno no qual estão inseridas essas transferências em altíssimos valores financeiros – dom e mercadoria se alternando na vida dos atletas. O dinheiro que o pai/agente recebe é mercadoria, o que não impede a existência de um valor moral que sustenta tal relação.

Assim, o importante aqui é notarmos que essas três facetas que se relacionam ao dom futebolístico apontadas acima aparecem como ligação, pois comentam relações que não estão dadas *a priori*, mas que podem ser verificadas na sua operacionalidade. A análise tem que partir do lado direito do quadro para o lado esquerdo, para que possamos entender que elas, em alguma medida, se equivalem, mas ao mesmo tempo se afastam na concretude das relações que as suportam. Esse quadro nos ajuda a compreender um pouco melhor como o Valor do dom é definido e decantado pela observação. A categoria, portanto, é fatiada e aparece na forma de outras, pois somente

---

<sup>91</sup> Jornal Folha de São Paulo, dia 09/06/2009.

assim captura alguma dinâmica das relações que são importantes para dar conta da complexidade que circunda o universo simbólico do futebol.

## Considerações Finais

Como vimos, os jogadores de futebol são possuidores de um dom único, que é multiplicado em capital futebolístico. Quando um jogador de futebol profissional se transfere de um clube a outro, alteram-se o regime normal das coisas e dos indivíduos, produzindo relações sociais particulares que evidenciam um gama de direitos e deveres recíprocos. O uso do dom futebolístico pode ser cedido e entra em circulação mediante contraprestações monetárias, surgindo, dessa forma, relações sociais que são nosso objeto de análise. A circulação de atletas no mercado esportivo é gerada juntamente com uma rede de consumo – compra de produtos associados aos atletas, venda de ingressos, circulação de jornais e revistas, salários, luvas, bichos, transferências – sobre a figura do atleta, cujas regras são impostas ao mercado e variam de acordo com razões simbólicas na construção do valor. Uma frase do escritor uruguaio Eduardo Galeano ilustra bem esse quadro: “Hoje em dia, cada jogador é um anúncio que joga” (Galeano, 2004, p.99).

Ao pagar determinada quantidade de dinheiro para estabelecer um vínculo trabalhista com atletas, evidencia-se que o dom futebolístico equivale àquela quantia. As considerações presentes neste trabalho visam entender exatamente este processo e os porquês inseridos neste contexto, notadamente, as quantidades de dinheiro que circulam entre clubes, jogadores e agentes. Como pudemos notar, as variantes são inúmeras, o que dificultou nossa análise e o caminho para conseguirmos montar este quebra-cabeça repleto de peças espalhadas. Não tivemos, portanto, a pretensão de responder à pergunta-título da pesquisa, tamanha gama de processos que circundam o meio do futebol burocratizado e de espetáculo, sob controle da FIFA. Não obstante, essa análise esboça um quadro que enumera diversos elementos presentes nesse processo e especula sobre questões difíceis de serem respondidas, como estabelecer parâmetros que quantificam o talento de alguém para fazer algo específico, como jogar futebol.

Esse processo de circulação e valorização de jogadores de futebol profissional no mercado esportivo sofreu profundas alterações desde os anos 1990. A guinada em direção aos preceitos do mercado e da modernização do esporte, tornando-o um negócio altamente rentável do ponto de vista financeiro, teve que ser levada em consideração, principalmente no que toca às leis que regulamentam o esporte e a suas novas configurações.

Uma nova categoria surgiu frente a tais mudanças, tornando-se essencial para as articulações deste mercado: os agentes de futebol. Também chamados de empresários, os agentes ocuparam uma lacuna surgida dessas mudanças e passaram a exercer papel fundamental na carreira de seus clientes e dos próprios clubes que empregam os atletas. A FIFA, inclusive, teve que regulamentar a profissão, criando os agentes FIFA, aqueles profissionais oficializados e credenciados a abrirem portas nos clubes para que seus clientes pensem apenas em jogar futebol. Procuram elementos que agreguem valor aos atletas na incessante busca por transferências a clubes maiores, mais ricos e mais vencedores, o que implica em lucro.

A troca de informações e o contato entre agentes, jogadores e dirigentes mostraram-se fundamentais como exigências nesse mercado, o que não poderia deixar de ser diferente. A mobilização de disposições técnicas, políticas e econômicas constroem e mantêm essa rede, o que faz deste um esporte do “relacionamento”, da comunicação, da troca, da circulação e do movimento.

O acompanhamento do mercado do futebol e suas constantes volatilidades se deu através da mídia especializada e sua cobertura incessante, especialmente no que diz respeito aos grandes clubes do futebol brasileiro e mundial. Isso também foi possível graças às entrevistas com os atores – jogadores, dirigentes e agentes – e na pesquisa de campo, quando tive contato direto e diário com colegas da imprensa esportiva especializada, desde no pequenino São Carlos aos grandes São Paulo e Palmeiras, onde, nestes últimos, os principais veículos do país circundam diariamente, ávidos por informação. A pesquisa bibliográfica no campo científico que podemos denominar antropologia social do esporte também nos serviu de guia neste trabalho, bem como uma literatura que trata de conceitos como consumo, circulação, dinheiro, troca, dom e modernidade, entre outros.

Para além das capacidades técnica e física, vimos também que é necessário preencher uma série de pré-requisitos elencados pelo mercado para tornar-se um “pé de obra” qualificado. Foram vários os fatores apontados que não necessariamente se ligam diretamente ao ato de jogar futebol em si. Essas premissas, aqui denominadas de fatores extracampo, muitas vezes aparecem como fundamentais para que haja circulação e valorização do dom futebolístico.

A relação entre os atletas e os torcedores é regulada pelos laços carismáticos que se formam entre ambos sob a óptica do clubismo. Aqui, o jogador é “autorizado” ou “impedido” de ir e vir pela sua biografia, sendo que, muitas vezes, mesmo à revelia de

seu talento, suas saídas ou chegadas em um clube são impedidas de ocorrer simplesmente pela existência de uma aura mística que o circunda e o liga à outra agremiação esportiva, independentemente se a multa rescisória será paga ou se seu dom o credencia ao sucesso na nova equipe.

Nos clubes, a busca por títulos, reconhecimento, premiações e patrocínios, bem como a pressão de suas torcidas por tudo isso, faz com que estas entidades vivam. E elas vivem na medida em que se interrelacionam durante todo o ano, já que o mercado do futebol não para, fazendo jogar, comprar, vender e circular. Ao alimentarem este processo, colocam em movimento suas mercadorias principais, “seus” jogadores, detentores de dons futebolísticos valiosos que, quando competentes, geram ainda mais valor em dinheiro, alimentando outras redes de processos simbólicos.

Especificamente, a etnografia nos proporcionou a oportunidade de acompanhar o cotidiano dos clubes de futebol e fez clarear pontos importantes da análise na medida em que observamos, *in loco*, as relações que são estabelecidas no dia a dia entre as peças desta engrenagem social. Essa tarefa permitiu apreendermos coisas que não conseguimos enxergar apenas pelas reproduções da mídia especializada. A notória diferença do que acontece num clube pequeno, como o São Carlos, e num clube grande, como São Paulo ou Palmeiras, fez surgir comparações entre esses dois compactos universos e concluir que os jogadores circulam e são valorizados no mercado por uma série de fatores que até se repetem, embora sua intensidade seja bastante variável de acordo com o tamanho destes universos. E esses fatores, claramente, são relevantes: podem ser milhões de pessoas interagindo, de algum modo, numa rede que envolve uma gama de indivíduos diferentes entre si, mas semelhantes por estarem inseridos no mercado do futebol das mais variadas maneiras.

## **Referências Bibliográficas**

AIDAR, A.C.K., LEONCINI, M.P., OLIVEIRA, J.J (Organizadores). **A nova gestão do futebol**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2002.

ALABARCES, P. (Compilador). **Peligro de gol: estudos sobre deporte y sociedad em America Latina**. Grupo de Trabalho: Deporte y Sociedad – Clacso (Consejo latinoamericano de Ciências Sociais), Buenos Aires, 2000.

APPADURAI, A. (Organizador). **A Vida Social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008.

ARAÚJO, R. B. **Os gênios da pelota: um estudo do futebol como profissão**. Dissertação de Mestrado, PPGAS-Museu Nacional, 1980.

BECKER, H. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993.

BEVILAQUA, C. **O Consumidor e seus direitos: um estudo de conflitos no mercado de consumo**. São Paulo: Humanitas, 2008.

BOAS, F. **Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BOURDIEU, P. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

\_\_\_\_\_ **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2006.

\_\_\_\_\_ **Marginalia. Algumas notas adicionais sobre o dom**. Rio de Janeiro, Mana, Vol.2, N.2, 1996.

CARRIER, J. **Reconciling commodities and personal relations in industrial society**. J. Stor, Theory and Society, Vol. 19, N. 5, 1990, pp. 579-598.

\_\_\_\_\_ **Occidentalism: the world turned upside-down**. American Ethnologist, Vol. 19, N. 2, 1992, pp. 195-212.

COELHO, P. V. **Bola fora: a história do êxodo do futebol brasileiro**. São Paulo: Panda Books, 2009.

DA MATTA & ALLII. **Universo do futebol**. Rio Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAMO, A. **Do Dom à Profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França**. São Paulo: Editora Hucitec, 2007.

DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. **O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consume**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DUMONT, L. **O Individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna**. Rio de Janeiro: Rocco, 1983.

DURAND, J.C. **Arte, Privilégio e Distinção**. São Paulo: Editora Perspectiva/Editora da USP, 1989.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

ELIAS, N. & DUNNING, E. **A busca da excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

FAUSTO, C. **Donos demais: maestria e domínio na Amazônia**. Rio de Janeiro: Revista Mana, v.14, n.2, 2008.

FAVRET-SAADA, J. **Ser Afetado**. In: Cadernos de Campo n.13, pp, 155-161.

FIRTH, R. **Economics of the New Zeland Maori**. Wellington: RE Owen, 1959, pp. 393-432.

\_\_\_\_\_ **Primitive Polynesian Economy**. J.Stor, American Anthropologist, New Series, Vol. 42, N. 3, 1940, Chapters IX-X.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1986.

FRANCISCHINI, S. **Campeonato Brasileiro de Futebol e a *esportificação* do futebol profissional (1971-1979)**. São Carlos, Dissertação de Mestrado, PPGCSO-UFSCar, 2005.

GALEANO, E. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L& PM, 2004.

GODELIER, M. **O Enigma do Dom**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GUEDES, S. **O futebol brasileiro. Instituição Zero**. Rio de Janeiro, Dissertação de Mestrado, PPGAS-Museu Nacional, 1977.

HOBBSBAWM, E. **A Era do Capital (1848-1875)**. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

JACOBS, C.S. & DUARTE, F. **Futebol Exportação**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

LANNA, M. **A Dívida Divina: troca e patronagem no nordeste brasileiro**. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

\_\_\_\_\_ **Nota sobre Marcel Mauss e o Ensaio sobre a Dádiva**. Versão de artigo publicado em Revista de Sociologia e Política – UFPR, 2000.

LATOUR, B. **Reassembling the Social: an introduction to actor-network-theory**. New York: Oxford University Press, 2005.

LATOUR, B., WOOLGAR, S. **A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

LEITÃO, D.K.; LIMA, D.N.; MACHADO, R.P. (Organizadores). **Antropologia e Consumo: diálogos entre Brasil e Argentina**. Porto Alegre: Editora AEG, 2006.

LÉVI-STRAUSS, C. **Introdução à obra de Marcel Mauss.**” In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naif, 2003.

\_\_\_\_\_ **O pensamento selvagem.** Campinas, SP: Papyrus Editora, 2002.

MAGNANI, J.G. **Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole.** In: MAGNANI, José Guilherme C. & TORRES, Lilian de Lucca. (orgs.). Na Metrópole textos de antropologia urbana, 2000.

MARCUS, G. **Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final no século XX ao nível mundial.** Revista de Antropologia USP, v.34, 1991.

MARX, K. **O Capital.** Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1975.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas.** In: Sociologia e Antropologia (vol. II). São Paulo: Cosac Naify, 2003.

PALMIERI, J.C.J. **Futebol e basquete *Made in Brazil*: uma análise antropológica do fluxo de jogadores para o exterior.** In: Luiz Henrique de Toledo & Carlos Eduardo Costa (orgs). Visão de jogo: antropologia das práticas esportivas. São Paulo: Terceiro Nome/FAPESP, 2009.

PANOFF, M. **Marcel Mauss's "The Gift" Revisited.** Man, New Series, Vol. 5, N. 1, 1970, pp. 60-70.

PARRY, J., BLOCH, M (Editors). **Money and the morality of exchange.** Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

PEDERSEN, D. **Brief event: the value of getting to value in the era of 'globalization'.** University of California, San Diego, Sage Publications, 2008, pp. 57-77.

PIMENTA, C.A.M. **O processo de formação do jogador de futebol no Brasil: sonhos, ilusões, frustrações e violências.** São Paulo, 2001.

POLANYI, K. **A Grande Transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2000.

PRONI, M. W. Reflexões sobre o futebol empresa no Brasil. In: Márcia Regina Costa. (Org.). **Futebol: espetáculo do século**. São Paulo: Musa Editora, 1999, pp. 41-60.

REZENDE, A.J. **Estudo sobre as decisões identificadas na gestão de contratos de jogadores de futebol: o caso do Clube Atlético Paranaense**. Dissertação de Mestrado, FEA-USP, 2004.

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

SANTOS, C. J. **Futebol se aprende na escola: novas práticas de sociabilidade esportiva no contexto urbano**. Dissertação de Mestrado apresentada ao PPGCSO-UFSCar, 2007.

STYCER, M. **História do Lance!: Projeto e prática do jornalismo esportivo**. São Paulo: Alameda, 2009.

TOLEDO, L. H. **Lógicas no futebol**. São Paulo: Hucitec/ Fapesp, 2002.

\_\_\_\_\_ TOLEDO e COSTA (orgs). **Visão de Jogo: antropologia das práticas esportivas**. São Paulo: Terceiro Nome/FAPESP, 2009.

TURNER, T. **Marxian value theory: an anthropological perspective**. Cornell University, Sage Publications, 2008, pp. 43-56.

WAIZBORT, L. **As aventuras de Georg Simmel**. São Paulo: Editora 34, 2000.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994 (1972).

\_\_\_\_\_ **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1963 (1946).

## Anexos

### Os jogadores mais caros da história

A lista abaixo inclui os 50 jogadores que custaram 20 milhões de dólares ou mais. As cifras de Cristiano Ronaldo, Zidane e Kaká estão em euros. A partir de Figo, os valores estão em milhões de dólares:

Cristiano Ronaldo (Manchester United – Real Madrid) – 94 milhões de euros - 2009  
Zidane (Juventus – Real Madrid) – 71 milhões de euros - 2001  
Kaká (Milan – Real Madrid) – 65 milhões de euros - 2009  
Figo (Barcelona - Real Madrid) - 57,7 milhões - 2000  
Crespo (Parma - Lazio) - 54,5 milhões – 2000  
Rooney (Everton – Manchester United) – 48 milhões - 2004  
Shevchenko (Milan – Chelsea) – 48 milhões - 2006  
Rio Ferdinand (Leeds United – Manchester United) – 47 milhões – 2002  
Ronaldo (Internazionale – Real Madrid) – 45 milhões – 2002  
Nesta (Lazio – Milan) – 45 milhões – 2002  
Tevez (Corinthians – Manchester United) – 45 milhões – 2008 (compra integral)  
Vieri - (Lazio - Internazionale) - 43 milhões - 1999  
Crespo (Lazio – Internazionale) – 42 milhões - 2003  
Buffon (Parma – Juventus) – 42,9 milhões – 2001  
Beckham – (Manchester United – Real Madrid) – 41,3 milhões - 2003  
Mendieta (Valencia – Lazio) – 41 milhões – 2003  
Robinho (Real Madrid - Manchester City) - 40 milhões de euros - 2008  
Verón (Lazio – Manchester United) – 39,5 milhões – 2001  
Ibrahimovic (Juventus – Internazionale) – 39 milhões - 2006  
Batistuta (Fiorentina - Roma) - 37 milhões - 2000  
Wright-Phillips (Manchester City – Chelsea) – 36,8 milhões - 2005  
Anelka (Arsenal - Real Madrid) - 35 milhões - 1999  
Overmars (Arsenal – Barcelona) – 35,5 milhões – 2000  
Daniel Alves (Sevilla – Barcelona) – 32 milhões - 2007  
Denílson - (São Paulo - Betis) 32 milhões - 1998  
Gilardino (Parma – Milan) – 32 milhões – 2005  
Sergio Ramos (Sevilla – Real Madrid) – 32 milhões - 2005  
Thuram (Parma – Juventus) – 35,4 milhões - 2001  
Nedved (Lazio – Juventus) – 35,2 milhões - 2001  
Carrick – Tottenham – Manchester United – 34,7 milhões - 2007  
Henry – Arsenal – Barcelona – 32 milhões de dólares - 2007  
Ronaldinho Gaúcho (PSG – Barcelona) – 31 milhões – 2003  
Robinho (Santos – Real Madrid) – 30 milhões - 2005  
Anelka - (Real Madrid - Paris Saint-Germain) 30 milhões - 2000  
Amoroso - (Udinese - Parma) 30 milhões - 1999  
Owen – (Real Madrid – Newcastle) – 30 milhões – 2005  
Diarra – (Lyon – Real Madrid) – 26 milhões de euros - 2006  
Júlio Baptista (Sevilla – Real Madrid) – 25 milhões de dólares - 2005

Samuel (Roma – Real Madrid) – 25 milhões – 2004  
Ânderson (Porto - Manchester United) - 25 milhões de euros - 2007  
Eto'o (Mallorca – Barcelona) – 24 milhões - 2004  
Ronaldo (Barcelona - Internazionale) - 24 milhões - 1997  
Rivaldo (La Coruña - Barcelona) 29,5 milhões - 1997  
Verón (Parma - Lazio) 29,5 milhões - 1999 –  
Obi Mikel (Lyn – Chelsea) – 29 milhões - 2006  
Vieri (Atlético de Madrid - Lazio) - 26 milhões - 1998 - 32 milhões  
Seedorf (Real Madrid - Internazionale) - 25 milhões - 1999  
Montella - (Sampdoria - Roma) - 25 milhões - 1999  
Samuel (Roma – Real Madrid) – 25 milhões – 2003  
Anelka (Bolton – Chelsea) – 25 milhões – 2008  
Lentini (Torino - Milan) - 25 milhões - 1992  
Shevchenko - (Dínamo Kiev - Milan) - 22,5 milhões – 1999  
Ronaldinho Gaúcho – (Barcelona – Milan) – 22,5 milhões - 2008  
Carrick – (Tottenham – Manchester United) – 22 milhões - 2006  
Lucas - (Atlético-PR - Rennes) - 21 milhões – 2000  
Roberto Baggio (Fiorentina - Juventus - 20 milhões - 1990  
Vieira (Arsenal – Juventus) – 20 milhões - 2005  
Woodgate (Newcastle – Real Madrid) – 20 milhões - 2004  
Gerard - (Valencia - Barcelona) - 20 milhões – 2000  
Makaay (La Coruña – Bayern) – 20 milhões - 2003  
Dalmat - (Olympique de Marselha - PSG) - 20 milhões - 2000  
Luccin - (Olympique de Marselha - PSG) - 20 milhões - 2000  
Ânderson - (Barcelona - Lyon) - 20 milhões - 1999