

Pequenas empresas, grandes negócios: os anônimos do futebol profissional brasileiro

Marina de Mattos Dantas*

O presente artigo constitui-se a partir de elaborações iniciais sobre a pesquisa em andamento que o intitula, através da qual se pretende cartografar práticas do futebol contemporâneo que modelam e modulam os modos de vida dos jogadores de futebol profissionais anônimos, buscando compreender por onde estes circulam após a saída das categorias de base; as capturas, potencialidades e eventuais resistências que os mantêm na profissão e os efeitos sociais que são produzidos a partir dessa realidade.

Compondo com pesquisas anteriores (DANTAS, 2008 e DANTAS, 2011), realizo um estudo acerca da realidade do jogador de futebol profissional que não foi expelido pela lógica neoliberal de sua profissão, mas que também não se encontram nas grandes “vitrines” do futebol nacional e internacional como, principalmente, a primeira divisão do Campeonato Brasileiro, a Copa Libertadores da América, as principais ligas do futebol europeu e a Copa do Mundo. São aqueles considerados pelos clubes e empresários como “produtos de segunda linha”, porém necessários para manter o funcionamento das competições da máquina futebolística que atrai investidores e consumidores.

Na passagem das categorias de base para a categoria profissional, para onde vão aqueles que não abandonam a carreira de jogador, mas permanecem circulando quase anonimamente pelo mercado futebolístico? Quais capturas, potencialidades e eventuais resistências os mantêm na profissão? Trata-se de um mesmo futebol? Quais as especificidades presentes nessas práticas que as tornam diferentes, ainda que integrantes do futebol entendido como atividade econômica? Sob a denominação de infames, fracassados, anônimos, dentre outras, esses inominados habitam uma gama de possibilidades de ser jogador e de se produzir futebol, quase esquecidas diante do espetáculo, porém que o compõem, correspondendo à maioria quantitativa dos atletas profissionais e a uma minoria política do futebol brasileiro. Junto a “Reis”, “Imperadores”, “*Sheiks*”, “Gladiadores”, e “Ronaldos”, os anônimos estão envolvidos

* Psicóloga, doutoranda em Ciências Sociais (PUC-SP) e Integrante do GEFuT

em uma mesma razão de governo que os envolve, independente da posição que ocupam no mercado futebolístico.

Às vésperas de sediar a Copa do Mundo de 2014, a relevância principal da temática encontra-se na possibilidade de fomentar as discussões sobre as produções subjetivas do futebol de espetáculo e dos efeitos disciplinares e de controles regulamentadores de sua prática nos modos de ser jogador e de se praticar futebol no Brasil. Soma-se a isso, a escassez de estudos expressivos nas áreas das Ciências Humanas e Sociais que focalizam o cotidiano do jogador profissional nessas relações.

Ferramentas de análise e caminhos da pesquisa

No intuito de se investigar um processo em produção, especificamente o processo de produção de subjetividades no futebol profissional contemporâneo, as escolhas metodológicas norteiam-se pela *cartografia* como um modo de operar frente a questão de pesquisa proposta e pela *genealogia*, na perspectiva da análise de um campo de relações que produzem efeitos de poder.

Compondo com os estudos de Michel Foucault sobre o governo dos vivos, junto aos escritos de Gilles Deleuze e Félix Guattari sobre a produção de subjetividades, e também com os estudos acerca do futebol na área das ciências humanas e sociais como os de Arlei Damo (2007), José Paulo Florenzano (1998), Marcelo Proni (2000) e outros, busca-se entender as produções de saber, poder, verdades e governamentalidade no futebol profissional; os efeitos disciplinares e regulamentadores na produção de modos de vida dos jogadores de futebol profissionais anônimos; por onde estes circulam após a saída das categorias de base; as capturas, potencialidades e resistências que os mantêm na profissão e os efeitos sociais que são produzidos a partir dessa realidade, como fora indicado anteriormente.

Para além de uma metodologia e na recusa deste termo em seu sentido utilitarista¹, a cartografia como pensada por Deleuze e Guattari (1995) se constitui como um estudo de fluxos onde não se pretende categorizar ou homogeneizar práticas ou formas de ser, e sim atentar para as tensões presentes no campo indicado e sua diversidade que produzem formas de governar a si e os outros. “Para o cartógrafo o importante é a localização de pistas, de signos de processualidade. Rastrear é também acompanhar mudanças de posição, de velocidade, de aceleração, de ritmo”. (KASTRUP, 2009: 18), acompanhando um processo e não representando um objeto.

Nesse sentido, o pesquisador não se depara com um objeto sobre o qual coletará dados, mas com um campo de forças ao qual estará atento.

Cartografar é conduzir-se de maneira rizomática pelos caminhos da pesquisa, não buscando uma linearidade, um início que leva a um fim, “mas sempre um meio pelo qual ele (o rizoma) começa e transborda”, (DELEUZE; GUATTARI, 1995:32) em busca das subjetividades em produção e de seus efeitos de poder. Enfatiza-se que, como nos alerta Félix Guattari, subjetividade não corresponde a uma instancia individual existente em cada indivíduo: “A produção de subjetividade constitui matéria-prima de toda e qualquer produção” (GUATTARI; ROLNIK, 2007:36).

É por apontar para uma tecnologia de poder que cartografia e genealogia podem estabelecer conexões. Na perspectiva genealógica de Michel Foucault, a busca da origem na concepção cronológica desta, de um passado que precede a um presente e a um futuro de maneira linear, dá lugar à emergência de efeitos de poder, do momento de entrada das forças em cena, propiciando a desnaturalização da história (FOUCAULT, 2012).

A pesquisa trata de um processo no qual as “meticulosidades” e os “acazos do começo” merecem especial atenção a fim de se perceber as funções da relação entre linguagem e mundo, que estão por trás de sua aparência de naturalidade (FOUCAULT, 2012). O autor nos diz também da importância em estar atento mais às diferenças que se apresentam em campo do que as regularidades:

O importante, portanto, não são as regularidades institucionais, mas muito mais as disposições de poder, as redes, as correntes, as intermediações, os pontos de apoio, as diferenças de potencial que caracterizam uma forma de poder e que, creio, são precisamente constitutivos ao mesmo tempo do indivíduo e da coletividade. (FOUCAULT, 2006b:20)

Permite observar não somente as instituições em suas formas aparentes, mas também as descontinuidades produzidas nessas relações em que “a cada instante se vai da rebelião à dominação, da dominação à rebelião” (FOUCAULT, 2006a: 232) produzindo resistências e capturas.

Assim, em consonância com a análise genealógica, a cartografia pode tornar-se um percurso interessante, pois ambas enfatizam a processualidade dos acontecimentos e o jogo de forças envolvido neles, negando um ponto único de origem, a essência naturalizadora das instituições e dos indivíduos, e uma linearidade nesse processo, fazendo emergir a diferença na história. É importante ressaltar que o poder para

Foucault não se resume ao instituído, a uma força exercida somente de maneira hierárquica, mas principalmente à sua circulação microfísica na qual efeitos de verdade também são produzidos.

A racionalização do futebol profissional e o jogador atual como um de seus efeitos...

Em março de 1950, o Bangu comprara Zizinho ao Flamengo por 600 mil cruzeiros, equivalentes na época a 33 mil dólares. Hoje parece pouco, mas fora a maior transação do futebol brasileiro até então. E não era pouco. Com aquele dinheiro, comprava-se um apartamento de dois salões e cinco quartos no Rio, com varanda debruçada sobre o oceano Atlântico. Em junho de 1953, para ter Garrincha, o Botafogo pagou ao Serrano de Petrópolis, dono do seu passe, quinhentos cruzeiros, equivalentes na época a 27 dólares. Você leu 27. Foi a menor transação do futebol mundial em todos os tempos para um jogador da sua categoria. E não parecia pouco - era pouco. Com esse dinheiro, comprava-se, quando muito, uma bicicleta.

Ruy Castro (1995)

O futebol é um acontecimento social difuso, onde diversas formas de praticar e torcer coexistem. Dentre as diversas faces que pode assumir, o futebol brasileiro masculino profissional é a versão incontestada do esporte contemporâneo que tem como característica principal o seu desenvolvimento enquanto atividade econômica.

É a matriz espetacularizada do futebol que compreende a modalidade organizada em nível mundial pela FIFA (Fédération Internationale de Football Association), que promove os campeonatos, dita as normas de relação entre os clubes e gerencia o mercado de “pés-de-obra”² (DAMO, 2007), tendo como organização brasileira correspondente a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), responsável por organizar a prática profissional desse esporte no Brasil.

O espetáculo futebolístico promovido por essas entidades com o auxílio das empresas investidoras e das mídias especializadas, é o principal produto do futebol profissional, que compõe e é composto por uma série de outros elementos dessa prática. Nessa relação, o jogador de futebol habita diversos territórios existenciais onde é, dentre outros: força de trabalho especializada, na medida em que é produtor direto do espetáculo futebolístico; peça, pois é modelado para funcionar de uma forma específica dentro de campo; e também produto e mercadoria, na medida em que é modulado para ser comercializado entre os clubes.

Esses componentes estão imbricados na formação e produção do atleta nos CTs de categorias de base, local privilegiado do aprendizado das técnicas, táticas e condutas do jovem futebolista profissional onde o processo de produção de “pés-de-obra” também produz, dentre outras, as subjetividades acima destacadas, transformando gradualmente o menino jogador em atleta profissional.

Porém, o jogador nem sempre foi profissional, peça, nem produto e nem mercadoria. Na história do futebol brasileiro, uma série de práticas instituem o jogador como profissional, como jogador-peça, como jogador-produto/mercadoria, e como jogador-empresa³. Esse último, empreendedor de si, é mais do que produto, empresário de si mesmo. No caso específico do jogador de futebol, o *homo oeconomicus* neoliberal descrito por Michel Foucault (2008), encontra no jogador-celebridade a referência do ápice de seu sucesso na prática de empreender-se. E nesse mesmo mercado de “pés-de-obra”, o jogador anônimo ocupa o lugar de um suposto fracasso e simultaneamente de um possível sucesso relativo e delimitado de seu empreendimento, que igualmente movimenta esse mercado.

Existiu um processo de racionalização da produção do espetáculo futebolístico que teve como efeito a transformação de práticas que atualmente nos permite enxergar esses efeitos de verdade ou de poder no atleta.

Há efeitos de verdade que uma sociedade como a sociedade ocidental, e hoje se pode dizer a sociedade mundial, produz a cada instante. Produz-se verdade. Essas produções de verdades não podem ser dissociadas do poder e dos mecanismos de poder, ao mesmo tempo porque esses mecanismos de poder tornam possíveis, induzem essas produções de verdades, e porque essas produções de verdade têm, elas próprias, efeitos de poder que nos unem, nos atam (FOUCAULT, 2006b: 229).

A seguir, especifica-se brevemente o processo de formação do mercado de “pés-de-obra” e os processos de subjetivação que o compõem essas formas de se pensar/produzir o jogador profissional da atualidade.

O jogador-peça

A profissão de jogador de futebol oficializa-se em 1933, impulsionando gradualmente a profissionalização de outros envolvidos na prática desse esporte, em um processo no qual se começava a entendê-lo, assim como a seus praticantes, como objetos de uma especialização.

Durante o período de 1950 a 1970, o futebol e o discurso científico aproximam-se e “o corpo do jogador passa a ser objeto de um novo investimento político” (FLORENZANO, 1998:33). O corpo-atleta passa a ser foco do empreendimento de vários profissionais encarregados de “mudar o brasileiro por dentro e por fora”⁴. A objetivação do futebol tinha como principal meio a construção de uma equipe-máquina, para qual se exigia, para o pleno funcionamento, o jogador-peça, também objetivado (FLORENZANO, 1998). Com o trabalho dos especialistas na formação do atleta, o jogador brasileiro já não “nascia feito”, como se costumava dizer. Teria que ser cuidadosamente treinado, nutrido e exercitado para se extrair o máximo de sua eficiência esportiva.

Nesse processo, o técnico, o preparador físico e os outros especialistas do esporte assumiram papel fundamental na correção de “vícios”⁵ do aprendizado na várzea. O técnico, ao longo desse processo, passa a especializar-se, frequentando a universidade e congressos onde se discutem estratégias de preparação dos atletas, relacionadas ao modelo de formação importado da Europa (BELTRÃO, 1974).

É naquele momento que práticas disciplinares (FOUCAULT, 2006c) aparecem com maior intensidade no futebol brasileiro operando uma separação entre o lúdico e a técnica no futebol. Com a depreciação do futebol aprendido na experiência das ruas e da várzea, privilegiava-se um aprendizado formal do futebol em detrimento do aprendido de forma espontânea, processo que ganha destaque entre meados dos anos de 1960 e 1970, quando essa prática especializada de formação de profissionais começava a se fazer necessária à produção de novos jogadores. Assim, as categorias de base dos clubes tornam-se concomitantemente escolas de formação e fábricas de produção do atleta. Ou seja, os clubes ao mesmo tempo em que educavam e preparavam seus trabalhadores forjavam no corpo dos próprios trabalhadores as peças do seu jogo.

Apesar da instrumentalização crescente do corpo do jogador durante os anos 1960 e 1970, a sua utilização como produto de valor mercadológico ainda não predominava no futebol brasileiro. A ligação moral e de pertencimento ao clube – característica que remetia às primeiras décadas do século XX, quando preponderava o amadorismo – ainda predominavam (PRONI, 2000). Naquele tempo o futebol já se configurava como um espetáculo, mas não ainda como uma atividade econômica. “Trocar de camisa” não era uma simples escolha mercadológica. Sendo assim, o jogador apesar de ser posicionado como um patrimônio do clube, não se caracterizava

exatamente como uma mercadoria. Contudo, o futebol transitava para uma atividade duplamente de alto rendimento: nas práticas de seus atletas dentro de campo e na arrecadação dos clubes, à medida que o número de craques, de campeonatos, torcedores aumentavam e também, conseqüentemente, o lucro com as bilheterias.

O jogador-produto e o mercado de “pés-de-obra”

Nos dias de hoje, embora haja uma separação disciplinar entre *formação* e *atuação profissional* no campo futebolístico, essa não se dá de forma clara como em outras profissões. Em função do Estatuto da Criança e do Adolescente (8.069/90) e da Lei Pelé (9.615/98) que demarcam juntas algumas condições especiais do atleta em idade abaixo dos 18 anos⁶, delimita-se certo distanciamento entre o futebol profissional e o das categorias de base.

Diferentemente das regulamentações jurídicas as escolinhas de futebol funcionam como sucursais de clubes, onde são aplicadas rotinas de aprendizes muito semelhantes às dos jogadores profissionais. Há, inclusive, uma tendência em transferir a equipe júnior, a última das categorias de base, para o mesmo CT no qual trabalha a equipe profissional.

Da mesma forma que não é possível separar a formação da atuação profissional, pois a *formação* e *produção* do atleta jogador de futebol são concomitantes. No ambiente futebolístico, Damo (2007) define a *formação* caracterizando-a como aprendizado de uma profissão, o ensino de competências que está ligada a suposta benevolência da parte daquele que ensina, ao passo que o termo *produção* está ligado à construção de um produto. E poucos são os espaços sociais da atualidade, como observa o mesmo autor, que “convertem, sem restrições éticas, pessoas em coisas, como no futebol” (DAMO, 2007:68).

É especificamente pelo entendimento do jogador – e da vida de modo geral – como um produto, que muitos jovens tornam-se objeto de empreendimento de suas famílias na busca do sonho de ser jogador de futebol. Mesmo antes do ingresso de um menino nas categorias de base de um clube, não é incomum os pais transferirem a responsabilidade legal por seus filhos aos agentes que desde então gerenciam a vida desse aspirante a atleta. Segundo Proni (2000) e Damo (2007), os agentes ou

empresários, como são denominados no meio futebolístico, começaram a circundar os gramados brasileiros no final dos anos 1980.

A criação dessa função no ambiente futebolístico se relaciona com o que se iniciava ainda nos anos de 1970, quando os clubes arrecadavam uma quantia considerável de dinheiro através das bilheterias dos estádios lotados. A possibilidade de transmissão para outras localidades impulsionava o uso do estádio como espaço de publicidade e também o uso de alguns jogadores na divulgação de produtos diversos em jornais e revistas (PRONI, 2000).

Nos anos 1980 começou o televisionamento direto das partidas de futebol em rede nacional. O espaço publicitário alcança a camisa dos jogadores. Estes passam a ser não somente “garotos propaganda”, mas a vestir a marca que patrocinava o campeonato ou o clube pelo qual jogavam. A competição brasileira na qual esta prática tornou-se marcante foi a Copa União, em 1987, organizada pelo então nascente Clube dos Treze⁷. Para aquele campeonato, a associação conseguiu o apoio da Coca-Cola que assinou contrato com quase todos os clubes participantes (AREIAS, 2008). Outras duas grandes empresas também investiram economicamente na competição e, a partir daquele campeonato, estaria entre os principais objetivos da liga, “entender e tratar o futebol como atividade econômica”⁸.

Não somente os clubes e os campeonatos, mas também o jogador brasileiro começava a ser, ele próprio, alvo de investimento financeiro. Foi durante esse período que as parcerias entre clubes e empresas, cada vez mais íntimas, começaram a apostar fortemente no atleta. Rapidamente, a quantidade de profissionais agregados ao gerenciamento da vida do jogador alcança tal proporção que o jogador torna-se, ele próprio, uma empresa a ser gerenciada.

Segundo Foucault (2008), um dos efeitos da racionalidade neoliberal é a “possibilidade de reinterpretar em termos econômicos e em termos estritamente econômicos, todo um campo que, até então, podia ser considerado, e era de fato considerado, não-econômico” (FOUCAULT, 2008: 302).

No ambiente futebolístico essa atualização abre espaço para o domínio dos empresários que passam a gerenciar a carreira (e as vidas) dos atletas. Vendem-lhes, em primeiro lugar, a possibilidade da realização do sonho; em segundo lugar, os convencem que são incapazes de gerir carreiras (DAMO, 2007); em terceiro lugar, quando conseguem a confiança de seus futuros clientes, oferecem uma gama de materiais e

serviços: planejamento de cada carreira de forma personalizada; assessoria jurídica; assessoria financeira; assessoria fiscal; assessoria de imprensa; assessoria de imagem, dentre vários outros.

O empresário investe no cuidado de um suposto “bem-estar” do atleta que é convertido em *capital humano*⁹ na produção de um produto de qualidade. Simultaneamente, os cuidados dos profissionais especialistas nos CTs, produzirão novos parâmetros biológicos e comportamentais universais de se ser jogador de futebol.

O jogador-empresa ou o empreendedor de si

Para aqueles que desde a infância suportam as incertezas dos recrutamentos seletivos – as peneiras – e a ameaça de ser dispensado a cada mudança de categoria, a lógica competitiva habita o sonho de ser jogador de futebol. Os jogadores que se inserem na formação profissional rapidamente entendem que a lógica do “amor a camisa” e de “jogar pelo time de coração” pouco resiste às relações empresariais de prestígio e poder, características do futebol de espetáculo, onde mais do que atleta, o jogador é uma celebridade, artista de um espetáculo vendido mundialmente através da televisão. Sua imagem vale tanto, ou mais que o seu talento futebolístico, uma vez que, nessa racionalidade, sem o valor de sua imagem, o jogador celebridade seria o que chama-se aqui de jogador anônimo.

O direito de imagem estipula um valor mensal que o clube deverá pagar ao atleta pela exploração comercial de sua imagem (9.615/98). É comum que essa quantia seja subsidiada por marcas patrocinadoras do clube ou diretamente do jogador, confundindo-se frequentemente com o salário deste último. Também não é raro, contratualmente, se atribuir um alto valor a esse direito com redução do preço do salário assinado na carteira de trabalho. Através dessa prática o clube empregador conseqüentemente diminui o valor dos encargos trabalhistas. O direito de arena, pago também pelo clube, é uma outra quantia que o jogador recebe referente à venda da transmissão televisiva dos jogos pelo clube às emissoras (9.615/98). Ao final do mês, serão essas três remunerações – o do salário, o do direito de imagem, e do direito de arena – que comporão a quantia recebida pelos atletas.

Regulado pelo próprio mercado de “pés-de-obra” e pela exposição midiática do jogador é que, no caso do jogador-celebridade, atingem-se montantes inimagináveis para qualquer outro trabalhador assalariado e que tem por referência comparativa os

tenistas, os pilotos de corridas automobilísticas, os jogadores de basquete e futebol estadunidenses. Quanto maior o prestígio de um jogador e sua exposição midiática, maior torna-se a valorização e a procura de jogadores pelas empresas que vislumbrarão aí uma boa oportunidade de investimento.

Mas, para que o jogador chegue a se tornar um grande negócio, uma série de mudanças nas regulamentações do esporte profissional foi produzida e atualizada com o mercado neoliberal. No caso do jogador de futebol, algumas mudanças com relação à Lei do Passe (6.354/76) foram fundamentais para que fosse possível pensar o atleta como um investimento econômico, principalmente no que concerne à posse de seu passe.

Segundo o artigo 11 da Lei do Passe, “entende-se por passe a importância devida por um empregador a outro, pela cessão do atleta durante a vigência do contrato ou depois de seu término”. O atleta somente teria o “passe livre” ao completar trinta e dois anos de idade e dez anos de serviço efetivo em seu último clube. Essa condição propiciava o uso mercadológico do atleta, que desde a profissionalização do esporte, sempre esteve presente no futebol profissional intensificada desde os anos 1980 com o aumento das transações internacionais entre os clubes.

A Lei Zico (8.672/93), projetada em um contexto de redefinição da intervenção estatal no âmbito esportivo, foi concebida como uma primeira tentativa de se atualizar as regulamentações do esporte brasileiro através de alterações na Lei do Passe, a saber: a extinção do passe, a profissionalização da gerência dos clubes e a promoção de alterações no sistema eleitoral da CBF. Naquela época, pouco mudou com relação às expectativas de uma gestão empresarial do futebol e a Lei Zico foi aprovada com muitas ressalvas, pois ainda que algumas mudanças em prol da comercialização do espetáculo tenham sido aceitas, muito do pensamento paternalista historicamente construído ainda persistia, e ainda hoje persiste, no futebol brasileiro¹⁰. O próprio projeto de se revogar a lei anterior não foi consolidado, continuando a ser o passe do jogador uma propriedade do clube empregador.

Quatro anos mais tarde, as discussões em torno do passe e do modelo empresarial de gestão do futebol retornam ao Congresso Nacional com o projeto da Lei Pelé (9.615/98). Dessa vez, o fim do passe foi decretado, bem como a obrigatoriedade de as agremiações se transformarem em clubes-empresa. O jogador de futebol passou

então, ao menos hipoteticamente, a controlar totalmente a venda da sua força de trabalho.

Entretanto, com o futebol, agora, funcionando em consonância com a flexibilidade das relações do mercado neoliberal, a maioria dos jogadores delega tal exercício de poder aos empresários. Ao contrário do que faz supor uma leitura literal da lei, os jogadores continuam sendo “vendidos”. A principal mudança que se dá a partir da Lei Pelé é que está centralizado no jogador o poder de decidir por qual clube jogar, o que, por sua vez encontra-se revestido pelas práticas da racionalidade neoliberal, configurando-o como um *empreendedor de si*.

Nos dias de hoje, os clubes garantem uma porcentagem na negociação dos contratos de trabalho, continuando no controle, agora descentralizado, dividido também com os agentes e os investidores. Juntos, constroem com o jogador uma empresa de capital aberto, na qual o próprio atleta é o produto que, geralmente, recebe uma parte minoritária dos rendimentos (SPORTV, 2010). Portanto, com o fim do passe, não é exatamente o atleta que deixa de ser uma mercadoria, mas toda uma série de práticas modificaram o mercado futebolístico atualizando suas regulamentações às práticas neoliberais, que lançam o jogador nos fluxos do mercado internacional ampliado, com o qual, anteriormente, quando a troca se dava entre clubes, seu contato era restrito.

O retorno financeiro que a Lei do Passe propiciava ao clube na negociação do atleta, em tempos de Lei Pelé infla e é compartilhado agora com os empresários e investidores que são donos, não mais do jogador, mas de “partes” dele. Cada um possui uma porcentagem a ser investida e recebida na negociação de um atleta com outra entidade desportiva. Ao clube formador do atleta, no entanto, continua tendo assegurado, pela nova legislação, uma parcela na negociação do mesmo e é responsável por prover educação formal, saúde, transporte e conveniência familiar.

Essas regulamentações tentam garantir certa distinção na formação do jovem jogador, e também que ele não seja formalmente reduzido a mero produto. A importância dada a outros tipos de estudos e à qualidade desses, no entanto, não é muito perceptível por parte de alguns dirigentes, treinadores e empresários, assim como não é desejável que o atleta tenha qualquer outra preocupação senão com o seu desempenho esportivo, o que contrasta com a realidade de que, via de regra, poucos são os jogadores que seguem nessa carreira, e menos ainda os que chegam a viver financeiramente confortáveis sendo profissionais do futebol. Criados numa espécie de “monocultura”

esportiva de “pés-de-obra” exercida pelos clubes formadores, a única preocupação do jogador em formação deve ser em aprimorar sua técnica e conduta a outros aprendizados que agreguem valor em futuras negociações.

Nada é mais importante no aprendizado do futebol em categorias de base do que o desenvolvimento das técnicas e a obediência irrestrita às táticas de jogo de seus superiores. O bom jogador, nesse contexto, está docilizado para responder dentro e fora de campo ao que lhe foi pedido, mas que também seja criativo e o empreendedor de si. Segundo Foucault, “O *Homo oeconomicus* neoliberal não é mais um parceiro da troca, é um empresário de si mesmo, ele próprio é seu capital, a fonte de sua renda” (FOUCAULT, 2008:311). A emergência do *homo oeconomicus* intensifica no esporte, e em especial no futebol brasileiro a maximização e sacralização do interesse pessoal acima de tudo.

A partir dessas considerações, podemos entender dois pontos de reflexão colocados por Alain Ehrenberg (2010) para se pensar o esporte e a sociedade: a esportivização da vida e os usos extraesportivos do esporte. Apesar do autor pensar o esporte a partir de uma realidade francesa, seus questionamentos demonstram-se pertinentes também para entender esses novos rumos que o futebol brasileiro começou a seguir entre meados dos anos 1980 e 1990.

Os esportes incorporaram a lógica empresarial com tanta habilidade que se tornaram referência de seu próprio exercício para empresas e para a vida. Contudo, a fusão entre empresa e esporte não pode ser mais vista como uma metáfora de um campo para explicar o outro após à Lei Pelé instituir a profissionalização da gestão dos clubes que aconteciam naquela época.

A respeito da profissionalização da gestão, Proni (2000) anuncia três possíveis formas de organização dos clubes em empresas, a saber: a contratação de uma empresa com fins lucrativos para administrar o departamento financeiro do clube, como aconteceu nas parcerias entre Corinthians e o Banco Excel, Palmeiras e Parmalat, e de Flamengo e Grêmio com a ISL, nos anos 1990; transformando-se em sociedades civis de fins econômicos, mantendo, portanto um quadro de associados, mesmo depois de abrir seu capital, como é o caso de Manchester United, Milan e Liverpool; ou tornarem-se sociedades comerciais – os chamados “clubes de empresários” – que vêm se proliferando pelo Brasil desde meados dos anos 2000, como Audax (do grupo Pão de Açúcar) e RedBull Futebol Clube.

Alguns desses clubes atualmente surgem, ou então se associam a agências de empresariamento de atletas – Traffic, DIS/Sonda, Banco BMG – especificamente para a reprodução da “monocultura” de “pés-de-obra”. O objetivo principal desses clubes não é a competição esportiva, mas sim a compra e venda de atletas no mercado futebolístico. Joga-se futebol para um outro público que não é o torcedor, mas para a exposição de jogadores a clubes e agentes – o público consumidor do jogador-produto¹¹.

O impacto das modificações oficializadas pela Lei Pelé abriu um abismo entre os jogadores/clubes de “grande porte” e os jogadores/clubes de “pequeno porte”. Via de regra, com os primeiros tornando-se ainda mais grandiosos no ambiente esportivo e os segundos ainda mais apequenados diante das forças neoliberais operantes do mercado supostamente livre, regido pelas regulamentações que fortalecem a racionalidade neoliberal, expondo a conformação do risco competitivo neoliberal como produtor de produtividades.

Nesse sentido, o futebol, apesar de ser caracterizado como um esporte coletivo por necessitar de mais de um jogador de cada lado para acontecer, torna-se, também, um esporte cada vez mais individualizado. Cada um está em busca das suas próprias marcas de superação que agregarão um maior valor econômico à sua imagem, intimando o jogador a buscar o sucesso a partir de seu esforço como se nenhum outro atravessamento entre o desenvolvimento de suas habilidades e a consagração de sua carreira existisse. Desmobilizam-se, assim os coletivos dentro de campo – ordenados pelo poder do técnico de futebol – e aumenta-se a competição interna entre os jogadores em busca de um lugar melhor posicionado nas “vitrines” do futebol. Isto proporcionará o aumento do seu valor de imagem, colocando-o em condições de negociar, por meio de seu estafe empresarial um contrato que o remunere com quantias cada vez mais altas, capazes não somente de sustentá-lo, mas também a toda rede criada ao seu redor.

As práticas neoliberais do futebol contemporâneo criam efeitos que operam movimentos de expulsão, do futebol lúdico, do torcedor apaixonado, e do jogador resistente a essas modificações, seja por não conseguir adaptar-se a elas, por recusar-se a se “coisificar” ou por tentar transgredi-las. As práticas neoliberais do futebol também constroem o estádio-estúdio, o futebol-espetáculo, o torcedor-consumidor e o jogador-empresa. Não por isso, essa realidade da qual os jogadores anônimos estão distanciados também os afeta e produz efeitos. Porém, diferentemente do atleta-empresa, os que circulam na periferia do futebol brasileiro, segundo a racionalidade neoliberal, são

ligados ao fracasso da grande empreitada ou à conformação de um pequeno empreendedor.

Referências

AREIAS, João Henrique. *Uma bela jogada: 20 anos de marketing esportiva*. Rio de Janeiro: Outras Letras, 2007.

BRASIL. *Lei nº 6.354, de 2 de setembro de 1976*. Dispõe sobre as relações de trabalho do atleta profissional de futebol e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6354.htm >. Acesso em: mai. 2011.

BRASIL. *Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990*. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm >. Acesso em: nov. 2011.

BRASIL. *Lei nº 8.672, de 6 de julho de 1993*. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8672.htm >. Acesso em: mai. 2011.

BRASIL. *Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998*. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9615consol.htm >. Acesso em: mai. 2011.

BELTRÃO, A.P. *Visão técnica do futebol moderno*. Rio de Janeiro: Paralelo, 1974.

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

DAMO, Arlei Sander. *Do dom a profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França*. Porto Alegre: Hucitec. 2007.

DANTAS, Marina de Mattos. *Subjetividade, capitalismo e esporte: vivências e discussões sobre tornar-se jogador de futebol*. Monografia (conclusão do curso de Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Instituto de Psicologia, Belo Horizonte. 2008. 40 f.

DANTAS, Marina de Mattos. *Futebol de base e produção de subjetividade: o psicólogo do esporte e a formação do atleta contemporâneo*. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa de Pós Graduação em Psicologia Social, Rio de Janeiro. 2011. 106f.

DELEUZE, G. ; GUATTARI, F. Introdução: Rizoma. In: _____. *Mil Platôs*. Tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro: Ed.34, 1995. v. 1.

EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Organização e tradução Pedro F. Bendassolli. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2010.

FLORENZANO, José Paulo. *Afonso e Edmundo: a rebeldia no futebol brasileiro*. São Paulo: Musa, 1998.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Tradução de Roberto Machado Rio de Janeiro: Graal, 2012.

_____. A vida dos homens infames. In: FOUCAULT, Michel. *Ditos e escritos: Estratégia, Poder-saber*. Tradução de Vera Lúcia Avellar Ribeiro. v4. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006a. pp. 201-222.

_____. Poder e saber. In: FOUCAULT, Michel. *Ditos e escritos: Estratégia, Poder-saber*. Tradução de Vera Lúcia Avellar Ribeiro. v4. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006b. pp.223-240.

_____. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 2006c.

_____. *Nascimento da biopolítica*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

KASTRUP, Virgínia. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCÓSSIA, Liliana da. (orgs.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PRONI, M. W. *A metamorfose do futebol*. Campinas: Unicamp, Instituto de Economia, 2000.

RODRIGUES, Nelson. À sombra dos criouloões em flor. In: CASTRO, Ruy (Org.). *À Sombra das chuteiras imortais*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

SPORTV. *SPORTV Repórter*, 13 out. 2010. Disponível em:
< <http://sportv.globo.com/videos/v/sportv-reporter-empresarios-13112010/1375329/#/Programas/SporTV+Repórter/page/1> >. Acesso em: fev. 2011.

¹ Como fórmula universal de extrair conhecimento a partir de um determinado objeto de estudo.

² O conceito “pés-de-obra” é utilizado por Damo (2007) para dizer da mão-de-obra produzida pelos clubes formadores.

³ Cabe ressaltar que tais noções não se excluem no tempo, circulando no universo futebolístico até os dias de hoje.

⁴ Frase utilizada por Nelson Rodrigues na crônica intitulada “Originalidade Gagá” (RODRIGUES, 1994) sobre as intensificadas tentativas de se adaptar o futebol brasileiro ao estilo europeu de jogo, após a derrota da Seleção Brasileira para a Seleção Inglesa na Copa do Mundo da Inglaterra de 1966.

⁵ A categoria “vício” era utilizada pelos técnicos e preparadores físicos da época para referirem-se às técnicas, táticas e condutas dos jogadores que tornavam-se disfuncionais à nova racionalidade do futebol.

⁶ Dos 14 aos 16 anos os jogadores podem ser contratados em condição de *aprendiz* para inserir-se nas categorias de base de um clube, sem que isso atrapalhe sua formação escolar. Aos 16 anos o atleta pode assinar o seu primeiro contrato profissional, tendo o clube formador, caso queira, o direito a esse vínculo empregatício que, até os 18 anos do jogador, somente é oficializado diante da autorização de seu responsável legal. A prática do esporte antes dos 14 anos somente é permitida enquanto amadora, para fins de recreação, socialização e de desenvolvimento técnico-motor de habilidades (Lei 9.615/98).

⁷ O Clube dos Treze foi uma associação de clubes brasileiros que se uniram diante da declaração da CBF de que não realizaria o Campeonato Brasileiro naquele ano devido à falta de recursos financeiros.

⁸ Tal qual constava no site do Clube dos Treze até meados do ano de 2008 como meta da associação.

⁹ Em *Nascimento da Biopolítica*, Michel Foucault analisa o deslocamento da noção de *trabalho* como venda de uma quantidade de *tempo e força* em troca de remuneração, para a noção neoliberal do indivíduo como “sujeito econômico ativo” (FOUCAULT, 2008: 308), portador de um *capital humano* o qual deve ser gerenciado, no sentido da expansão constante de seus *potenciais* que ampliará a sua possibilidade de renda.

¹⁰ O exemplo mais expressivo dessa afirmação é o funcionamento da CBF como uma oligarquia que, afora as indicações militares para presidentes no período de 1975 a 1989, manteve Ricardo Teixeira, cunhado de João Havelange – presidente entre os anos de 1958 e 1975 da extinta CBD (Confederação Brasileira de Desportos) que originou a CBF em 1979 – como seu presidente durante vinte três anos.

¹¹ A valorização de torneios internacionais entre clubes e seleções de base organizados pela CBF/FIFA é notória a partir do final dos anos 2000. Estes não somente mantêm os jovens jogadores ativos e estimulados a competir, mas também e principalmente para a sua exposição aos clubes e agentes supracitados. No caso brasileiro, a Copa São Paulo de Futebol Júnior, a Taça BH de Futebol Júnior, o Campeonato Brasileiro sub-20 e a recém criada Copa do Brasil sub-20 são os exemplos mais expressivos.