

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS
HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA HUMANA**

PAULO MIRANDA FAVERO

p_favero@uol.com.br

**Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos
da globalização do futebol**

**São Paulo
2009**

PAULO MIRANDA FAVERO

**Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos
da globalização do futebol**

**Dissertação apresentada à Faculdade
de Filosofia, Letras e Ciências
Humanas da Universidade de São
Paulo para obtenção do título de
Mestre em Geografia Humana.**

**Orientador: Prof. Dr. André Roberto
Martin**

**São Paulo
2009**

Nome: FAVERO, Paulo Miranda

Título: Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos da globalização do futebol

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Geografia Humana.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

RESUMO

FAVERO, Paulo Miranda. **Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos da globalização do futebol.** 2009. 117 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

Nesta pesquisa, proponho analisar o futebol a partir de três pontos de vista diferentes, mas que se complementam: a globalização, a geopolítica e a mercantilização. O futebol transformou-se em uma indústria e, independentemente da habilidade dos jogadores dentro de campo, o poder econômico dita os rumos como o futebol vai se realizar como prática social e não há como fazer uma análise geográfica do futebol sem levar isso em conta. Em tempos de globalização, as mudanças ocorrem também no esporte, em todos os níveis, em todos os lugares, em escalas e proporções diferentes. A intenção deste trabalho é mostrar como ocorre a concentração do dinheiro em poucos clubes e revelar a transformação do jogador em mercadoria.

Palavras-chave: Globalização, Futebol, Geopolítica, Geografia Econômica, Sociedade do Espetáculo

ABSTRACT

FAVERO, Paulo Miranda. The field owners and the ball owners: some aspects of football globalization. 2009. 117 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

I intend to analyze the football from three different points of view, but that they complement themselves: the globalization, geopolitics and the market relations. The football was changed into an industry and, independently of the skills of the players, the economic power speaks much more high and it does not have to do a geographical analysis of football without taking this in account. With the globalization, the changes also occur in the sport, all the levels, all the places, in different scales and ratios. The intention of this research is to show how the money concentration occurs in few teams and to disclose the transformation of the player in merchandise.

Keywords: Globalization, Football, Geopolitics, Economy Geography, Society of Spetacle

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Banner com o governador do estado de Anzoátegui, na Venezuela ..	61
Ilustração 2 – Sedes da Copa América 2007, na Venezuela	62
Ilustração 3 – Pinturas na parede do estádio de Maracaíbo, palco da final da Copa América 2007	63
Ilustração 4 – Foto feita em Chiapas, no México, mostrando um zapatista dando uma bicicleta (Crédito: Maurício Costa)	112

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Crescimento das confederações regionais da Fifa após o mandato de João Havelange	23
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Montante envolvido na exportação de jogadores de futebol	73
Gráfico 2 – Preço médio da exportação de jogadores de futebol, em dólares (US\$)	93
Gráfico 3 – Quantidade de jogadores exportados ano a ano	99

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Países membros da Fifa antes e após a era João Havelange na presidência da entidade	26
Mapa 2 – Times na Série A do Campeonato Brasileiro por estado (2009)	33

Mapa 3 – Times na Série B do Campeonato Brasileiro por estado (2009)	34
Mapa 4 – Times na Série C do Campeonato Brasileiro por estado (2009)	35
Mapa 5 – Times na Série D do Campeonato Brasileiro por estado (2009)	36
Mapa 6 – Times na Copa do Brasil por estado (2009)	37
Mapa 7 – Times brasileiros por estado (2009)	38
Mapa 8 – Distribuição das associações nacionais de futebol através das Confederações Regionais da Fifa	68
Mapa 9 – Exportação de jogadores brasileiros por estado da equipe que negociou (2007)	89
Mapa 10 – Exportação de jogadores brasileiros para outros países no ano de 2007	91

LISTA DE SIGLAS

BID	Boletim Informativo Diário [da CBF]
CBF	Confederação Brasileira de Futebol
Conmebol	Confederação Sul-Americana de Futebol
Fifa	Federação Internacional de Futebol
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra
ONU	Organização das Nações Unidas
Uefa	União das Associações Europeias de Futebol

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	9
1 INTRODUÇÃO	11
2 A GLOBALIZAÇÃO DO FUTEBOL	15
2.1 O MUNDO DA BOLA	15
2.2 FUTEBOL E CAPITALISMO.....	18
2.3 A FIFA DE HAVELANGE	20
2.4 O PROJETO DA CBF	28
2.5 O CASO BOSMAN	39
2.6 O EXEMPLO DA EUROPA	44
2.7 A CONTRATAÇÃO DE CRIANÇAS.....	52
3 A GEOPOLÍTICA DO FUTEBOL.....	55
3.1 VENEZUELA E POLÍTICA INTERNA.....	59
3.2 A FIFA COMO UMA CORPORÇÃO	65
4 FUTEBOL E MERCADORIA	71
4.1 OS JOGADORES	71
4.2 A CRIAÇÃO EM CATIVEIRO	75
4.3 O TRÁFICO DE CRIANÇAS	81
4.4 A EXPORTAÇÃO DE ATLETAS.....	86
4.5 O CASO DO JOVEM M.....	94
4.6 A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO	95
5 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	102
5.1 OS NEGÓCIOS EM ALTA.....	104
5.2 MUITAS CONTRADIÇÕES.....	106
5.3 POSSIBILIDADES DE RESISTÊNCIA	108
REFERÊNCIAS.....	113

APRESENTAÇÃO

Acho que o mestrado também é – ou pelo menos deveria ser – resultado do processo de formação do estudante. Ele foi um grande aprendizado, em todos os sentidos, e agora fico feliz em ter finalizado uma etapa na minha vida, ainda mais com um trabalho que deu tanto prazer em fazer. A pesquisa saiu na hora certa, num momento de amadurecimento geográfico que fui tendo aos poucos. Aprendi a fazer mapas no computador, bati cabeça atrás de bibliografia, conversei com muitas pessoas – e sou eternamente grato por isso – e respirei futebol por alguns anos, uns de forma mais intensa que outros. Acredito que apenas dei o pontapé inicial para algo que não sei até onde vai dar.

A ideia de fazer este trabalho surgiu da paixão pelo futebol, esporte que sempre pratiquei e, mais ainda, assisti. Mas queria também tratá-lo de uma forma aprofundada. Nem o preconceito da academia sobre os estudos da bola me derrubou. Agradeço principalmente à Carol e à minha família, pais e irmãos, que sempre entenderam o significado do estudo na minha vida. Também não poderia deixar de lado os amigos do cotidiano, que sempre conversaram – e aposto que continuarão conversando – sobre meu tema. O Juninho e a Rê, Baldraia, Lea, Maíra, Ad, Felipe, Camila, Kaká, Joana, Danilo, Xavier, Alê, a Rê gaúcha, Guaratiba, Elisa, Bonito, Cubano, Guto, Chico, Marciano, Marcela, Fê, Luis, Pedrinho, Aloysio, Glauco, Carlinhos, Fino, Tarzan, Joselito, Conde, Marola, Godi, Aline, Astrogildo, Diogo e muitos outros que realmente fazem Geografia. Com certeza esqueci de outros grandes amigos. Agradeço à possibilidade de conhecê-los nos encontros da Upege, Enegs, Eregeos, ENGs, Egals etc. A todos da Floresta e do MACD.

Queria agradecer também a outras pessoas que tiveram um papel fundamental nesta pesquisa. Os professores Gilmar Mascarenhas de Jesus, Flávio de Campos, Hilário Franco Júnior, Ruy Moreira, William Rosa Alves, Ariovaldo Umbelino de Oliveira, Amélia Luisa Damiani, Paulo Roberto Teixeira de Godoy, Sonia Maria Vanzella Castellar, Alfredo Pereira de Queiroz Filho e Odette Carvalho de Lima Seabra. Mesmo sem saber, eles ajudaram bastante. Sou grato também aos amigos do GIEF, especialmente Serginho, Enrico, Marco e Diana, mas também a todos os outros que pesquisam o futebol nas diversas áreas do conhecimento. Ao site Ludopédio, que está transformando sonhos em realidade. Ao pessoal do Lance!, Gazeta Esportiva, Jornal da Tarde, Fatto Stampa.

Não poderia deixar de agradecer também ao meu orientador, o André Martin. Sua calma e confiança no meu trabalho me ajudaram a seguir em frente. Graças a ele, a pesquisa saiu. Não que esteja pronta e acabada, muito pelo contrário, pois é um projeto de uma vida. Eu poderia até ficar lamentando tudo o que deixei de ler, o tempo que perdi fazendo outras coisas – era para ser dedicação exclusiva –, mas acho que isso ocorre com qualquer um na pós-graduação. E não dá para abandonar o mundo, deixar de lado a militância, virar de costas para os problemas.

E, finalmente, gostaria de agradecer à enorme torcida e a muitos outros que deixei por algum motivo de lembrar. A qualquer um que tenha conversado comigo sobre futebol, meu muito obrigado. Muitas vezes, é a torcida que faz o espetáculo, com suas coreografias e músicas. E essa resistência é importante para frear a ânsia do capital, que transforma os torcedores em consumidores. Pelo menos neste momento, os torcedores sempre serão os protagonistas.

1 INTRODUÇÃO

Nesta pesquisa, proponho analisar o futebol a partir de três pontos de vista diferentes, mas que se complementam: a globalização, a geopolítica e a mercantilização. Em cada um desses pontos de vista tento defender uma pequena tese, que esboço aqui rapidamente.

Foi curioso como, no desenvolvimento da pesquisa, à medida que me aprofundava nos estudos, a literatura política ia dividindo espaço com as discussões econômicas. Não era preciso apenas conceituar geopolítica: era necessário abordar as questões sobre corporação multinacional, mercadoria, teoria do espetáculo, entre outras. O futebol transformou-se em uma indústria e, independentemente da habilidade dos jogadores dentro de campo, o poder econômico dita os rumos como o futebol vai se realizar como prática social, e não há como fazer uma análise do futebol sem levar isso em conta.

No próximo capítulo, partiremos da discussão de globalização e sua relação com o futebol. Ao mesmo tempo em que as distâncias diminuem, o tempo se contrai e as culturas hegemônicas são disseminadas por todos os lugares, e o futebol também sofre grande influência da globalização, que pode ser entendida da seguinte maneira:

La mondialisation, ou globalisation, est définie comme la mise en relation des différentes parties du monde grâce à la modification des notions de temps et d'espace. Les moyens modernes de communication ont supprimé les distances, qu'il s'agisse de se déplacer ou de communiquer. Ils permettent l'échange généralisé entre les différentes parties de la planète. Ils permettent l'ouverture des frontières et des marches.¹ (BONIFACE, 2002, p. 11)

¹ A mundialização, ou globalização, é definida como o estabelecimento de relações entre diferentes partes do mundo graças à modificação das noções de tempo e espaço. Os modernos meios de

Mas isso pode ser o início de uma falência do esporte enquanto sociabilidade. Na busca por jogadores dos países periféricos, os países centrais não se dão conta de que esse processo faz com que os atletas locais percam o interesse em jogar bola, por conta da “concorrência desleal” de latinos e africanos. Outro aspecto é que os torcedores dos países periféricos terão de conviver com a ausência de grandes craques locais, pois cada vez mais cedo esses atletas são exportados.

Assim, a globalização contribui para a transformação de aspectos que fizeram o futebol se espacializar pelo mundo inteiro. Ela diminui o interesse em clubes locais, há uma perda da sociabilidade no torcer e jogar e uma perda de identidade, entre muitos outros aspectos que iremos trabalhar no decorrer da pesquisa. Também faremos uma relação da globalização com a indústria do espetáculo, que concentra o dinheiro, esmaga equipes pequenas e faz com que os bons jogadores migrem de um clube para o outro, mesmo que não tenham nenhuma identificação com o time de destino. Outro ponto que pretendemos discutir é como a globalização afeta as escolas nacionais de futebol e o estilo de jogo dos clubes e países.

No terceiro capítulo, pretendo discutir a geopolítica do futebol, que seria a relação entre o poder do futebol e o espaço do futebol. A ideia é mostrar como a geopolítica do futebol não se encaixa com a geopolítica do poder mundial e, em muitos casos, consegue ser mais eficiente na relação dos países justamente por estar inserida no esporte mais popular do mundo. Tento mostrar também como a Federação Internacional de Futebol (Fifa) atua como corporação multinacional e seu papel fundamental para a reprodução do capital. Esse capítulo exemplifica como os níveis do político e do econômico se articulam para reproduzir o futebol como

comunicação suprimiram as distâncias, seja para se deslocar ou se comunicar. Eles permitem a troca generalizada entre as diferentes partes do planeta. Eles permitem a abertura das fronteiras e dos mercados (T.A.).

negócio global. Apresento o caso da Venezuela e de meu trabalho de campo durante a realização da Copa América naquele país.

Já no quarto capítulo discuto a mercantilização do futebol e a transformação do jogador em mercadoria. Talvez seja nesse esporte – e é esta a tese que tentaremos defender – que o processo de transformação do ser humano em mercadoria esteja mais avançado em nossa sociedade. O jogador pode ser vendido ou emprestado como um sapato ou um casaco. Mas a sociedade não enxerga isso como uma forma de mercadorização do ser humano (isso não é específico apenas do futebol, mas é onde o processo está mais avançado). Outra questão a ser debatida é a presença do trabalho infantil no futebol, que muitas vezes não é visto exatamente como trabalho ou exploração, e certamente não conta com a mesma desaprovação social que se volta a outros tipos de trabalho infantil, sendo considerado pela sociedade mais como uma forma de aprendizado ou até mesmo como uma “oportunidade” para as crianças.

Em um mundo globalizado, que prega a livre circulação de mercadorias, o jogador de futebol é mais um objeto. Isso tudo é fortalecido pelo poder que exerce geopoliticamente a Fifa sobre o esporte e os países associados. No mundo regido pela sociedade do espetáculo, as ilusões chegam até os jovens, principalmente na periferia. E o sonho de ser jogador é alimentado justamente para que o processo se intensifique cada vez mais, e sempre mais cedo.

La globalization, la mondialisation sont devenus des termes courants pour qualifier la période actuelle. Les frontières n'ont plus le même sens qu'autrefois. Les moyens de communication, qu'ils soient employés à rendre publics les événements ou à se déplacer, ont radicalement modifié les notions de temps et d'espace. Le monde est devenu un village global où tout se sait. Où, du moins, tout peut se savoir. Il existe désormais des références universelles, immédiatement identifiées par la majorité des êtres humains, qu'ils vivent à Tokyo, Berlin, Los Angeles, Dakar, Buenos Aires ou Melbourne. Mais le phénomène le plus global est bien le football. Bien sûr George W. Bush, Ben Laden, le Pape ou le Dalaï Lama, Madonna ou

Youssou N'Dour sont universellement connus (comme diversement appréciés). Or, Zidane, Beckham et Ronaldhino les dépassent de loin en notoriété et plus encore en popularité. Le football est bel et bien l'archétype de la mondialisation plus encore que la démocratie, l'économie de marché ou internet.² (BONIFACE, 2006, p. 14)

Nessa lógica de mercado aplicada ao futebol, o Brasil não passa de um exportador de jogadores. Fato que é festejado todos os anos pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), sempre que o número de atletas que saem do país supera os números do ano anterior. E a entidade comemora mesmo que só consiga vender o produto futebol através da seleção, e nunca através dos campeonatos brasileiros, sejam eles nacionais, regionais ou locais.

Ao final, tentarei mostrar o choque de interesses nacionais e transnacionais, ou seja, entre seleções e clubes que contratam atletas do mundo inteiro. Por um lado a vontade dos jogadores em disputar uma Copa do Mundo por seu país, por outro o interesse do patrão que paga o salário, as reiteradas recusas em ceder os jogadores para qualquer partida da seleção.

² Os termos globalização ou mundialização tornaram-se correntes para qualificar o período atual. As fronteiras não têm mais o mesmo sentido que outrora. Os meios de comunicação, sejam eles utilizados para tornar públicos os eventos ou para se deslocar, modificaram radicalmente as noções de tempo e espaço. O mundo tornou-se uma aldeia global onde tudo se sabe. Ou, pelo menos, onde tudo se pode saber. Passam então a existir referências universais, imediatamente identificadas pela maioria dos seres humanos, vivam eles em Tóquio, Berlim, Los Angeles, Dakar, Buenos Aires ou Melbourne. Mas o fenômeno mais global é o futebol. É certo que George W. Bush, Bin Laden, o Papa ou o Dalai Lama, Madonna ou Youssou N'Dour são universalmente conhecidos (e diversamente apreciados). Mas Zidane, Beckham e Ronaldhino ultrapassam-nos de longe em notoriedade e ainda mais em popularidade. O futebol é, ao fim e ao cabo, o arquétipo da mundialização, ainda mais do que a democracia, a economia de mercado ou a internet (T.A.).

2 A GLOBALIZAÇÃO DO FUTEBOL

2.1 O MUNDO DA BOLA

É reconhecida a paixão dos brasileiros pelo futebol. O esporte planetário criou raízes no Brasil e transformou-se em um dos principais cartões de visitas do país, mesmo não tendo sido criado dentro de nossos limites, como lembra o professor de Antropologia Roberto Damatta (1994, p. 12):

De fato, essa relação entre povo e futebol tem sido tão profunda e produtiva que muitos brasileiros se esquecem de que o futebol foi inventado na Inglaterra e pensam que ele é, como a mulata, o samba, a feijoada e a saudade, um produto brasileiro.

Atualmente, o futebol vem recebendo cada vez mais atenção dos intelectuais. Antes, pouquíssimos estudos científicos arriscavam-se a analisá-lo, tanto no Brasil quanto no exterior, conforme chegou a constatar o escritor uruguaio Eduardo Galeano (2002, p. 36): “Em que o futebol se parece com Deus? Na devoção que desperta em muitos crentes e na desconfiança que provoca em muitos intelectuais”. Mas, de alguns anos para cá, o esporte passou a ser tema de diversas pesquisas, estudos, teses, dissertações e livros.

Não é sem razão que o campo de problematização do futebol tenha crescido no mundo todo, nos últimos tempos. Como desconhecer que ele se tornou uma espécie de língua geral que coloca em contato as populações de todos os continentes; como encarar o fato de que essas populações não só o consomem, mas, diferentemente da relação passiva igualmente implicada nas relações consumistas, que substituíram as culturas locais, também o praticam; como avaliar o *imbróglío* da sua mercantilização massiva e os lampejos de sua profunda inserção nas

experiências coletivas; como não ver que nele está cifrado o embate da economia com a cultura, e alguns dos nós cruciais do nosso tempo; como desvendar as suas enigmáticas e ambivalentes relações com a violência, que o jogo ao mesmo tempo aplaca e provoca; como chegou ele a tal ponto de saturação? (WISNIK, 2008, p. 16-17)

No âmbito da ciência geográfica, há alguns importantes estudos que analisam a relação entre espaço e futebol, como o trabalho de Gilmar Mascarenhas de Jesus, da UERJ, ou de Odette Seabra, da USP. Sem dúvida, esses dois autores foram fundamentais para que se conseguisse articular o estudo do futebol à Geografia.

Nessa tentativa de análise a partir de uma perspectiva geográfica, é importante definir o que se entende por futebol, sem contudo esgotar as possibilidades, que são muitas. Norbert Elias, Alex Bellos, Juan Sebreli, Roberto Damatta, Luiz Henrique de Toledo... Inúmeros intelectuais fizeram trabalhos pertinentes sobre o tema, mas o enfoque deste trabalho passa por outras coisas.

De qualquer forma, de maneira simplista, pode-se dizer que é um esporte jogado em um campo gramado com 11 jogadores de cada lado e o objetivo é mandar a bola, com qualquer parte do corpo excetuando-se os membros superiores, para dentro de uma baliza que mede 2,44 metros de altura por 7,32 metros de comprimento. E essa baliza, chamada de trave (ou gol, no popular), é protegida por um goleiro, o único entre os 11 jogadores que pode usar as mãos para defender sua meta. Existem apenas 17 regras para esse esporte, e um juiz e dois bandeirinhas se encarregam de fazer com que elas sejam seguidas dentro de campo. Os confrontos têm 90 minutos de duração, divididos em dois tempos iguais.

O Dicionário Aurélio (HOLANDA, 1988, p. 312) define:

futebol. [Do ingl. football.] S. m. 1. Cada um dos vários jogos esportivos disputados por dois times, com uma bola de couro, num campo com um gol (1) em cada uma das extremidades, e cujo objetivo é fazer entrar a bola dentro do gol defendido pelo adversário. 2. Modalidade de futebol (1) disputado entre duas equipes de 11 jogadores, num campo retangular, com

o comprimento máximo de 120 m e mínimo de 90 m, e largura máxima de 90 m e mínima de 45 m, na qual é vedado aos jogadores, exceto o goleiro, tocar a bola com as mãos, e em que os pontos são marcados por gols. As equipes são geralmente distribuídas em goleiro, zagueiros, meios-campos e atacantes, dispostos de acordo com esquema tático.

Mas o futebol, hoje, não deve ser analisado somente como esporte. Ele extrapolou as fronteiras do dicionário e do senso comum, como constatou José Carlos Bruni (1994, p. 7):

Impossível não levar em conta, pelo menos neste momento [Copa de 94] e neste país [o Brasil], o imenso fenômeno denominado futebol. Sua definição estrita, como esporte que utiliza uma bola jogada com os pés, mal deixa entrever o universo de significações simbólicas, psíquicas, sociais, culturais, históricas, políticas e econômicas inesgotáveis que envolvem multidões (...) concentradas em torno de um espetáculo que empolga sociedades, nações, países, estados, em esfera planetária, mobilizando milhões de dólares e conquistando a adesão cada vez maior de pessoas de todas as camadas sociais.

José Miguel Wisnik, em seu livro *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*, propõe uma tentativa de fazer contato com a experiência total do futebol na vida brasileira. Já em Hilário Franco Júnior, *A dança dos deuses: futebol, cultura e sociedade*, o futebol é analisado como fenômeno cultural total. Ele aponta diversas semelhanças do esporte com a Revolução Industrial e mostra algumas formas de entender o futebol:

Não é casual que a Inglaterra tenha sido o berço da Revolução Industrial e do futebol. Os dois fenômenos baseiam-se em competição, produtividade, secularização, igualdade de chances, supremacia do mais hábil, especialização de funções, quantificação de resultados, fixação de regras. (FRANCO Jr., 2007, p. 25)

2.2 FUTEBOL E CAPITALISMO

Desde seu surgimento até os tempos atuais, o futebol foi cada vez mais se aproximando dos preceitos capitalistas. Saiu do amadorismo, do lúdico, para a competição bem organizada e o profissionalismo total. Agora, faz parte de uma articulada indústria de entretenimento e espetáculo, que movimenta bilhões de dólares no mundo inteiro. O jogador é negociado como mercadoria e tem um preço ligado a sua imagem. Ele é um produto que traz rendimento para o clube que o contratou. Assim, o futebol perde parte de seu caráter exclusivo de esporte e torna-se também um produto esportivo, cultural, econômico e social, oferecido como artigo de consumo. E tende progressivamente a produto de luxo.

Sergio Cagnotti, lorsqu'il était de président de la *Lazio Rome*, avait déclaré: "Le football est l'affaire la plus globale du monde à l'époque de la mondialisation et du triomphe des loisirs. Quelle autre merchandise est achetée par trois milliards de consommateurs? Même pas le Coca-Cola. L'économie du ballon est en expansion, ainsi que son public qui, de trois milliards, peut passer à cinq milliards grâce à des nouveaux marchés comme l'Orient ou les États-Unis. Je suis le premier à avoir amené le football sur le marché boursier car mon métier est d'évaluer les choses à leur juste valeur".³ (BONIFACE, 2006, p. 32)

O cineasta Pier Paolo Pasolini vai além, e considera o futebol também como uma linguagem. Em artigo no *Il Giorno*, em 1971, ele diz que "o jogo de futebol também é um 'sistema de signos', ou seja, é uma língua, ainda que não verbal... O futebol tem todas as características fundamentais da linguagem por excelência". O

³ Sergio Cagnotti, quando era presidente da Lazio, declarou: "O futebol é o negócio mais global do mundo na época da mundialização e do triunfo do entretenimento. Que outra mercadoria é comprada por três bilhões de consumidores? Nem a coca-cola. A economia da bola está em expansão, assim como seu público, de três bilhões, pode passar a cinco bilhões, graças a novos mercados, como o Oriente ou os Estados Unidos. Eu fui o primeiro a levar o futebol para a bolsa de valores, pois minha profissão é avaliar as coisas no seu justo valor" (T.A.).

italiano chegou a comparar o futebol brasileiro com a poesia, dizendo ainda que o futebol europeu é a prosa⁴. Assim, o futebol não pode ser analisado somente como um elemento do esporte.

Chico Buarque, em um artigo genial chamado “O moleque e a bola”, também fez um paralelo, não entre a prosa e a poesia, mas entre duas formas distintas de compreender o jogo:

Porém, ainda que esses times jogassem com uniformes embaralhados, penso que não seria difícil distinguir o país rico do país pobre. Os pobres são os folgados, os esbanjadores, os exibicionistas, matam a bola no peito, a bola gruda ali que nem uma goma e o locutor francês faz “Oôôôô, *bien joué, magnifique!*”. Ou, como diz o locutor brasileiro, eles têm intimidade com a bola. De fato controlam, protegem, escondem, carregam a bola para cima e para baixo, e em vez de intimidade, talvez tenham ciúmes dela. Já os ricos são alunos de outra escola, uma escola prática. Recebem a bola e um-dois, tocam, recebem, desprendem-se dela, não fazem questão dela, correm soltos por toda parte. Parecem conhecer e ocupar melhor o espaço de jogo, podendo se dizer que têm intimidade com o campo. Assim, quando se enfrentam países ricos e países pobres – na Holanda eles se enfrentam dentro do mesmo time – estão se enfrentando os donos do campo e os donos da bola. (HOLANDA, 2006, p. 54)

Podemos extrapolar a ideia inicial de Chico Buarque e pensar nos donos do campo e da bola também do ponto de vista da globalização. De um lado, os que detêm o dinheiro do espetáculo, que compram os melhores jogadores, que ditam as principais regras do jogo. Esses seriam os donos do campo. Já os donos da bola detêm o espetáculo, exportam seus melhores jogadores e se sujeitam às regras estabelecidas pelos donos do campo.

O historiador Eric Hobsbawm também teceu algumas observações sobre o futebol e os abismos que vão se criando por conta da globalização. Para o autor, a globalização e os mercados livres trouxeram uma dramática acentuação das desigualdades econômicas e sociais no interior das nações e entre elas. Ele afirma que o impacto dessa globalização é mais sensível para os que menos se beneficiam

⁴ Artigo publicado no caderno Mais! do jornal Folha de S. Paulo, em 6/5/2005.

dela e que, embora a escala real da globalização permaneça modesta, seu impacto político e cultural é desproporcionalmente grande:

Por outro lado, desde a década de 1960, o avanço acelerado da globalização – ou seja, o mundo visto como um conjunto único de atividades interconectadas que não são estorvadas pelas fronteiras locais – provocou um profundo impacto político e cultural, sobretudo na sua forma atualmente dominante de um mercado global livre e sem controles. (HOBBSAWM, 2007, p. 10)

O futebol tem se apresentado como um dos estágios mais avançados da globalização. Os jogadores atuam em outros países com mais facilidade que um trabalhador de outras áreas, os atletas conseguem nacionalidade de outro país para vestir a camisa da seleção local, a valorização de jogadores ocorre em todas as partes do mundo, e as estrelas do esporte são conhecidas globalmente:

Cinco importantes elementos e consequências dos processos de globalização – nomeadamente a migração internacional, o fluxo de capital global, a natureza sincretística da tradição e da modernidade na cultura contemporânea, as novas experiências do tempo e do espaço e o desenvolvimento revolucionário das tecnologias da informação – tornam-se particularmente expressivos no estudo do futebol e das realidades que lhe estão associadas. (TIESLER & COELHO, 2006, p. 313)

2.3 A FIFA DE HAVELANGE

Todos conhecem o grande potencial do Brasil no futebol. A Seleção que já venceu cinco vezes a Copa do Mundo e foi vice-campeã em outras duas é uma das melhores em um *ranking* elaborado pela Fifa. Mas, quando se leva em conta o futebol também como atividade econômica e não apenas esportiva, percebe-se que o Brasil não é realmente a maior potência mundial, ao contrário do que afirma Pascal

Boniface (2002, p. 139): “Le Brésil, c’est l’unique superpuissance de football, mais c’est une superpuissance dont tous les peuples souhaitent la domination”⁵.

O historiador Hilário Franco Júnior (2007, p. 180) explica que, apesar de o futebol ser um dos negócios mais rentáveis do planeta, o papel que o Brasil desempenha é muito pouco se levar em conta os títulos conquistados pelo país.

Esses dados fazem do futebol a maior indústria do planeta. E, como é comum na economia globalizada, há larga distância entre países produtores e países consumidores. Por isso no plano esportivo a participação brasileira é admirável – habitualmente ocupa a primeira posição no ranking da FIFA – mas no plano econômico é pálida, apenas 2% do total mundial movimentado pelo setor.

Novamente, vemos a separação entre donos do campo e donos da bola, ou entre centro e periferia. Mas apesar de serem coisas opostas, elas são concomitantes e só existem em relação uma com a outra – só há os donos do campo porque existem os donos da bola, e vice-versa:

(...) as relações entre o centro e a periferia, sendo a Europa o centro futebolístico – historicamente, bem como em termos culturais e econômicos –, enquanto o Brasil e os países africanos constituem exportadores de talentos futebolísticos de alta mobilidade e os EUA, a Rússia e os países asiáticos podem ser entendidos como a periferia, mas também como novos mercados e potências econômicas que começam a condicionar a migração dos jogadores, tornando-se assim por vezes importantes recém-chegados ao campo. (TIESLER & COELHO, 2006, p. 315)

Talvez o maior dono do campo do mundo seja a Fifa. Só para se ter uma ideia, a Organização das Nações Unidas (ONU) possui 192 filiados – já a Fifa pode ser encarada como uma corporação que atua em 208 países, e a cada ano aumenta seu alcance global. De 1974 até 2006, houve um crescimento espantoso da Fifa: ela conquistou 72 novos países (um aumento de 53%), enquanto a ONU atingiu mais 61

⁵ “O Brasil é a única superpotência do futebol, mas é uma superpotência pela qual todos os povos desejariam ser dominados” (T. A.).

países (cerca de 46% de acréscimo). Muitos países procuraram primeiro a entidade que decide sobre os rumos do futebol, para só depois pensar se querem fazer parte das Nações Unidas. A Suíça, por exemplo, decidiu integrar-se à ONU apenas em 2002, mas já fazia parte da Fifa desde 1904. Na Oceania, Tonga entrou em 1994 para a Fifa e somente em 1999 para a ONU. E existem inúmeros casos que podem ilustrar a situação. Boniface (2006, p. 13) afirma o alcance do futebol no mundo hoje:

Le football est le stade ultime de la mondialisation. Il n'est pas aujourd'hui de phénomène plus global. Son empire ne connaît ni frontières, ni limites. Phénomène plus rare encore, c'est le seul empire qui soit populaire. Et c'est le seul par lequel les peuples enthousiastes réclament d'être conquis, se réjouissent de l'avoir été, luttent avec acharnement pour en être les meilleurs disciples. Il n'y a aucune surface habitée de la planète, si petite soit-elle, qui ait su, pu ou voulu résister à la conquête du football. Ce sport si typiquement britannique est devenu le sport mondial.⁶

Além de buscar o aumento do número de associados, essa corporação compartilha parte do poder e do dinheiro entre eles, mas não de forma igualitária, já que seus interesses nas diversas partes do planeta são diferentes. A Fifa até avisa em seu sítio que “apóia as associações nacionais financeiramente e logisticamente através de vários programas e um grande número de atrativos e privilégios. Mas elas também têm suas obrigações”⁷, explica a entidade. E está aí o grande fator de sucesso da Fifa.

Entre deveres dos associados estão: obedecer à entidade, “seguir a cartilha”, não ir contra as decisões estatutárias (mesmo que as decisões firam leis nacionais) e promover o futebol em sua área de atuação, de acordo com as determinações e interesses da Fifa. Dessa forma, a geopolítica do futebol mostra também que a

⁶ O futebol é o último estágio da mundialização. Hoje não há fenômeno mais global. Seu império não conhece nem fronteiras, nem limites. Fenômeno mais raro ainda, ele é o único império que foi popular. E é o único pelo qual os povos entusiastas reivindicam ser conquistados, ficam felizes por terem sido, lutam encarniçadamente para ser seus melhores discípulos. Não há nenhuma superfície habitada do planeta, por menor que seja, que soube, pôde ou quis resistir à conquista do futebol. Esse esporte tão tipicamente britânico tornou-se o esporte mundial (T.A.).

⁷ Disponível em: <www.fifa.com>. Acesso em: 12 set. 2009.

faceta econômica tem grande importância, já que, dependendo da gestão de cada associação, mais ou menos dinheiro será enviado para aquela associação.

O maior responsável pelo vertiginoso crescimento da Fifa foi João Havelange, o brasileiro que presidiu a entidade de 1974 até 1998:

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

– *Vim vender um produto chamado futebol.*

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

Foi sob seu comando que a associação ganhou espaço. Dos 72 países que se filiaram à Fifa a partir da gestão Havelange (a Rússia não é incluída nessa contabilização), 21 pertencem à Confederação da Europa, 16 da África, 14 da Ásia, 8 da Oceania e 13 da América do Norte, Central e Caribe.

Tabela 1 – Crescimento das confederações regionais da Fifa após o mandato de João Havelange

Confederações da Fifa	Número de Associações	Associações afiliadas a partir de 1974	Crescimento após 1974
África	53	16	43%
América do Norte, Central e Caribe	35	13	59%
América do Sul	10	0	0%
Ásia	46	14	44%
Europa	53	21	65%
Oceania	11	8	266%

Fonte: Dados da Fifa. Organizado pelo autor.

A Confederação da Oceania quase quadruplicou seu número de associados, graças à entrada de vários países da região que menos se interessa por futebol no mundo. O crescimento da Europa também é significativo, porém muito dele se deu

devido ao fim da União Soviética e da Iugoslávia, países que se desmembraram em muitos outros. Já na Ásia, África, América do Norte, Central e Caribe, o aumento foi bastante importante para expandir as áreas de atuação da Fifa. Na América do Sul, nenhum aumento, até pela pequena quantidade de países em relação às outras confederações do planeta.

Mesmo com o vertiginoso crescimento da associação desde a década de 1970 até hoje, existe uma contradição evidente nessa mudança do futebol. Enquanto o esporte expressa que há uma redefinição da importância do Estado nacional, ao mesmo tempo o futebol se globaliza. Nos países africanos, durante a descolonização, houve um grande aumento no interesse pelo futebol por diversos motivos: ele era considerado o ópio do povo, reforçava o Estado nacional, tinha enorme popularidade e também era um grande negócio:

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

A simplicidade do futebol está em sua inteligibilidade, ou seja, pode-se dar a ele o significado que quiser de acordo com o lugar. Ele pode obscurecer a pobreza, pode reforçar o sentimento de nacionalidade, e o que vai torná-lo homogêneo é a forma-mercadoria. Ou seja, apesar de todos os seus significados, o futebol irá se reproduzir enquanto negócio, e a Fifa consegue articular esse projeto no âmbito global.

Apesar de não conseguir apresentar todos os detalhes dessas transformações, o mapa a seguir aponta quais países entraram para a Fifa na gestão de João Havelange e onde eles estão localizados. Muitas ilhas que passaram

a fazer parte da Fifa depois de 1974 não puderam ser representadas no mapa, por conta da escala. Elas estão principalmente na região do Caribe e da Oceania. E, para efeito de análise, incluímos a associação da Rússia à Fifa como anterior a 1974.

Cada país novo (ou associação nacional nova) representa um novo voto. Ou seja, a expansão espacial está diretamente ligada à expansão do poder político dentro da entidade (bases eleitorais), já que seu presidente é eleito por maioria de votos. Se a maioria está satisfeita com a gestão (e nesse caso entende-se também a satisfação como recebimento de presentes, agrados, favores políticos etc.), o dirigente é reeleito. Havelange permaneceu 24 anos no poder e só saiu quando quis – ele abriu mão de uma nova reeleição em 1998. Mas apesar de parecer sujeito de todo esse processo, na realidade ele é sujeitado: o capital precisa personificar nele a necessidade de reprodução em alto grau do mundo da mercadoria.

Quando eu cheguei no escritório da Fifa em Zurique, encontrei uma casa velha e 20 dólares no caixa. No dia em que fui embora, 24 anos depois, deixei propriedade e contratos no valor de mais de 4 bilhões de dólares. Entre 1974 e 1998, eu visitei cada país-membro pelo menos três vezes, e a Fifa tinha algo em torno de 186 países filiados. Acho que o único que eu não conseguir ver foi o Afeganistão, porque eu não conseguia entrar lá. Apesar disso, eu estimo que tenha viajado cerca de 26 mil horas de voo, o equivalente a passar três anos no ar⁸.

Havelange deixa claro nesse depoimento que fazia um trabalho de base eleitoral com todas as associações. Assim, também é muito comum um dirigente de associação nacional ficar muitos anos no cargo, já que elas geralmente seguem os mesmos moldes da Fifa, com votações entre as federações locais e/ou presidentes de clubes. Se o dirigente se encaixa nos “padrões Fifa”, permanecerá por muito tempo na função. No Brasil, o presidente da CBF, Ricardo Teixeira, está no cargo desde 1989. E ficará até 2014, já que o Brasil conquistou o direito de ser sede da Copa do Mundo daquele ano. Ele tem uma base eleitoral muito forte e consolidada, como seu ex-sogro Havelange.

⁸ Declaração de Havelange, em entrevista para o site da Copa do Mundo da Alemanha em 4 de dezembro de 2003 (acesso em 1º de junho de 2006).

2.4 O PROJETO DA CBF

A CBF segue o exemplo da Fifa à risca. Exerce a mesma mão de ferro no futebol brasileiro e adota medidas e regulamentos visando sempre ao próprio interesse – e curiosamente ao benefício estrangeiro. Em 2003, a CBF resolveu mudar a fórmula de disputa do Campeonato Brasileiro para o sistema de pontos corridos, que consiste em definir o campeão com base em uma contagem de pontos gerais a partir da disputa de um mesmo número de partidas por todas as equipes. Foi a primeira vez, desde 1971, em que se aplicou esse sistema no Campeonato Brasileiro. Nesse tipo de disputa, não existe mais final ou semifinal. É um modelo que segue a forma de disputa dos campeonatos nacionais da Europa, como na Inglaterra, Espanha, Itália, França e Alemanha.

Os principais argumentos em defesa desse sistema são as facilidades para se planejar uma equipe e a justiça do resultado final, que premia a equipe com maior regularidade. Em relação ao primeiro aspecto, o campeonato de pontos corridos facilita o planejamento na medida em que todas as equipes já sabem em quantas partidas irão atuar, quando poderão dar férias a seus jogadores, e que não serão eliminadas precocemente do torneio (em 2005, o XV de Campo Bom optou por não disputar a Série C do Campeonato Brasileiro porque poderia ser eliminado logo na primeira fase, e nesse caso teria prejuízos enormes e dificuldades para pagar salários a seus atletas no restante do ano em que a equipe estaria sem atividade).

Já o segundo aspecto, fundamental para se entender o campeonato de pontos corridos, diz respeito ao critério do mérito esportivo. Sua forma de disputa premia a equipe mais regular. Ganha a que teve o melhor rendimento durante toda a

competição. É o melhor da meritocracia, que vai contra as formas de disputa dos torneios anteriores, quando em um cruzamento do pior classificado com o melhor, o pior poderia eliminar o melhor e se classificar para a fase seguinte (sendo melhor no confronto direto, mas sendo pior no aspecto geral da competição). É a razão sobrepondo-se à emoção.

A escolha dessa forma de disputa tem um caráter de reforçar o capitalismo e suas regras claras. As regras minimizam as eventualidades e imprevistos, lidos como injustiças. Mas aí vai preponderar a justiça do capital, do dinheiro, do clube rico. A organização e a questão econômica passam a ter um peso maior na fórmula de disputa que a emoção, a paixão, a sorte e a tradição futebolística. É a busca pela eficiência empresarial e pela produtividade no sentido pleno da palavra. É como uma competição de maratona, onde vence o mais resistente.

Em torneios de mata-mata, quando dois times se enfrentam em duas partidas, no campo de cada um, a questão econômica, muitas vezes, não é tão fundamental – mesmo sabendo que existe um plano dominante, normativo e hierárquico, e que essas possibilidades maiores do imprevisto, nesse tipo de torneio, não significam que o formato de mata-mata não está inserido também em uma lógica maior que rege torneios de qualquer tipo, no contexto do futebol contemporâneo. Mas existe uma maior possibilidade do não-previsto, talvez até como uma forma de resistência à hegemonia do capital ditando todas as regras. E isso se deve, provavelmente, à emoção que desperta um confronto deste tipo, aguçando ainda mais a paixão que move o esporte.

A análise dos resultados de torneios desse tipo revela surpresas, como na Copa do Brasil, em que times considerados pequenos chegam até as semifinais, finais ou ao título de campeão. O campeonato de pontos corridos segue a lógica da

poupança: é um sistema de acúmulo, com produção constante e valorização da regularidade⁹. É quase um “darwinismo esportivo”, segundo o qual só os mais bem preparados sobreviverão. O sistema pune a desorganização e não dá espaço para os times pequenos, os mais fracos. Na lógica dessa forma de competição, os times dos locais mais ricos têm mais possibilidades de permanecerem na elite do futebol brasileiro. É a globalização fazendo valer o processo de concentração do dinheiro no futebol, provocando desigualdades que dificilmente podem ser superadas dentro das quatro linhas, com toda sua força devastadora, excluindo e formando periferias da bola.

Em 2003, logo quando surgiu a fórmula de pontos corridos, o Campeonato Brasileiro contava com 24 equipes, distribuídas da seguinte maneira, segundo a divisão regional do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): 1 time do Norte, 3 do Nordeste, 1 do Centro-Oeste, 11 do Sudeste e 8 do Sul. Ao final do torneio, dois times do Nordeste foram rebaixados e a melhor colocação de times do norte do país (considerando uma linha imaginária que separe o Brasil em duas partes) foi a do Vitória, que ficou em 16º lugar. Cerca de 79% dos times eram do Sudeste e do Sul, as duas regiões mais ricas do Brasil.

Já em 2004, na segunda edição do Campeonato Brasileiro com pontos corridos, 24 equipes disputaram o título, mas desta vez quatro seriam rebaixadas: Grêmio, Vitória, Guarani e Criciúma foram para a segunda divisão. Na competição, 1 equipe era do Norte, 1 do Nordeste, 1 do Centro-Oeste, 13 do Sudeste e 8 do Sul. Exatamente 87,5% dos times neste campeonato pertenciam à região Sudeste e Sul, uma concentração maior que da competição do ano anterior.

⁹ Discussão travada durante o curso de História Sociocultural do Futebol: Impulso Lúdico, Composição e Significações, no programa de pós-graduação de História na USP, com o professor Flávio de Campos.

No ano de 2005, 22 equipes disputaram o título nacional, sendo que a composição da primeira divisão era formada por: 1 time do Norte, 1 do Nordeste, 2 do Centro-Oeste, 12 do Sudeste e 6 do Sul. Quase 82% dos participantes da primeira divisão eram das regiões Sul e Sudeste. Mas em 2006 a situação mudou. Quatro equipes foram rebaixadas e apenas duas voltaram para a primeira divisão.

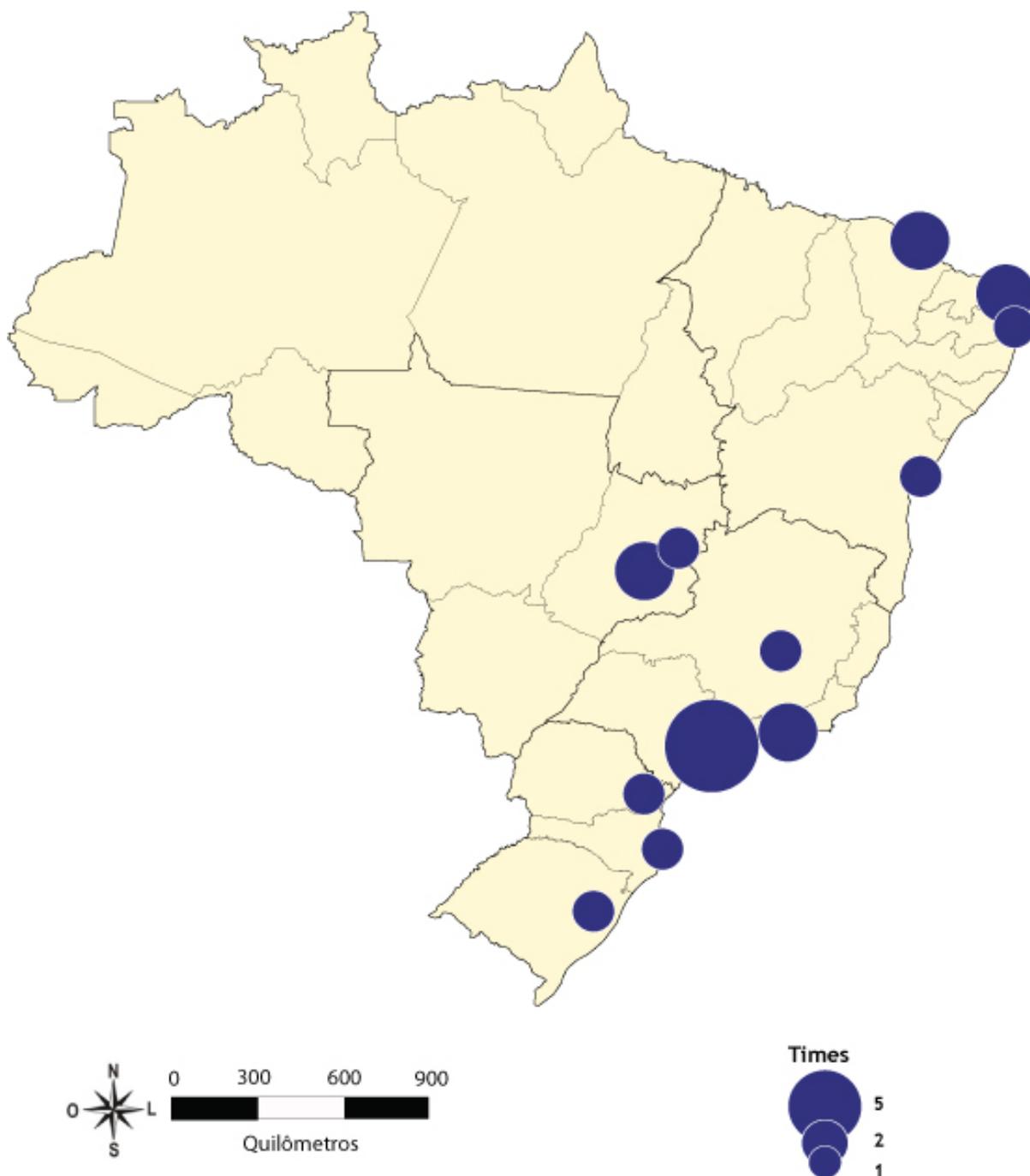
O Paysandu, único representante da região Norte na primeira divisão, caiu para a segunda divisão, assim como o Brasiense, o Atlético-MG e o Coritiba. O Grêmio e o Santa Cruz subiram da Série B para a Série A. Assim, o Campeonato Brasileiro da primeira divisão passou a contar com 20 clubes, sendo 17 deles pertencentes às regiões Sul e Sudeste – Goiás, Fortaleza e Santa Cruz são as exceções. Isso representava 85% da primeira divisão formada pelos times das regiões mais ricas do Brasil: Sul e Sudeste.

Mas para a edição de 2007, Ponte Preta, Fortaleza, São Caetano e Santa Cruz foram para a Série B. Subiram para a primeira divisão Atlético-MG, Náutico, Sport e América-RN. Mas o América-RN não conseguiu permanecer na divisão de elite e caiu junto com Corinthians, Juventude e Paraná. Coritiba, Ipatinga, Portuguesa e Vitória subiram para a primeira divisão, fazendo com que, na edição de 2008, 80% das equipes fossem das regiões Sul e Sudeste.

Em 2009, o Campeonato Brasileiro foi formado por três times do Nordeste – Náutico, Sport e Vitória – e um do Centro-Oeste – Goiás. Os outros 16 clubes pertenciam às regiões Sul e Sudeste, ou seja, 80%. Lúcio de Castro Bomfim Júnior, presidente do Fortaleza, time que em 2009 lutava para não ser rebaixado para a Série C, disse em tom de profecia que, até a Copa do Mundo de 2014, não haverá mais nenhum time do Norte ou Nordeste nas Séries A e B do Campeonato

Brasileiro. Os mapas a seguir mostram as realidades das quatro divisões do campeonato nacional, da Copa do Brasil e do número de clubes por estado no País.

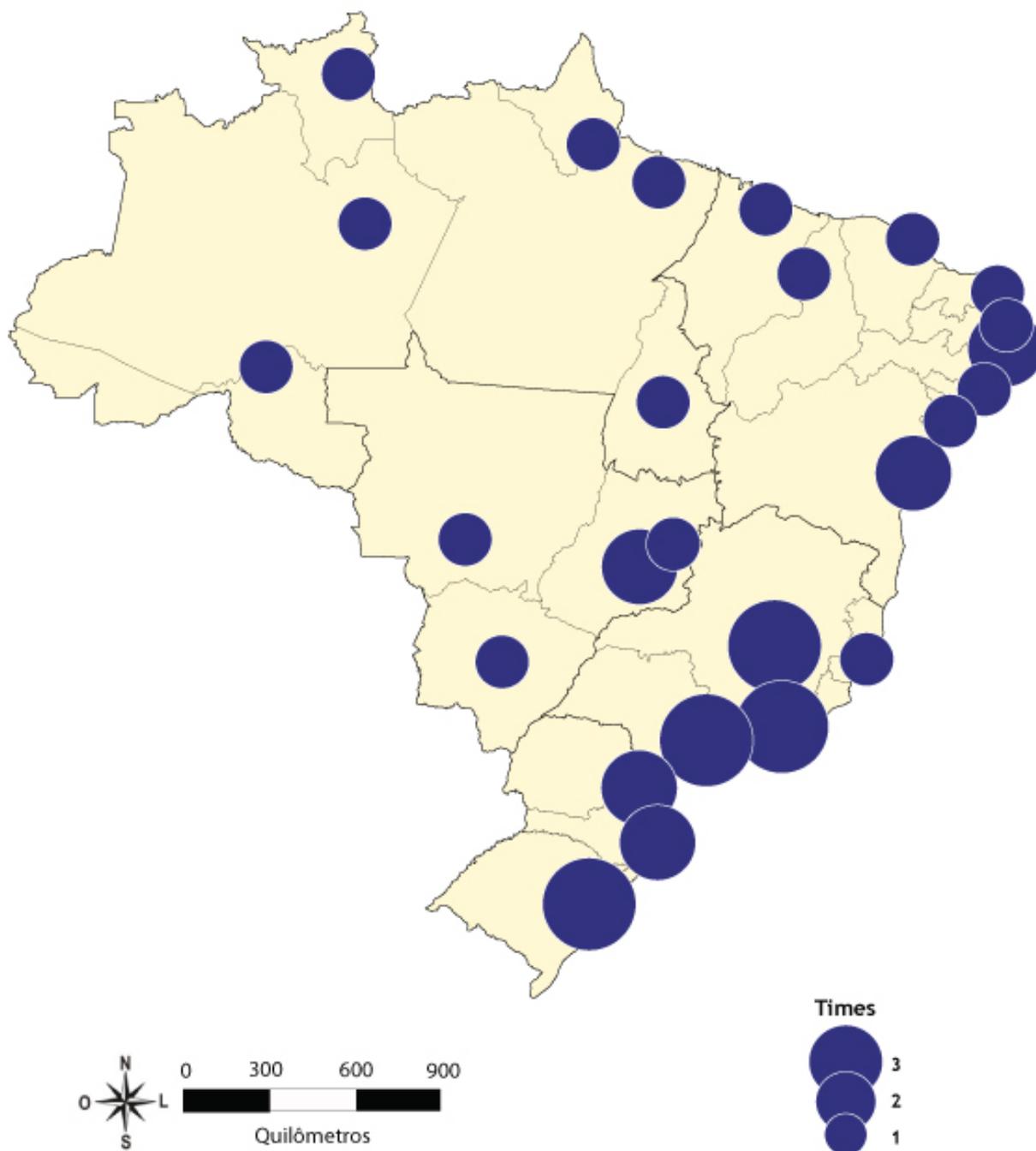
Times na Série B do Campeonato Brasileiro por estado - 2009



Realizado com Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>
Paulo Miranda Favero

Mapa 3 – Times na Série B do Campeonato Brasileiro por estado (2009)

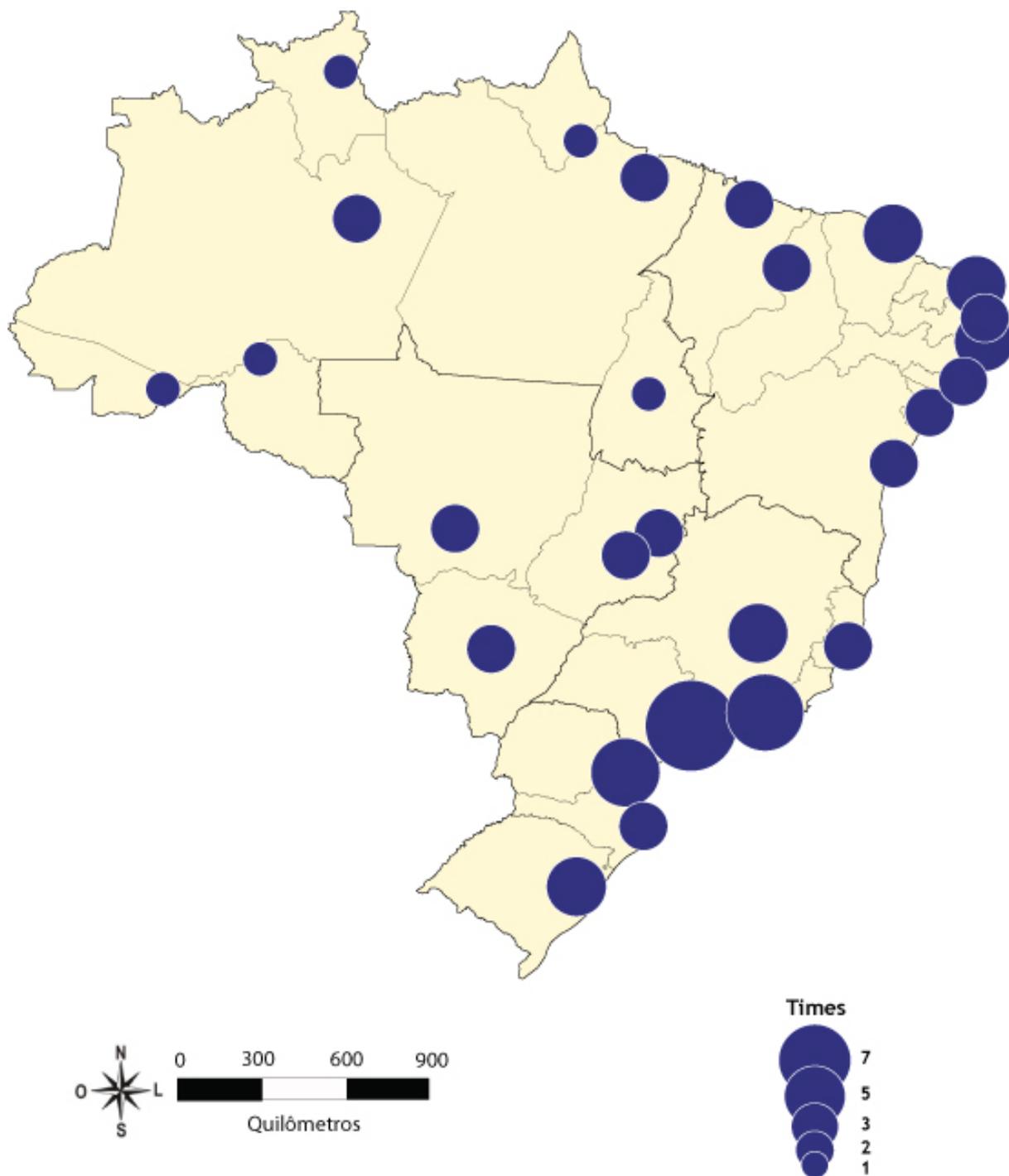
Times na Série D do Campeonato Brasileiro por estado - 2009



Realizado com Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>
Paulo Miranda Favero

Mapa 5 – Times na Série D do Campeonato Brasileiro por estado (2009)

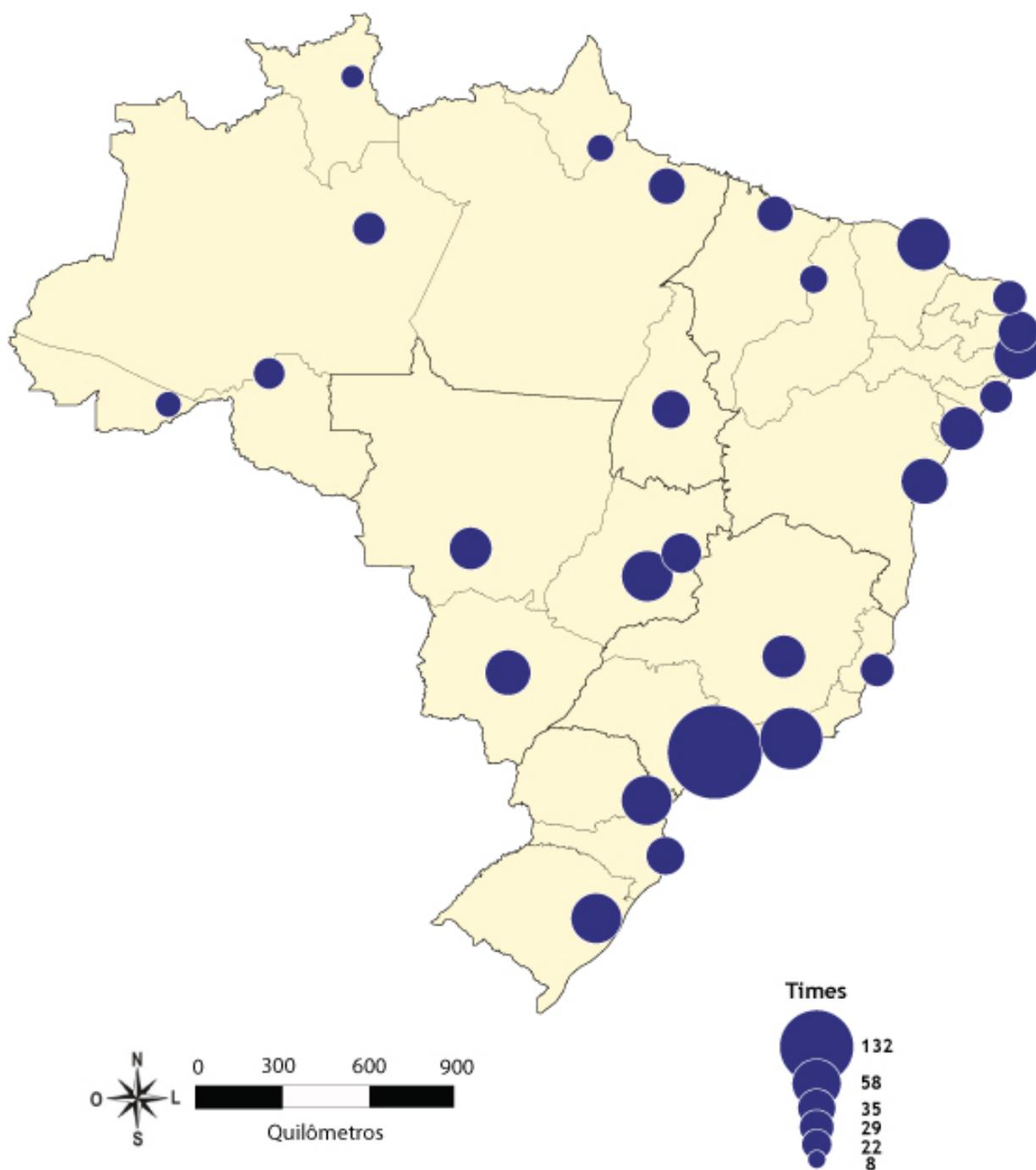
Times na Copa do Brasil por estado - 2009



Realizado com Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>
Paulo Miranda Favero

Mapa 6 – Times na Copa do Brasil por estado (2009)

Times brasileiros por estado - 2009



Realizado com Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>
 Paulo Miranda Favero

Mapa 7 – Times brasileiros por estado (2009)

2.5 O CASO BOSMAN

Essa desigualdade entre as regiões não ocorre apenas no Brasil. Tomando-se como exemplo alguns países da Europa, percebe-se que a mesma lógica se aplica na Alemanha e na Itália, países que utilizam a fórmula dos pontos corridos há décadas. Atualmente não existe nenhuma equipe, na primeira divisão alemã, pertencente à antiga Alemanha Oriental. O Energie Cottbus foi rebaixado na temporada 2008-2009 e está agora na segunda divisão – ele era o último time que ainda restava do tempo do Muro de Berlim e da Alemanha dividida. Já na Itália, o Norte rico possui quase todos os times na primeira divisão de seu principal campeonato. Na temporada 2009-2010, apenas o Bari, o Catania, o Napoli e o Palermo (não estamos considerando o Cagliari, que fica na Sardenha) representam o Sul, considerado a parte mais pobre do país europeu. Mas esses dois casos serão abordados ainda mais adiante.

Assim, aplicando a ideologia capitalista da acumulação e produtivismo, os campeonatos de pontos corridos concentram clubes das regiões mais ricas nas primeiras divisões dos principais torneios e jogam equipes das regiões mais pobres para as divisões inferiores. Na lógica da globalização, os clubes mais ricos acabam tirando os melhores jogadores dos países mais pobres e, assim, inibem o prazer dos jogadores das periferias nos países mais ricos em jogar, já que o espaço está sendo ocupado pelos jogadores dos países pobres. O fluxo de migração também pode ser comparado, ressaltada as devidas proporções, aos tempos da colonização, quando as metrópoles buscavam matérias-primas nas colônias:

Na Europa, os clubes menores mantêm-se em competição com os gigantes em grande medida comprando jogadores baratos (por exemplo, iniciantes estrangeiros talentosos), na esperança de revendê-los como estrelas já descobertas aos superclubes. Jovens da Namíbia jogam na Bulgária; da Nigéria, em Luxemburgo e na Polónia; do Sudão, na Hungria; do Zimbábue, na Polónia etc. (HOBSEAWM, 2007, p. 94)

O Brasil, assim como os outros países da América do Sul, acaba mantendo os laços de dependência com a Europa e torna-se uma espécie de colônia cuja principal matéria-prima no futebol é o jogador. O aumento de atletas que saem do País a cada ano é reflexo de mudanças políticas, boa parte graças à Lei Pelé e ao Campeonato Brasileiro de pontos corridos. “O Campeonato Brasileiro é um campeonato de aspirantes... Aspirantes a jogar na Europa”, costuma dizer o jornalista Paulo Vinícius Coelho.

Ao lado da fórmula de campeonatos de pontos corridos, a Lei Pelé teve grande impacto no futebol brasileiro, solucionando, por um lado, diversos de seus problemas, inclusive morais e éticos. Mas facilitando, por outro, a saída dos atletas dos clubes:

A Lei Pelé foi um baita avanço e acho que não teve nenhuma influência na saída de jogadores. Nada justifica, no final do século XX, que alguém seja propriedade de outra coisa. Era uma lei escravagista¹⁰.

Só que os números mostram uma sensível mudança no que diz respeito à saída de jogadores do país após a Lei Pelé: em 1998, antes da lei, saíram do Brasil 530 jogadores; no ano seguinte esse número saltou para 658 jogadores; em 2003, já com o Campeonato Brasileiro de pontos corridos, o número chegou a 858 jogadores

¹⁰ Declaração dada pelo jornalista Juca Kfoury em entrevista concedida em 27/9/2005, durante o curso de História Sociocultural do Futebol: Impulso Lúdico, Composição e Significações, no programa de pós-graduação de História na USP.

que deixaram o país para atuar no exterior e 1085 em 2007. Em 2008 foram 1176 atletas, o recorde até então.

O grande crescimento da transferência de jogadores entre os clubes começou com uma outra grande mudança, mas no futebol mundial, ocorrida em 1995, na luta isolada do jogador Jean-Marc Bosman contra o clube RFC Liège. O atleta entrou na justiça contra sua antiga equipe por não poder se transferir para outro time. No dia 15 de dezembro de 1995, o Tribunal de Justiça Europeu de Luxemburgo deu o veredicto final a Bosman, declarando ilegais as indenizações por transferência de jogadores e as cotas limitando o número de jogadores da União Europeia, sem direito a apelação. A decisão favorável a Bosman mexeu profundamente com todas as estruturas no futebol da Europa.

O imbróglio teve início quando o atleta foi impedido no seu direito de mudar de clube. Bosman chegou ao RFC Liège em maio de 1988. Assinou contrato por dois anos e sua nova equipe havia pagado uma indenização de US\$ 65 mil ao antigo clube, o Standard de Liège, onde Bosman começou sua carreira, aos 17 anos (em julho de 1982). Mas, após cumprir o contrato, o RFC Liège ofereceu a Bosman mais um ano de contrato, oferecendo um salário 75% menor. O jogador considerou o ato uma grande desconsideração e acabou sendo colocado na lista de dispensas do clube. A cláusula de indenização girava em torno de US\$ 225 mil.

Em julho de 1990, Bosman acertou com o US Dunkerque, da França. Assim, o time tentou o empréstimo do atleta com o RFC Liège por uma temporada, com possibilidade de compra no futuro, mas a equipe francesa não admitiu a cláusula de indenização proposta pelo clube belga. A negociação esfriou, o RFC Liège afastou Bosman e, sem poder trabalhar, o jogador entrou na Justiça. Já em novembro, um

tribunal belga permitiu que Bosman jogasse no San Quitin, da terceira divisão francesa. E a situação continuou se arrastando pelos tribunais da Europa.

No ano seguinte, em maio, o Tribunal de Apelação de Liége confirmou a sentença e mandou seu veredicto para o Tribunal de Justiça Europeu, para que fosse julgado de acordo com o Tratado de Roma. Bosman estava livre e poderia ir para outro clube. Mas quando voltou para a Bélgica, em setembro de 1992, o jogador teve dificuldades porque sua imagem estava arranhada. Não conseguiu clube e não tinha direito ao seguro-desemprego. Em maio de 1993 ele passou a atuar no Olympique Charleroi, da terceira divisão belga. No ano seguinte, foi para o Vise, da quarta divisão.

Mas se no futebol ele não conseguia obter muito sucesso, o mesmo não se podia dizer de sua relação com os tribunais. Em março de 1995, a Suprema Corte da Bélgica deu ganho de causa a Bosman, na ação contra a União das Associações Europeias de Futebol (Uefa), Federação Belga de Futebol e RFC Liége. O jogador ainda pedia uma indenização de 700 mil francos por danos e prejuízos com o processo. Seu advogado, Carl Otto Lenz, advertiu o tribunal que aquelas restrições aos atletas iam contra a livre circulação de trabalhadores, que é um direito fundamental na Europa.

Mas os donos do poder, no caso a Fifa, a Uefa e as federações de futebol dos países europeus associadas à Uefa, assinaram uma carta citando as “perigosas consequências” que a livre circulação de jogadores traria. Mas o Tribunal de Justiça Europeu deu a vitória para Bosman, sem direito a apelação. Ele estava livre, assim como todos os outros jogadores. E mais: o tribunal ordenou que a sentença passasse a valer a partir de 1º de março de 1996, sem dar um período de transição.

Assim, os clubes não teriam direito a mais nada numa eventual transferência do jogador ao final de seu contrato.

A Uefa tentou o apoio das equipes, depois das federações nacionais, mas nunca conseguiu a unanimidade. Assim, acabou tendo de acatar oficialmente a sentença do Caso Bosman e anulou a regra que limitava a três o número de estrangeiros nos seus times associados. Aquela medida ficou conhecida como Lei Bosman e mudou radicalmente o futebol no período que se seguiu. É uma lei que não tem nada a ver com o esporte, pois trata apenas da garantia dos direitos do cidadão europeu, já que o futebol não poderia ser uma exceção dentro da sociedade europeia. Mas modificou completamente a realidade dos clubes, principalmente daqueles que possuem menos dinheiro em caixa.

A sentença do Tribunal de Justiça Europeu, declarando que todo jogador pertencente aos países membros da União Europeia poderia atuar em qualquer equipe que fizesse parte da União Europeia sem ser considerado estrangeiro, também acabou com o preço do passe dos jogadores. E desde então alguns clubes faliram, já que não podiam mais contar com o dinheiro das transferências dos jogadores que revelavam. A situação gerou uma bola de neve, com perda de identidade dos times, aumento do preço dos ingressos, elitização dos torcedores, atos de violências racistas e nacionalistas (falaremos disso mais adiante).

O Diretor-Executivo da Uefa, Lars-Christer Olsson, aproveitou a data de 10 anos da Lei Bosman para escrever um editorial na publicação oficial da entidade, a *uefadirect*, abordando algumas consequências que, para ele, “chocaram o futebol europeu”. O artigo foi publicado em 25 de novembro de 2005.

De aniversário em aniversário

(...) O ano de 2005 também assinala outro aniversário, respeitante a uma decisão que abalou o futebol europeu: em Dezembro de 1995, o Tribunal

de Justiça da União Européia anunciou o seu veredicto no caso Bosman e colocou um ponto final não só no sistema de transferências em vigor naquele momento, mas também no número limite de jogadores estrangeiros. Tudo isto em nome da livre circulação de trabalhadores no seio da União Européia.

O Caso Bosman não está, certamente, na gênese de todos os males que afetam o futebol europeu. Porém, a verdade é que veio obliterar salvaguardas que os responsáveis do futebol haviam estabelecido de forma conscienciosa, nunca com o objetivo de sobrepor o futebol à legislação da União Européia, mas antes com o propósito de preservar a natureza específica do jogo e prevenir a exploração.

Desde então, as transferências de jogadores têm crescido a um ritmo estonteante, sendo que as grandes quantias de dinheiro envolvidas no futebol acentuaram esta tendência, privando gradualmente os clubes da sua própria identidade. Alguns clubes mais astutos tiraram vantagem deste crescimento do mercado para atingir níveis nunca antes alcançados, mas, ainda assim, fazem parte de uma minoria. Em termos gerais, a diferença entre os clubes ricos e os menos abastados aumentou, fenômeno esse que se reflete negativamente nas competições, tornando-as menos interessantes.

Não vale a pena trazer novamente à tona o Caso Bosman, até porque seria uma perda de tempo. Aquilo que é realmente importante é aprender com o passado e com o Caso Bosman, mantendo um diálogo constante com a União Européia, de forma a ser possível convencer os seus líderes da natureza específica do nosso jogo e das questões exigentes que ele enfrenta. Esse diálogo já está em curso, mas é imprescindível que o futebol fale com uma só voz; isto se se pretende que os seus argumentos sejam ouvidos e compreendidos com clareza – como na defesa da formação e proteção dos jovens jogadores. Uma posição unida é uma força de persuasão.

2.6 O EXEMPLO DA EUROPA

Naquele ano de 1995, o atual campeão europeu era o Ajax, da Holanda, que, no ano seguinte, ainda se classificou para disputar a final da Copa dos Campeões 1995/1996 contra a Juventus, da Itália. Mesmo derrotado na decisão para o time de Turim, o Ajax sofreu um desmanche e não mais se recuperou. Perdeu grandes jogadores para os times italianos. Muitos não quiseram renovar contrato para poderem ir de graça para outras equipes, de acordo com a Lei Bosman. Quatro jogadores foram para o Milan, da Itália: Patrick Kluivert, Winston Bogarde, Michael

Reiziger e Edgar Davids. Era uma mudança no equilíbrio de poder entre as equipes europeias.

As competições seguintes da Copa dos Campeões tiveram vitórias de times da Espanha (Real Madrid e Barcelona), Alemanha (Borussia Dortmund e Bayern Munique), Inglaterra (Manchester United e Liverpool) e Itália (Milan). Só o Porto, na temporada 2003/2004, conseguiu quebrar a sequência de títulos dos times mais ricos da Europa. Mesmo assim, todos pertencem ao G-14, o grupo formado pelos clubes mais ricos e mais influentes politicamente da Europa.

Em outro pólo estão as pretensões supranacionais, defendidas pelo grupo dos mais poderosos clubes europeus, o chamado G14. Este pressiona a UEFA por um campeonato europeu de clubes, que lhe seria mais rentável do que os tradicionais campeonatos nacionais. E pressiona a FIFA para não ser obrigado a ceder seus jogadores de variadas procedências às respectivas seleções. Sendo multinacionais que recrutam trabalhadores em vários países, têm partidas televisionadas para todo o mundo e vendem produtos com sua marca em todos os continentes, tais clubes propõem um futebol sem fronteiras. (FRANCO Jr., 2007, p. 95)

Le G14 est un groupement d'intérêt économique (GIE) européen enregistré à Bruxelles. Il représente les vues des clubs réputés participer le plus à la qualité et au succès des compétitions européens interclubs. Il est réputé fournir aux équipes nationales les joueurs les plus significatifs, il est la "1^{re} organization internationale de clubs de football".¹¹ (BONIFACE, 2006, p. 127)

O Ajax também faz parte do G-14, mas economicamente acabou deixando a elite dos clubes europeus, por não ter condições de competir financeiramente com os rivais da Itália, Espanha, Alemanha e Inglaterra. Mas o Ajax ainda faz o papel de elite na Holanda, polarizando com o PSV Eindhoven as revelações dos times menores. E faz com as pequenas equipes de seu país o mesmo que não deseja

¹¹ O G14 é um grupo de interesse econômico europeu registrado em Bruxelas. Ele representa os pontos de vista dos clubes que têm fama de mais participarem da qualidade e do sucesso das competições europeias de clubes. Ele tem a fama de fornecer às equipes nacionais os jogadores mais significativos, sendo a "primeira organização internacional de clubes de futebol" (T.A.).

para ele em seu continente, comprovando como a lógica capitalista atua nas diferentes escalas da mesma maneira.

As novas regras tiraram de clubes pequenos sua principal fonte de receita, a venda de jogadores que eles revelam. Em 2005, o faturamento dos vinte maiores clubes europeus representou metade do faturamento total de todos os clubes dos cinco grandes países futebolísticos do continente (Alemanha, Espanha, França, Inglaterra e Itália). Como em outros domínios, também no futebol o liberalismo favorece a elite (clubes e jogadores) e abandona os demais à própria sorte. (FRANCO Jr., 2007, p. 121)

Esse fato também se revela nas competições nacionais na Europa, que se tornam menos interessantes do ponto de vista da alternância de campeões graças à grande disparidade entre as equipes. E como os principais torneios nacionais são definidos por pontos corridos, vence a equipe que tem melhor estrutura, melhor qualidade técnica, que investiu mais etc. A chance de dar uma “zebra” é praticamente nula, já que a competição privilegia a regularidade durante toda a temporada, nas mais de 34 rodadas do Campeonato Alemão e 38 rodadas dos Campeonatos Italiano, Espanhol, Francês e Inglês.

Um levantamento sobre os últimos campeões de cada país mostra também uma concentração de títulos em um menor número de equipes. Na Inglaterra, entre a temporada 1985/1986 e a temporada 1994/1995, seis equipes diferentes foram campeãs. Depois, entre 1995/1996 e 2004/2005, apenas três equipes levantaram a taça nas 10 temporadas (Manchester United, Arsenal e Chelsea). O Manchester é considerado o segundo clube mais rico do mundo, segundo o *Annual Review of Football Finance 2008*. Está no G-14 junto com o Arsenal. Já o Chelsea foi adquirido pelo bilionário russo Roman Abramovich, que investiu cerca de R\$ 1 bilhão para trazer o primeiro título do Campeonato Inglês para o clube londrino após 50 anos de

jejum (o outro título havia sido na temporada 1954/55). E no ano seguinte, conquistou novamente a taça na Inglaterra.

Na França existe um equilíbrio entre os dois momentos diferentes: tanto no período de 1985/1986 a 1994/1995 como no de 1995/1996 a 2004/2005, o campeonato nacional contou com cinco campeões diferentes. Na Espanha, o primeiro período foi marcado apenas por dois campeões: Real Madrid e Barcelona. Já no período mais recente, cinco equipes diferentes levantaram a taça, por conta do investimento financeiro nesses outros clubes, mas os dois mais famosos tiveram o maior número de títulos.

Selon José Angel Sanchez, responsable de marketing au *Real* de Madrid: “Em réalité, vous pourrez à la fin avoir six marques globales. Les gens soutiendront une sous-partie locale de l’une des six grandes marques. On doit se positionner pour ça”. Les clubs les plus connus organisent désormais de très lucratives tournées d’avant-saison em Chine, au Japon ainsi qu’aux États-Unis. Toujours selon Sanchez: “Nous sommes des fournisseurs de contenus, comme um studio de film. Et avoir une équipe avec Zinedine Zidane, c’est comme avoir un filme avec Tom Cruise”.¹² (BONIFACE, 2006, p. 31)

Na Itália, dos 20 clubes que disputam a primeira divisão, cinco foram campeões na década entre 1985/1986 e 1994/1995. Mas nos dez anos seguintes, quatro foram campeões e o torneio mostrou o predomínio das equipes do Norte sobre as do Sul, ou seja, o predomínio do lado mais rico sobre o mais pobre. Em duas temporadas, de 1986/1987 e de 1989/1990, o Napoli levou o *scudetto*. A vitória da equipe de Nápoles, liderada pelo argentino Diego Armando Maradona, evidenciou as diferenças sociais entre Norte e Sul da Itália e deu o orgulho para uma

¹² De acordo com José Angel Sanchez, responsável pelo marketing do Real Madrid: “Na verdade, no final você poderá ter seis marcas globais. As pessoas apoiarão uma subparte local de uma dessas seis grandes marcas. Devemos nos posicionar para isso”. Os clubes mais conhecidos já organizam torneios de pré-temporada muito lucrativos na China, no Japão e nos Estados Unidos. Ainda Segundo Sanchez: “Nós somos fornecedores de conteúdo, como um estúdio cinematográfico. E ter uma equipe com Zinedine Zidane é como ter um filme com Tom Cruise” (T.A.).

cidade antes desprezada. O craque também conquistou na equipe a Copa da Uefa, em 1989, e a Supercopa italiana, no ano seguinte.

Mas sua maior conquista foi mudar, mesmo que momentaneamente, as estruturas de poder na Velha Bota. Por isso, os moradores da cidade têm admiração absoluta pelo polêmico jogador e fizeram até um museu na cidade em sua homenagem. Na Copa do Mundo de 1990, quando a Itália enfrentou a Argentina pela semifinal da competição, a partida foi realizada em Nápoles. Maradona aproveitou a imprensa para dizer que o povo local iria torcer para ele e contra a Itália, além de enfatizar a discriminação que os sulistas sofriam. Muitos napolitanos torceram contra sua própria pátria por causa de Maradona, mas a maioria manteve a torcida pela Itália. Só que de qualquer forma a seleção da casa jogou sem intimidade, como se estivesse em um campo de outro país.

Mas, após a fase áurea do Napoli, nenhum time do Sul conseguiu outro título nacional na Itália. Sem um bom time, a cidade de Nápoles voltou a cair no esquecimento e só em 2007 a equipe voltou à primeira divisão. Assim como tantos outros que já foram protagonistas outrora. Ao lado disso, nos últimos anos vêm crescendo os atos fascistas e racistas nos estádios. Principalmente das torcidas do Norte do país, como a da Lazio (por duas vezes o jogador Di Canio comemorou um gol com a saudação fascista, com a mão estendida, e foi punido e multado por isso). E por causa da chegada em massa de estrangeiros migrantes, esse problema fica mais evidente.

A força real da xenofobia é percebida no fato de que a ideologia do capitalismo globalizado dos mercados livres, que se implantou nos principais governos nacionais e instituições internacionais, fracassou redondamente no estabelecimento da livre movimentação internacional da força de trabalho, ao contrário do que ocorreu com o capital e o comércio. (...) A dialética das relações entre a globalização, a identidade nacional e a xenofobia é enfaticamente demonstrada pela atividade pública que combina esses três elementos: o futebol. Graças à televisão global, esse

esporte universalmente popular transformou-se em um complexo industrial capitalista de categoria mundial (embora de tamanho modesto, em comparação com outras atividades de negócios globais). (HOBSBAWM, 2007, p. 91-92)

A Fifa está preocupada e tenta tomar medidas duras contra os atos discriminatórios. Pune clubes por causa de seus torcedores e faz diversas campanhas pelo mundo contra o racismo.

A Europa também mudou por causa da globalização. Destacadamente, o continente foi inundado por imigrantes. Antes da guerra, judeus e ciganos eram *outsiders* que carregavam o fardo do desprezo da cultura européia pela alteridade. A chegada de senegaleses, paquistaneses e chineses não dotou o nacionalismo europeu de uma idéia significativamente mais multiétnica de Estado. Mas difundiu o ódio, de modo que ele não se fixa num único grupo digno de eliminação. Pode-se ver isso com muita clareza no estádio de futebol. O anti-semitismo cru é uma anomalia. A maior parte do ódio presente no futebol agora se concentra nos negros sob a forma de ruídos simiescos e ofensas racistas que emanam de multidões e de atletas (FOER, 2005, p. 79).

Na Alemanha, há casos de atos racistas no futebol por parte dos torcedores, e crescem os movimentos totalitários. Mas no campo de jogo a situação é parecida com a da Itália e Inglaterra. Entre 1985/1986 e 1994/1995, cinco clubes conquistaram o campeonato nacional nas 10 temporadas. Já de 1995/1996 a 2004/2005, apenas quatro times ganharam o principal troféu no país. Para complicar, 2005 marcou a queda do Hansa Rostock, um time da antiga Alemanha Oriental. Pela primeira vez em 15 anos, a Bundesliga não contou com representantes do Leste do país. Na temporada 2007/2008, o Hansa Rostock foi rebaixado novamente para a segunda divisão. E o Energie Cottbus caiu na última edição do torneio e a temporada 2009-2010 não conta com qualquer time da antiga Alemanha Oriental.

Logo após a reunificação das Alemanhas, em 1991, o Hansa Rostock e o Dínamo Dresden foram integrados à Bundesliga. Eles haviam sido campeão e vice

daquele ano na Alemanha Oriental. Observando-se a segunda divisão do Campeonato Alemão, nota-se que o reflexo do dinheiro é o mesmo. Em 1991, seis clubes orientais disputavam o torneio. Na temporada 2009-2010 restam apenas três representantes do “lado mais pobre” do país – o Hansa Rostock, o Energie Cottbus e o FC Union Berlin. O abismo entre o futebol jogado no leste e oeste aumentou.

As diferenças entre os dois lados aparecem também quando se analisa o futebol, pois a desigualdade se agravou após a queda do Muro de Berlim, em 1989. Um êxodo em massa dos jogadores do leste para o oeste provocou a falência de muitos clubes orientais. “Times como o Dínamo Berlim (vencedor de 44 títulos nacionais da República Democrática Alemã – RDA), Dínamo Dresden, Magdeburg, Carl Zeiss Jena, Lokomotiv Leipzig, Hansa Rostock, União Berlim e Chemnitz eram potências do futebol do bloco socialista”, diz uma reportagem da Deutsche Welle¹³. Aquelas equipes que tinham como ponto forte a preparação física forneceram jogadores para os clubes do oeste e hoje não pertencem mais à elite do futebol alemão.

Os problemas econômicos fizeram com que as equipes do leste entrassem em decadência. Estima-se que cerca de 500 atletas migraram para o oeste. E dentre esses jogadores estavam craques como Mathias Sammer, Ulf Kirsten, Jens Jeremies, Carsten Janker, Alexander Zickler e outros, que logo se integraram à seleção alemã unificada. Atualmente, um dos principais jogadores da Alemanha, o meio-campista Michael Ballack, é do lado leste do país – mas nas entrevistas prefere omitir esse fato. Nasceu no lado mais pobre para brilhar no Bayern de Munique, principal clube do lado mais rico, e depois se transferiu para o Chelsea, clube rico de Londres.

¹³ A matéria foi publicada no dia 20/11/2005 e tem como título “A Alemanha prepara a Copa da reunificação”.

A Federação Alemã de Futebol tentou um projeto para reconstruir o futebol no leste do país. Contou com o apoio de ex-jogadores e facilitou a ascensão de equipes amadoras às divisões profissionais. Mas, com receio das reclamações dos times ocidentais, evita dar um suporte financeiro aos clubes do leste. Mesmo assim, a ausência de times do leste na primeira divisão alemã é motivo de preocupação de dirigentes, que não querem que o futebol manche o “sucesso” da unificação. Tanto que Franz Beckenbauer, ex-jogador e presidente do Comitê Organizador da Copa do Mundo de 2006, sugeriu que se aumentasse para 20 o número de clubes da primeira divisão (atualmente são 18). A ideia era dar uma chance para duas equipes orientais. Mas a proposta foi rechaçada e dificilmente será aceita.

E para a disputa da Copa do Mundo na Alemanha, das 12 cidades-sede, apenas uma se encontrou em território que pertencia à antiga Alemanha Oriental: Leipzig. Curiosamente, até o estádio Olímpico de Berlim, onde foi realizada a final, fica no lado oeste. Dessa forma, o futebol só realça as diferenças históricas e ajuda a aprofundar as desigualdades que existem em todos os setores da sociedade alemã, mostrando que o futebol jogado nos dois lados de seu território é semelhante ao modo de vida do Leste e do Oeste.

Uma recente medida da Federação Alemã de Futebol e da Liga Alemã de Clubes também irá provocar fortes mudanças. De mãos dadas com a globalização, as entidades chegaram ao consenso de derrubar o limite de jogadores estrangeiros, tanto das equipes da primeira quanto da segunda divisão. Assim, os times podem escalar quantos jogadores não-comunitários (que não são da União Europeia) quiserem, ou seja, entrar em campo com uma equipe totalmente estrangeira e deixar os atletas de seu próprio país no banco de reservas. A única norma estabelecida foi

a de que cada equipe deve ter no elenco pelo menos 12 jogadores nascidos em território nacional.

A iniciativa também se junta ao cumprimento de uma determinação tirada no Congresso da Uefa em abril de 2005, de que a partir da temporada 2006/2007 cada clube deveria reservar dois lugares no elenco para atletas formados em suas categorias de base. O número saltará, gradativamente, para quatro atletas, a partir de 2008/2009, além de outros quatro formados por clubes do mesmo país. Mas a medida que tentaria privilegiar o mercado local, as escolas nacionais e evitar a importação de atletas acabou dando um tiro pela culatra.

2.7 A CONTRATAÇÃO DE CRIANÇAS

Além dos jogadores já formados ou que estão deixando o amadorismo para se profissionalizar, os grandes clubes estão tentando burlar a medida contratando crianças, que são transformadas em mercadoria e negociadas pela família com olheiros dessas equipes. A gota d'água foi a tentativa do Chelsea de contratar Christian Ponde, um português de 10 anos, filho de romenos¹⁴. Mas, contrariando a regra, o garoto esperneou e não aceitou os dólares e euros que seriam despejados em sua casa. Disse que queria jogar no Sporting, seu time de coração. E conseguiu evitar a precoce transferência.

Mas isso costuma ser exceção. Todos os anos, dezenas de crianças são distanciadas de suas raízes e cultura. Em 2005, o Valencia contratou o austríaco

¹⁴ Informação publicada no site do Clube dos 13 (<http://clubedostreze.globo.com>) com acesso em 1º/5/2005. É baseada em um texto dos jornalistas Markus Kotter e Jens Anker, que foi publicado no jornal Welt am Sonntag, a edição dominical do jornal Die Welt, da Alemanha.

Nikon Jevtic, que tinha 11 anos. O Barcelona recebeu o argentino Erik Lamela, na época com 12 anos, que também era cobiçado por outros clubes da Itália e Inglaterra. O salário do menino é de 120 mil euros por ano. O jovem Lionel Messi já havia traçado o mesmo caminho para o clube catalão. “A África produz alguns dos melhores jogadores para o mundo e não recebe nada em troca. O mundo ainda nos vê como escravos. Vivemos uma segunda escravidão (Roger Milla).” (AGOSTINO, 2002, p. 201).

Aqui mesmo no Brasil, recentemente, o menino Jean Carlos Chera, na época com 9 anos, fez sucesso com uma fita que mostrava suas belas jogadas. Apesar do assédio do Manchester United e do Porto, os pais do garoto acabaram conseguindo colocá-lo no Santos. Mas logo ele deverá ser mais um produto brasileiro de exportação. Um dos principais fatores apontados por essa mudança de comportamento dos grandes clubes europeus foi a nova determinação da Uefa. A entidade que rege o futebol na Europa decidiu que, até 2008, oito jogadores de uma equipe profissional devem ter, pelo menos, três anos de formação no próprio clube. Na realidade, a ideia era incentivar o futebol de base de cada país, mas a medida acabou indo para o sentido oposto.

E para burlar as regras da Fifa – que em seu estatuto proíbe transferências internacionais de jogadores menores de idade –, os clubes oferecem empregos para a família dos pequenos craques. Assim, não fica caracterizada a contratação de jogador e os times podem justificar a transferência da família para o novo país por causa do novo trabalho. Roman Abramovich, dono do Chelsea, da Inglaterra, também entrou nesse agressivo mercado. Ele contratou, no final de 2005, Slobodan Rajkovic, de apenas 16 anos. Pagou cinco milhões de euros pelo zagueiro, mas ele só foi para o Chelsea em 2007. Essa nova era terá efeitos nocivos para muitas

crianças, pois elas são encaminhadas muito cedo para uma profissionalização (sendo que a maioria desses garotos vem de países pobres), e as entidades que regem o futebol mundial já estão preocupadas com os rumos que tudo isso tomou.

Os administradores e descobridores de talentos dos principais clubes portugueses viajam para o Brasil, Moçambique e outros países lusófonos em busca de jovens promissores e assinando acordos (“de exportação”) com os clubes locais. (TIESLER & COELHO, 2006, p. 328)

3 A GEOPOLÍTICA DO FUTEBOL

Para atingir o status que tem hoje, o futebol passou por um complexo e amplo processo de difusão espacial. Gilmar Mascarenhas de Jesus (2001, p. 73) explica esse fenômeno:

O futebol, evidentemente, não desfruta do mesmo grau de prestígio e tradição em todas as regiões do planeta (...) A difusão espacial do futebol está intrinsecamente relacionada com o imperialismo inglês e sua vasta área de influência, o que permitiu ao futebol êxito muito superior a outras modalidades de esporte coletivo de grande apelo popular.

Mascarenhas cita o imperialismo inglês¹⁵ e sua influência mundial no final do século XIX e início do XX, e aí já estamos entrando na questão da geopolítica. Para se chegar a uma geopolítica do futebol, é preciso entender também o conceito de geopolítica. José William Vesentini, em seu livro *Imperialismo e Geopolítica Global* (1990), faz a seguinte definição:

É a política, interna e externa, dos Estados na sua dimensão espacial, como (re)arranjo dos elementos e níveis de espaço (distribuição populacional, meios de transportes, fronteiras, 'áreas de influência' externas, desenhos urbanísticos, cidades-capitais, etc.) com vistas ao exercício do poder.

A palavra "Geopolítica" surgiu pela primeira vez em 1916, no trabalho *O Estado como Manifestação da Vida*, do germanófilo sueco Rudolf Kjéllen, professor de Ciência Política da Universidade de Upsala. Ele dizia que "geopolítica é a ciência que concebe o Estado como um organismo geográfico ou como um fenômeno no

¹⁵ Cabe destacar que o imperialismo inglês serviu para difundir o futebol, principalmente nas regiões portuárias e com a construção de estradas de ferro, no entanto a popularização do esporte se deu já em meados do século XX, com sua profissionalização.

espaço” (MAGNOLI, 1991, p. 12). Mas muitos geógrafos consideram a obra *Geografia Política*, de Friedrich Ratzel, de 1897, como a primeira sobre geopolítica, apesar de o autor não utilizar esse termo. É de Ratzel a famosa frase “Espaço é poder”, o que mostra que, qualquer que seja a análise geopolítica, o poder é imanente. Segundo Demétrio Magnoli, essa obra é a pedra de toque original de todo o pensamento geopolítico (MAGNOLI, 1991, p. 13). E por espaço Ratzel entende tudo que há dentro dele.

Wanderley Messias da Costa (1990, p. 6), em sua tese de doutorado *Geografia Política e Geopolítica*, distingue e conceitua as duas, apontando outro caminho: “à Geopolítica caberia a formulação das teorias e projetos de ação voltados às relações de poder entre os Estados e às estratégias de caráter geral para os territórios nacionais e estrangeiros”. Já o espanhol Jaime Vicens Vives, em seu *Tratado General de Geopolítica*, afirma que a geopolítica interpreta o passado geográfico e histórico para justificar a atualidade. Mas ele considera que o termo correto deveria ser “Geohistória” e não “Geopolítica”. No decorrer do livro, ele vai definir geopolítica:

é a doutrina do espaço vital. Resume os resultados da Geografia Histórica e da Geografia Política em uma síntese explicativa, que busca aplicar a consideração dos sucessos políticos e diplomáticos contemporâneos. Não pertence propriamente à ciência geográfica (VIVES, 1950, p. 79).

Entretanto, em 1928, o grupo formado por Haushofer, Obst, Lautensach e Maull criou a seguinte definição para geopolítica: “É a ciência de vinculação geográfica dos acontecimentos políticos” (VIVES, 1950, p. 61). Como geográfica, entende-se que ela não deve levar em conta apenas os fatores naturais, mas é preciso também ressaltar os fatores sociais: a relação homem-natureza. A geopolítica está diretamente ligada à disputa de poder, e é dinâmica. É a teoria que

está por trás das formas de dominação: “Nada, na geopolítica, assemelha-a com uma teoria desinteressada: ela é um guia para a ação”, explica Magnoli (1991, p. 31-32).

Mas o novo termo teve muitas dificuldades de recepção no meio acadêmico. Já em meados do século 20, o termo “geopolítica” sofria discriminação por boa parte dos geógrafos. Foi quando Josué de Castro escreveu o livro *Geopolítica da Fome* e, além de usar o termo, estudou o problema da fome, que ainda era um tabu. Eis sua definição de geopolítica:

O sentido real da palavra Geopolítica é o de uma disciplina científica, que busca estabelecer as correlações entre os fatores geográficos e os fenômenos de categoria política, a fim de demonstrar que as diretrizes políticas não têm sentido fora dos quadros geográficos, isto é, destacadas da realidade e das contingências do meio natural e do meio cultural. (...) É apenas um método de interpretação da dinâmica dos fenômenos políticos em sua realidade espacial, com as suas raízes mergulhadas no solo ambiente (CASTRO, 1965, p. 27).

Para Gabriel Wackermann (1997, p. 5 apud VESENTINI, 2003, p. 11), é possível falar atualmente em “novas geopolíticas”:

A Geopolítica, surgida no início do século 20, tem como preocupação fundamental a questão da correlação de forças – antes vista como militar, mas hoje como econômico-tecnológica, cultural e social – no âmbito territorial, com ênfase no espaço mundial (...) É possível falar em ‘novas geopolíticas’, mantendo um significado relativamente preciso e delimitado para a palavra – isto é, como um campo de estudos interdisciplinar que se refere à correlação de forças no plano espacial, com ênfase na escala mundial.

Assim, podemos conceituar a geopolítica como uma fundamentação geográfica de linhas de ação política. Ela estuda os artifícios de controle do espaço e procura entender os diversos interesses que se chocam e se mostram de maneira fragmentada. Como disciplina, a geopolítica trabalha fundamentalmente a relação entre espaço e poder. Ela não é somente utilizada pelo Estado. Pode ser

empreendida por entidades, como a Fifa, por exemplo, mas vale ressaltar que a entidade que rege o esporte no mundo não tem uma autonomia em relação ao movimento geral do capitalismo: sua independência é relativa. Assim, em suma, no futebol, a geopolítica abordaria a relação entre o poder do futebol e o espaço do futebol, numa escala planetária.

Il est meme aujourd'hui plus vaste que l'empire domine par l'hyperpuissance américaine. Et nettement moins conteste par ceux sur lesquels il étend son emprise. A vrai dire, il est peu de phénomènes plus répandus dans le monde que celui du football.¹⁶ (BONIFACE, 2002, p. 11)

Numa Copa do Mundo, é a geopolítica que define quantos países de cada continente participarão dos mundiais. A Europa consegue muito mais vagas na competição proporcionalmente ao número de países que possui, ao contrário do continente africano ou asiático. Dos 32 países que disputaram a última Copa do Mundo, realizada na Alemanha, 14 eram da Europa (incluindo o país-sede). Cinco eram da África, quatro da Ásia e um da Oceania. É a geopolítica interferindo no futebol.

Outro dado interessante é que a maior potência mundial da atualidade, os Estados Unidos, é considerada um país de terceiro escalão¹⁷ na geopolítica do futebol. Mas aí pesa muito mais o aparente desinteresse pelo esporte, até porque, quando surgiu o futebol da maneira como é hoje, propagado no mundo pelos ingleses, os estadunidenses tiveram uma reação de negação ao esporte, pois era

¹⁶ Hoje ele [o futebol] é mais vasto até que o império dominado pela hiperpotência norte-americana. E claramente menos contestado por aqueles sobre os quais ele estende seu império. Para dizer a verdade, há poucos fenômenos mais difundidos no mundo que o do futebol (T.A.).

¹⁷ Apesar de não apresentar resultados expressivos dentro de campo, os estadunidenses tentam alimentar o interesse pelo esporte em suas fronteiras. Realizaram uma Copa do Mundo em 1994, e empresas do país, como a Nike, patrocinam a Seleção Brasileira e os principais jogadores de futebol do mundo. Apesar do aparente desinteresse dentro dos gramados, os Estados Unidos se mostram interessados na reprodução ampliada do capital.

algo que vinha da metrópole, dos colonizadores. O beisebol foi adotado e um movimento nacionalista banuiu o esporte das universidades norte-americanas. Ele passou a ser praticado apenas pelos imigrantes nas ruas das cidades industriais (MASCARENHAS, 2001, p. 80).

Ajoutons que le football est d'ailleurs l'un des rares phénomènes de la mondialisation qui échappe à la domination américaine. (...) Le football, lui, fait exception à cette règle. Non seulement les États-Unis ne sont pas une grande puissance de football, mais, en outre, ils n'ont pu imposer au reste du monde leurs propres standards sportifs.¹⁸ (BONIFACE, 2002, p. 15)

3.1 VENEZUELA E POLÍTICA INTERNA

A Venezuela também tem o beisebol como esporte mais popular. Mas o país sabe que não pode ignorar o esporte mais popular do mundo:

La definition classique de l'État repose sur trois critères traditionnels: un territoire, une population, un gouvernement. Nous pourrions en ajouter un quatrième: une équipe nationale de football! Aujourd'hui, l'indépendance nationale se caractérise par la capacité à défendre ses frontières, battre monnaie et disputer des épreuves de football au plan international.¹⁹ (BONIFACE, 2006, p. 47)

Entre junho e julho de 2007, a Copa América foi realizada naquele país. Contou com todas as seleções pertencentes à Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol), além de Estados Unidos e México. Primeiramente, é preciso

¹⁸ Acrescentemos que o futebol é um dos raros fenômenos da mundialização que escapa à dominação norte-americana. (...) O futebol é exceção a essa regra. Não apenas os Estados Unidos não são uma grande potência do futebol, mas, além disso, eles não conseguiram impor ao resto do mundo seus próprios padrões esportivos (T.A.).

¹⁹ A definição clássica de Estado assenta em três critérios tradicionais: território, população e governo. Nós poderíamos acrescentar um quarto: uma equipe nacional de futebol! Hoje a independência nacional se caracteriza pela capacidade de defender as fronteiras, cunhar moeda e disputar competições de futebol no plano internacional (T.A.).

entender a realização da Copa América em um país que não gosta de futebol. Além do beisebol, basquete, vôlei, rúgbi e boxe também são esportes comuns na rotina do venezuelano. A principal intenção foi popularizar o futebol no país e o interesse na Copa América foi mais por ser um evento esportivo grandioso do que pelo esporte em si. E, claro, por ser também um grande negócio.

Pensando não apenas nas questões de geopolítica, mas também de política interna, o presidente Hugo Chávez fez de tudo para conseguir fazer um uso político da competição. Todas as cidades-sede passaram por processos de mudanças na infraestrutura, cartazes com propagandas do governo eram vistos nas ruas e nos estádios, e material político sobre o Socialismo Bolivariano foi distribuído para a imprensa estrangeira. Estava claro que a tentativa era usar o futebol como forma de popularizar o regime chavista.

Uma situação curiosa foi ver um banner do governador Tarek William Saab, do estado de Anzoátegui, que foi sede do Brasil na primeira fase da Copa América. Ele é muito amigo de Chávez, que o chama de “O Poeta da Revolução”. Tarek tinha fotos espalhadas por todos os lados e declarou: “Minha aprovação (pela população) é de 60%. Depois da Copa América, vai passar dos 70%”. O banner abaixo ilustra bem o uso político do torneio.



Ilustração 1 – Banner com o governador do estado de Anzoátegui, na Venezuela

Para alguém que não conhecia o país, é muito difícil opinar sobre a situação da Venezuela. O governo Chávez usa o dinheiro do petróleo para financiar seus projetos de mudanças. A população é polarizada entre quem ama e quem odeia o presidente, e existe uma discussão forte sobre censura, apesar de que rádios e televisões incentivam a cultura nacional. Chama a atenção a excessiva militarização.

Além do uso político, era nítida a intenção de usar a Copa América como negócio. Em alguns estados, era claro o uso da competição para colocar a Venezuela no mapa turístico do mundo. Muito dinheiro foi envolvido para dar um padrão “europeu” para a competição, principalmente para os campos de jogo. Mais de US\$ 500 milhões foram movimentados por causa do torneio, com transmissão para 186 países (em três idiomas – espanhol, português e inglês) e público acumulado de quatro bilhões de pessoas para assistir aos jogos. Com o convite para os Estados Unidos participarem do torneio, o evento teve uma inserção no mercado

norte-americano. No total, mais de quatro mil profissionais de imprensa estavam envolvidos na cobertura jornalística.

Para conseguir realizar a Copa América, a Venezuela teve de construir dois novos estádios e remodelou outros sete. Os gastos foram superiores a US\$ 500 milhões para as obras dos estádios e todos foram considerados de nível europeu. Houve uma disputa política para ver quem seria sede de partidas importantes, mas a concentração das sedes ocorreu na parte norte do país. Apesar do esforço, muitas obras estavam inacabadas durante a competição e os políticos fizeram a promessa de que espaços (estádio, campos de treinamento) seriam usados para escolinhas de futebol para crianças carentes.



Ilustração 2 – Sedes da Copa América 2007, na Venezuela

Algumas coisas interessantes puderam ser observadas no mais de um mês em que estive na Venezuela acompanhando a competição. A principal delas, grande diferencial em relação ao Brasil, é que a paisagem venezuelana apresenta poucos campos de futebol. Outro diferencial é em relação ao tratamento do torcedor. Apesar da venda problemática de ingressos, havia uma grande quantidade de bilhetes a preços populares e as emissora de televisão estatais transmitiram todos os jogos.

A ideologia chavista estava em toda parte, como já colocado. Inclusive em detalhes nos próprios estádios. Em Maracaibo, palco da final da Copa América entre Brasil e Argentina, as paredes estavam pintadas com desenhos de Che Guevara e Simon Bolívar, conforme imagens abaixo:



Ilustração 3 – Pinturas na parede do estádio de Maracaibo, palco da final da Copa América 2007

Ao final da competição, o presidente da Fifa, Joseph Blatter, elogiou a organização do torneio e prestigiou a decisão da Copa América. Sinal de status para a Venezuela e para a Conmebol. Aliás, para o projeto geopolítico da Conmebol, isso é fundamental. Assim como o convite para México e Estados Unidos. Outro fator importante é que o torneio foi realizado em ano diferente da Eurocopa, a principal competição de seleções da Europa. Mas a Copa América é o torneio de seleções

mais antigo do mundo e uma excelente vitrine para mostrar o talento dos sul-americanos, ou seja, para a exportação de atletas. Milhares de empresários de jogadores estavam na Venezuela para tentar fazer negócio.

Até o presidente da Fifa pediu que as outras seleções olhassem para a Copa América como o exemplo de futebol bem jogado, que se mirassem no futebol ofensivo que foi apresentado na competição. Joseph Blatter até elogiou a final entre Brasil e Argentina: “não apenas deslumbraram os espectadores presentes no estádio, mas também a centenas de milhões de telespectadores, provando o valor do futebol sul-americano no mundo todo”. No futebol globalizado, Brasil e Argentina continuarão exportando seus melhores atletas e os jogadores da Seleção Brasileira não terão identificação com a torcida, pelo fato de fazerem suas carreiras fora do país.

Ainda nessa geopolítica do futebol na América do Sul, muito deve ser feito para que a Venezuela entre de vez no grupo de países em que o dinheiro e o poder circulam com maior intensidade. A partir de 1987, a Copa América entrou em um rodízio de sedes entre os países. A Traffic, empresa de *marketing* esportivo, negociou o contrato de direitos comerciais e televisivos para as dez edições que se seguiram, sendo a última na Venezuela, em 2007. Tanto a empresa quanto a Conmebol lucraram muito com tudo isso.

A Venezuela, também, já colhe alguns frutos de seu investimento no futebol. O principal deles talvez seja a boa campanha que a seleção do país fez para as eliminatórias para a Copa do Mundo de 2010. Para um time que costumava ser saco de pancadas de todos os outros países, o desempenho da equipe fez com que os torcedores pudessem sonhar com uma classificação inédita para a Copa do Mundo nos próximos anos. E nas seleções de base, a equipe conquistou vaga para o último

Mundial Sub-20, realizado no Egito em outubro de 2009, deixando a favorita Argentina sem vaga. E na competição, conseguiu a proeza de vencer a poderosa Nigéria, numa vitória que fez com que o presidente Hugo Chávez até telefonasse para o treinador da seleção, para elogiar os jogadores.

3.2 A FIFA COMO UMA CORPORAÇÃO

A geopolítica sempre se relacionou às guerras, no sentido de disputa, conflito. Ela nunca é unilateral e possui um caráter ambíguo. E o futebol é mais uma dessas guerras, uma disputa entre países, clubes, jogadores, continentes e federações. Na geopolítica do futebol, o controle do espaço é o principal meio para se garantir o poder. E para garantir, também, a circulação das riquezas. Se uma seleção ganha mais espaço, é porque outra está perdendo. Existem em todas as situações os conflitos de interesse. Se o ex-presidente João Havelange aposta no crescimento do futebol na África, isso é em detrimento de outras regiões do mundo. Se um país europeu vai ser sede da Copa do Mundo, é porque o africano ficou à margem nesse momento. Isso ocorreu para definir a sede de 2006, quando a favorita África do Sul perdeu para a Alemanha (e com suspeitas de compra de votos dos delegados). Mas na edição de 2010 será a vez da África e em 2014, do Brasil. Os países da Europa já estão reclamando de que ficarão oito anos sem receber o torneio mundial.

Para conseguir articular todos esses interesses, a Fifa organiza e administra o futebol no mundo com mão de ferro. A entidade exerce esse poder influenciando suas confederações em cada continente, mas regula e controla as mudanças,

usando a geopolítica para dar as cartas. A própria forma como essa espécie de corporação se espalha pelo mundo segue o caminho do dinheiro, do poder político e do espaço a ser conquistado.

A complexidade que caracteriza a corporação – escala de operações, multifuncionalidade, segmentação, múltiplas localizações e poder econômico e político – vai se traduzir em um complexo ciclo de reprodução do capital que, por sua vez, está associado a uma complexa espacialidade (CORRÊA, 1992, p. 139).

Dessa forma, é preciso esboçar quais as características que tornam a Fifa uma corporação. Talvez a principal delas seja o enorme poder de influência política e econômica que possui. A Fifa controla todos os passos do futebol no mundo, determinando onde, como e quando ele será realizado, e faz com que a reprodução do capital se dê nesses moldes. Como as entidades nacionais têm de seguir seu estatuto, nada é feito contra a vontade da Fifa. Como explica Arlei Sander Damo (2005, p. 177), em tese de doutorado:

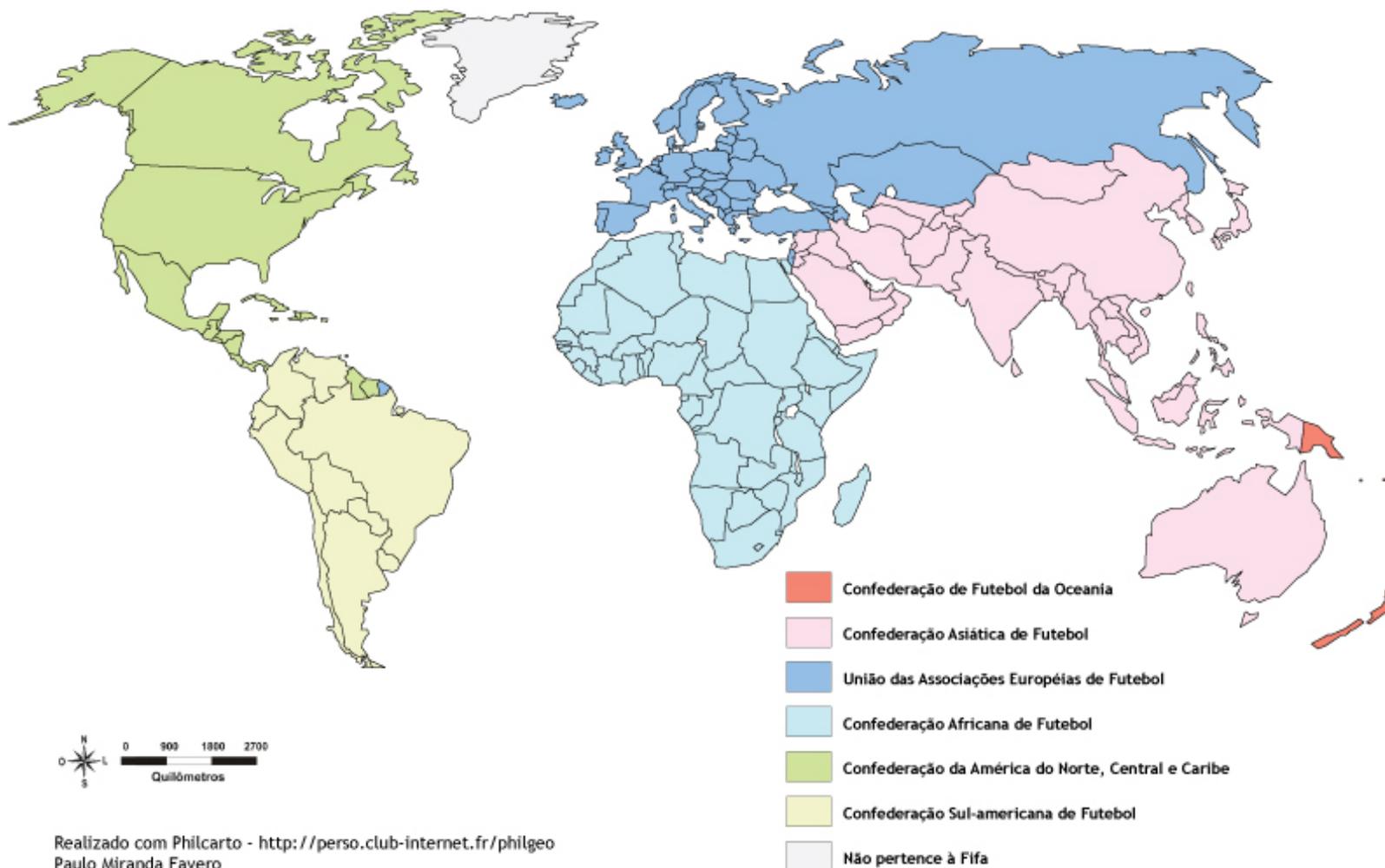
Na medida em que [a Fifa] detém o monopólio sobre o espetáculo, deixa aos futebolistas opções restritas de mercado para além dos clubes que participam do circuito por ela agenciado. As possibilidades de atuação ou, preferindo-se, de remunerar o capital futebolístico, são limitadas, ainda que exista uma intensa circulação desses profissionais (...) a circulação intensa (sendo as equipes brasileiras renovadas praticamente ano a ano) e extensa, em escala planetária, é característica do atual estágio de desenvolvimento do futebol de espetáculo, sendo o mercado incompreensível se não for pensado a partir do monopólio exercido pela Fifa e sua cadeia de agências continentais, nacionais e regionais.

Além das associações nacionais, a Fifa se espalha também em outra escala, a regional. Através das confederações continentais, ela consegue controlar cada região do planeta de maneira peculiar. A Fifa possui seis confederações regionais: Asiática; Africana; da América do Sul; Européia; da Oceania; da América do Norte, Central e do Caribe. Cada uma delas possui suas associações nacionais, mas nem

sempre isso segue a regionalização geográfica mundialmente conhecida. Por exemplo, a Austrália pediu recentemente, e foi aceita, para participar da Confederação Asiática de Futebol. Um dos argumentos é que aquele país prefere disputar as eliminatórias para a Copa do Mundo no outro continente e brigar diretamente por uma vaga do que disputar as eliminatórias na Oceania, mas aí garantir apenas uma vaga na repescagem para disputar uma vaga com o quarto classificado da América do Sul (o que costuma ser mais difícil).

Países da América do Sul, como Suriname e Guiana, disputam competições ligadas à confederação que reúne os países da América Central, do Norte e do Caribe. Já da Uefa, a entidade que rege o futebol no continente europeu, participam países como Azerbaijão e Cazaquistão, que têm suas áreas no continente asiático, e Turquia, que apesar de ter a maior parte de seu território na Ásia (e o restante na Europa), também participa dos torneios e eliminatórias europeias. Nesses casos, as associações estão mais preocupadas com o dinheiro, com o potencial de mercado e até com o status de “país europeu”, mesmo sabendo que a disputa das eliminatórias para uma Copa do Mundo na Europa ser bem mais difícil. Existe também o caso de Israel, que participa da Uefa, e nesse caso tem relevância a questão da identidade e o fato de haver muitas restrições, principalmente no Oriente Médio, à participação de Israel nos torneios regionais asiáticos. O mapa a seguir ajuda a visualizar essa diferente regionalização que a Fifa faz no mundo.

Regionalização da Fifa - 2008



Mapa 8 – Distribuição das associações nacionais de futebol através das Confederações Regionais da Fifa

Uma outra característica que torna a Fifa uma corporação é sua ampla escala de operações. A Fifa organiza torneios, vende cotas de patrocínio, dita as regras do futebol no mundo, negocia os direitos de televisão, fornece produtos licenciados, faz parcerias com multinacionais, age politicamente sobre a negociação de jogadores, toma partido em disputas entre países, proíbe certos tipos de uniformes ou chuteiras, dispõe sobre os estádios e os torcedores etc. Tudo isso também dá à Fifa um caráter multifuncional, pois ela tem suas afiliadas espalhadas pelo mundo, participa de diversos tipos de negócio dentro do futebol e ainda escolhe onde investir mais ou menos. Assim, a entidade se expande tanto verticalmente quanto horizontalmente.

Duas outras características citadas por Roberto Lobato Corrêa também mostram o papel da Fifa como corporação. A primeira é a segmentação da corporação, ou seja, em cada associação pertencente à Fifa o futebol tem uma função diferenciada. Em algumas ele é praticamente o produto final, o que seria o “sonho de consumo” de todos os envolvidos com esse esporte. Em outros, o papel é de fornecedor de jogadores que precisam ser lapidados – o Brasil se encaixa neste perfil. Existem também outros lugares que recebem as mercadorias que não são de ponta, para onde escoam os jogadores de segundo e terceiro escalão. E no final de toda essa cadeia corporativa estão os países que ainda não têm o futebol bem desenvolvido (e onde a Fifa costuma investir pensando no futuro)²⁰. Assim, cada uma dessas associações desempenha um papel diferente – e tão importante quanto

²⁰ Apesar da influência da Fifa enquanto corporação, a segmentação de funções se dá de acordo com o papel do país na economia globalizada. São raros os casos de países que conseguem exercer, no negócio do futebol, uma função diferenciada da que desempenham na ordem global. Um país exportador de matéria-prima será exportador de jogadores que ainda precisam ser lapidados, ou que valem menos do que valeriam se jogassem em um time europeu. Um país rico é comprador desses jogadores, ou seja, importador.

– no processo de acumulação de capital e expansão espacial da corporação – que culmina na ampliação do território do futebol.

Uma terceira característica diz respeito às diferentes localizações. Ao mesmo tempo em que a Fifa se espalha por todo planeta, ela sabe muito bem onde está pisando. E cada novo local implica um determinado mercado consumidor, uma especialização de sua mercadoria (o tipo de jogador formado em cada país é um exemplo disso) e o custo/investimento que terá de ser aplicado ali. Países europeus ocidentais com dinheiro são os compradores de jogadores de ponta, países com dinheiro de regiões com Oriente Médio e leste europeu compram atletas de nível médio e bom e países pobres exportam jogadores, de todos os níveis.

A sociedade portadora do espetáculo não domina as regiões subdesenvolvidas apenas pela hegemonia econômica. Domina-as *como sociedade do espetáculo*. Nos lugares onde a base material ainda está ausente, em cada continente, a sociedade moderna já invadiu espetacularmente a superfície social. Ela define o programa de uma classe dirigente e preside sua formação. Assim como ela apresenta os pseudobens a desejar, também oferece aos revolucionários locais os falsos modelos de revolução. O espetáculo específico do poder burocrático, que comanda alguns países industriais, faz parte do espetáculo total, como sua pseudonegação geral, e seu sustentáculo. Visto em suas diversas localizações, o espetáculo mostra com clareza especializações totalitárias do discurso e da administração sociais, mas estas acabam se fundindo, no nível do funcionamento global do sistema, em uma *divisão mundial das tarefas espetaculares* (DEBORD, 1997, p. 38-39).

4 FUTEBOL E MERCADORIA

4.1 Os JOGADORES

Essa *divisão das tarefas espetaculares* abrange também o papel desempenhado por cada país e cada região na expansão do futebol e na mercantilização do esporte e, por consequência, dos jogadores. Numa Copa do Mundo, a grande maioria dos países não é protagonista, apenas assiste e admira o futebol da outra pequena parte. Tudo isso é fundamentado nos pilares de uma indústria, sob a fiscalização estratégica da Fifa, que quando incentivou a profissionalização do futebol fez com que ele deixasse de lado o lúdico para se tornar mais um produto, que abrisse mão dos atletas enquanto indivíduos para torná-los mercadorias:

Os futebolistas também fazem a transição de indivíduo à pessoa (...) Todavia, os futebolistas são sujeitos a uma segunda ordem de transição: de pessoa à coisa. Eles pertencem a um clube – e a uma comunidade de sentimento – pelo fato de possuírem vínculos sociais, dentre os quais destacam-se os afetivos que (...) são construídos, dramatizados e encenados. O que os prende a um clube não é, contudo, o pertencimento clubístico, único e imutável, como o dos torcedores, mas um contrato formal, juridicamente avalizado pela legislação trabalhista. Os futebolistas profissionais também são mercadorias com valor de compra e venda (DAMO, 2005, p. 339).

O futebol enquanto negócio vai além da venda de jogadores. Venda de materiais esportivos, dinheiro dos clubes, patrocínios, investimento na construção dos estádios. Tudo isso gera grande receita. Mas são os jogadores que exercem um papel fundamental dentro dessa indústria do espetáculo.

(...) o alcance global, o poder de apelo e a adesão magnética que fazem do futebol um veículo ideal da mercadoria em seu estado de irradiação onipresente. Mais do que todos os outros fenômenos de massa, o futebol é centrífugo e centrípeto: atinge as bordas mais distantes e reporta-se ciclicamente a ritos centralizados, em escala regional, nacional e mundial. Assim, além de o marketing ter invadido campo, bola, frente e dorso das camisas, calções, chuteiras, placas em torno do gramado, uniformes do juiz e dos bandeirinhas (agora designados pelo nome tecnocratizado de “auxiliares técnicos”), uma elite de jogadores é chamada a se converter em suporte privilegiado de marcas publicitárias, emergindo como ícones de um mercado mundializado envolvendo interesses bilionários – processo que já estava dado, em suas linhas gerais, na Copa de 1998. (WISNIK, 2008, p. 351)

Em quase todos os outros setores da economia, os trabalhadores são apenas mão de obra. No futebol e em algumas áreas do entretenimento, os trabalhadores também são produtos. Os jogadores de futebol ajudam a movimentar o capital e podem ser considerados uma mercadoria global. São negociados entre clubes, exportados pelos países e, em alguns casos, comprados a peso de ouro. E o montante que eles movimentam na economia mundial é impressionante se comparado a outros tipos de mercadoria.

Dans ce village planétaire qu’est le monde contemporain, les footballeurs sont les plus connus des citoyens, les plus adorées des icons.²¹ (BONIFACE, 2002, p. 12)

Desde 1994 até os dias de hoje, o Brasil já exportou mais de US\$ 1,5 bilhão em jogadores de futebol. Em 2008, a exportação de atletas profissionais atingiu o recorde de US\$ 233,18 milhões, segundo dados do Banco Central²², superando a exportação brasileira de diversos produtos tradicionais.

²¹ Nessa aldeia planetária que é o mundo contemporâneo, os jogadores de futebol são os cidadãos mais conhecidos, os ícones mais adorados (T.A.).

²² Os dados são do Banco Central, a título de TRANSFERÊNCIAS FINANCEIRAS DO EXTERIOR - SERVIÇOS DIVERSOS - PASSES DE ATLETAS PROFISSIONAIS, fato natureza 48457. Esse montante refere-se principalmente a operações com atletas de futebol (já que o Brasil quase não “exporta” atleta profissional de outras modalidades esportivas).



Gráfico 1 – Montante envolvido na exportação de jogadores de futebol

Fonte: Dados do Banco Central

Karl Marx (1946, p. 3), em *O Capital*, discute o conceito de mercadoria, e talvez isso possa ser colocado para o jogador de futebol:

La mercancía es, en primer término, un objeto externo, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean. El carácter de estas necesidades, el que broten por ejemplo del estómago o de la fantasía, no interesa en lo más mínimo para estos efectos. Ni interesa tampoco, desde este punto de vista, cómo ese objeto satisface las necesidades humanas, si directamente, como medio de vida, es decir como objeto de disfrute, o indirectamente, como medio de producción.

A força de trabalho de um jogador de futebol é a sua mercadoria. Mas ele mesmo tornou-se uma mercadoria, a partir do momento em que a Fifa possui regras próprias para as relações de trabalho no esporte e o jogador pode ser trocado, vendido, comprado e emprestado, como qualquer outra mercadoria. Tem um contrato de dedicação exclusiva e, enquanto estiver contratado por um clube, só pode atuar por outro mediante uma compensação financeira. Ele não é negociado apenas pelo que vale, mas pelo que pode valer e render para o clube. É uma

mercadoria global, que movimenta muito dinheiro na economia mundial, sendo o principal produto da corporação Fifa.

Como seria de se esperar em sociedades crescentemente mercantilizadas, o futebol de jogo estudantil foi se tornando atividade profissional. Ele passava a ser mais um produto e seus produtores mais um tipo de operário. Ou produtos eles próprios. (FRANCO Jr., 2007, p. 43)

No jogador de futebol já está incorporada a ideia de renda. Ele é mercadoria na sua forma crítica de reprodução. Tem uma importância fundamental não na produção de riqueza, já que não produz valor, mas na circulação dessa riqueza, na transferência dela²³. Arlei Damo (2005, p. 343) não entende como essa situação específica não provoca reclamações generalizadas por causa das relações de trabalho.

Em configurações sociais, culturais e históricas distintas, há variações em relação ao entendimento do status de determinadas classes de pessoas, de tal modo que alguns grupos humanos possam vir a ser tratados como mercadorias – como os diferentes grupos de escravos. A questão de fundo é, portanto, de saber como, em pleno século XXI, seja cultural, social e legalmente consentido que uma determinada classe de pessoas, os jogadores de futebol, sejam comprados e vendidos, quando, simultaneamente, proliferam-se os movimentos de direitos humanos denunciando o trabalho escravo, o tráfico de bebês, para não falar nas restrições em relação ao comércio de órgãos e sêmen.

É um pouco perigoso comparar jogador de futebol a um escravo, já que o atleta é livre para romper contrato e ser outra coisa na vida, como um pipoqueiro, camelô ou exercer uma nova atividade. Mas não poderá ofertar sua força de trabalho em outra equipe profissional dentro do sistema Fifa. Assim, é uma liberdade de uma só escolha...

²³ Discussão feita a partir das contribuições de Anselmo Alfredo durante o exame de qualificação.

4.2 A CRIAÇÃO EM CATIVEIRO

Atualmente, diversos clubes e empresas fazem o que podemos chamar de “criação em cativeiro”. Para ganhar mais dinheiro com o futebol, buscam garotos em todas as partes do país, investem, revelam e depois tentam vender, preferencialmente como um produto brasileiro de exportação. A Traffic, empresa do ramo de comunicações, resolveu investir em atletas por conta do retorno rápido de investimento. A empresa tem por trás um clube (o Desportivo Brasil) e criou um sítio na internet (<www.trafficfootball.com>, em inglês), para ser sua vitrine de atletas. O sítio diz, em sua página inicial: “Esse site é uma ferramenta para encontrar jogadores, com suas fichas técnicas, estatísticas, vídeos, jogos inteiros em DVD, situação contratual e outras informações detalhadas”.

A empresa também adquiriu o passe de dezenas de jogadores e costuma emprestar os atletas para alguns clubes, a fim de valorizar os garotos. Com a dificuldade financeira dos clubes brasileiros em fazer grandes contratações, o empréstimo gratuito de jogadores da Traffic acaba fazendo uma grande diferença. E com a valorização dos atletas, a empresa ganha dinheiro. A ideia de modernidade empresarial está por trás disso. A Traffic seguiu o modelo do São Paulo Futebol Clube. Nele, o clube investe em um Centro de Treinamento moderno e, se vender um jogador por ano, já terá lucro e o projeto se paga em pouco tempo. Acaba sendo uma mina de ouro. Como o Estado não ocupa esse espaço, grandes grupos de investimento entram nesse nicho e exploram a miséria das crianças.

A própria Traffic criou um fundo de investimento em jogadores de futebol, o *Cedro*. Foram usados R\$ 40 milhões para comprar os direitos federativos de jovens

atletas com grande potencial. São 69 jogadores, de 17 a 30 anos, sendo que a maioria está na faixa dos 17 aos 22 anos. A empresa adquire os direitos dos atletas, ou apenas parte deles, coloca em algum clube para jogar e aguarda uma transferência, de preferência internacional, para colher os lucros. “Esse foi o melhor investimento financeiro do ano. É um fundo de três anos e o mínimo que se deve ganhar é 25%. Já estamos até pensando em abrir o Cedro 2”, disse J. Hawilla, o dono da Traffic²⁴.

O Palmeiras também criou a “Cesta de Atletas”, uma forma de fundo em que o investidor tem direito a partes dos jogadores, ou cotas, como o próprio clube diz. O projeto foi idealizado pelo economista e presidente do Palmeiras, Luiz Gonzaga Belluzzo. “A Traffic fez a mesma coisa, igual a gente”, disse o dirigente²⁵. A apresentação do projeto da “Cesta de Atletas” é bem claro quanto aos seus princípios.

O Fundo de Atletas ora oferecido aos investidores pela nova administração da Sociedade Esportiva Palmeiras pretende introduzir no futebol brasileiro as formas mais contemporâneas de financiamento da atividade esportiva profissional. Sua concepção está comprometida com os modernos princípios da gestão financeira profissional.

A criação do Fundo responde às transformações ocorridas no mercado global de atletas no mundo de hoje. O Brasil desempenha o papel de país formador e abastecedor dos centros de maior poder econômico. Até agora, salvo escassas exceções, os clubes brasileiros não planejam adequadamente o recrutamento de atletas com elevado potencial de valorização. Na maioria das vezes, as vendas são realizadas de forma não programada, com prejuízo esportivo e perda financeira para o clube.

A criação do Fundo representa a ruptura com esse padrão anacrônico e desvantajoso:

1) torna atraente o recrutamento de jovens atletas por clubes brasileiros interessados na formação do jogador – e isto deve incluir não apenas o aperfeiçoamento físico, mas também cultural e intelectual; 2) aumenta substancialmente o poder de barganha dos clubes brasileiros nas negociações com seus congêneres internacionais; 3) o poder de negociação reforçado pode e deve suscitar acordos e parcerias com clubes europeus e de outras praças emergentes - como os países asiáticos, do leste europeu e os Estados Unidos; 4) as tendências atuais de diversificação dos portfólios à escala global já está trazendo investidores

²⁴ Entrevista concedida em 1º de outubro de 2009.

²⁵ Entrevista concedida em 22 de setembro de 2009.

institucionais para os negócios do futebol, cujos mercados apresentam maior estabilidade e resiliência diante dos ciclos econômicos e diante de eventuais flutuações e volatilidade dos preços de outros ativos. (Documento da Sociedade Esportiva Palmeiras chamado Cesta de Atletas, datado de abril de 2007)

O documento também fala da vitoriosa parceria do Palmeiras com a Parmalat e mostra como o clube teve um bom retorno dos investimentos feitos em atletas. A tabela abaixo foi extraída do próprio projeto, que tem data de abril de 2007.

Principais Atletas Negociados pela Co-Gestão Palmeiras-Parmalat						
Atleta	Investimento US\$ mil	Data	Venda US\$ mil	Data	Valorização	Prazo (meses)
Antonio Carlos	1.250	1993	3.000	1995	140%	24
Alex	2.000	1996	8.000	2000	300%	48
Roberto Carlos	500	1993	6.000	1995	1.100%	24
Roque Junior	150	1996	8.000	2000	5.233%	48
Mazinho	500	1992	1.500	1994	200%	24
Zinho	650	1992	1.500	1994	130%	24
Rivaldo	2.400	1994	8.000	1996	233%	24
Edmundo	1.500	1993	5.000	1995	233%	24
Djalminha e Luizão	3.500	1995	15.000	1996	328%	12
Edilson	1.200	1993	3.000	1995	150%	24
Cafú	3.000	1995	6.000	1996	100%	12
Total	16.650		65.000		290%	22,4

Fonte: Registros da Sociedade Esportiva Palmeiras

Quadro 1 – Principais atletas negociados pela co-gestão Palmeiras-Parmalat

O material feito pelo Palmeiras também aborda os aspectos da globalização e de como se expande o futebol enquanto negócio. Fala de *marketing* e descreve o seu produto:

O produto é destinado a pessoas físicas e jurídicas interessadas em participar do rentável mercado de direitos de atletas profissionais de futebol, que nos últimos anos – especialmente após a promulgação da Lei Pelé – vem apresentando uma surpreendente expansão, tanto no volume de transações realizadas quanto nos valores financeiros envolvidos. Para a Sociedade Esportiva Palmeiras, esta é uma forma criativa e de reduzido custo financeiro para captar recursos destinados à manutenção e modernização da estrutura física, técnica e profissional do departamento de

futebol, necessários para recolocar o Palmeiras novamente na posição de liderança no cenário futebolístico nacional. (Documento da Sociedade Esportiva Palmeiras chamado Cesta de Atletas, datado de abril de 2007)

Faz parte da “Cesta” um conjunto de atletas profissionais escolhidos pelo Palmeiras. A cada jogador é atribuído um preço e a intenção foi constituir um Fundo Social com participação percentual nos direitos econômicos da “Cesta” proporcional aos recursos obtidos dos investidores. São três tipos de cota de participação: Ouro (R\$ 300 mil), Prata (R\$ 150 mil) e Bronze (R\$ 50 mil). “O resgate dos valores investidos ocorrerá à medida que os direitos federativos e econômicos dos atletas que compõem a cesta sejam negociados com outros clubes, do Brasil e do exterior”. O montante recebido por cada investidor nas transações é proporcional à sua participação no capital total.

Assim como os demais investimentos em ativos cujo retorno é incerto, é importante ressaltar que os direitos econômicos de atletas não se constituem em investimentos totalmente livres de risco. Dessa forma, não é possível garantir antecipadamente que a Sociedade Esportiva Palmeiras (SEP) será capaz de negociar, no futuro, todos os atletas que compõem a cesta por valores superiores àqueles adquiridos. Entretanto, à luz da experiência recente com a negociação de direitos federativos e econômicos de atletas profissionais, espera-se que o investimento em questão proporcione significativos ganhos de capital, tanto para a SEP, quanto para os participantes. (Documento da Sociedade Esportiva Palmeiras chamado Cesta de Atletas, datado de abril de 2007)

O presidente do Palmeiras, Luiz Gonzaga Belluzzo, afirmou que a ideia da “Cesta de Atletas” surgiu por conta das dificuldades financeiras do clube. Mas quando perguntado sobre questões morais de repartir jogadores em pedaços, ele disse. “Do ponto de vista ético, não é bom. Mas do ponto de vista da universal concreta do capitalismo, ele [o jogador] vira mercadoria. Foi uma solução de emergência porque o Palmeiras não tinha dinheiro para contratar. Com a Cesta, nós

conseguimos R\$ 2,3 milhões”²⁶. O documento mostra um exemplo de negociação de atleta, com valores hipotéticos para fins ilustrativos.

Valor total da Cesta: R\$ 32.000.000,00
Aporte total da PALESTRA: R\$ 8.000.000,00
=> Participação da PALESTRA²⁷ na cesta: 25%
- Jogador: Pelé
- Valor dos direitos econômicos registrado na Cesta: R\$ 12.000.000,00
- Valor negociado dos direitos econômicos: R\$ 24.000.000,00
=> Valor Bruto a ser repassado à PALESTRA: 25% x R\$ 24.000.000,00 = R\$ 6.000.000,00
=> Lucro da Operação: 25% x (R\$ 24.000.000,00 - R\$ 12.000.000,00) = R\$ 3.000.000,00
=> Impostos: 14,53% x R\$ 3.000.000,00 = R\$ 435.900,00
=> Despesas de manutenção: R\$ 72.000,00
=> Valor líquido a ser repassado à PALESTRA: Valor Bruto deduzido de provisão para impostos e provisão para constituição de reserva para despesas de manutenção = R\$ 6.000.000,00 - R\$ 435.900,00 - R\$ 72.000,00 = R\$ 5.492.100,00

A seguir está a relação de atletas incluídos na “Cesta”, porém os nomes foram omitidos.

²⁶ Entrevista concedida em 22 de setembro de 2009.

²⁷ Palestra é uma Sociedade de Propósito Específico, o fundo criado para gerenciar os atletas.

RELAÇÃO DE ATLETAS INCLUÍDOS NA CESTA				
Nome	Vencimento do contrato	Valor de 100% dos direitos R\$	% pertencente à SEP	Valor na cesta R\$
(1)	(2)	(3)	(4)	(5) = (3) x (4)
	06/07/2011	12.000.000,00	100%	12.000.000,00
	31/12/2009	3.000.000,00	100%	3.000.000,00
	31/12/2008	4.000.000,00	100%	4.000.000,00
	30/06/2011	4.000.000,00	90%	3.600.000,00
	31/12/2008	2.000.000,00	60%	1.200.000,00
	4/12/2010	3.000.000,00	50%	1.500.000,00
	31/01/2008	5.000.000,00	60%	3.000.000,00
	31/12/2009	4.000.000,00	20%	800.000,00
	30/06/2009	600.000,00	100%	600.000,00
	31/12/2009	2.000.000,00	25%	500.000,00
	31/12/2009	1.500.000,00	70%	1.050.000,00
	09/01/2010	800.000,00	60%	480.000,00
	30/06/2008	s/v	60%	s/v
	19/06/2009	s/v	100%	s/v
	31/01/2010	s/v	70%	s/v
TOTAL				31.730.000,00

Quadro 2 – Relação de atletas incluídos na “Cesta”

Da mesma forma que já ocorre com a concentração de títulos em poucos clubes ricos, a negociação de jogadores também ficará restrita a poucos grupos econômicos. No Brasil, tanto a Traffic quanto o Grupo Sonda, que começaram comercializando atletas e agora já agem também na formação, reúnem a maioria das revelações dos principais clubes. A concentração parece inevitável também nesta área.

Em suma, o marketing esportivo pesado, a vedetização do craque da vez – sem precedentes, sem limites e sem fronteiras –, a TV a cabo e o *pay-per-view* florescentes, a inclusão das mais remotas nações no mesmo jogo

globalizante, a megaempresa capitalista associada aos expedientes do favorecimento oportunista e “amador” dos cartolas, ou em disputa com ele, unificam litigiosamente o universo futebolístico expandido num tabuleiro no qual são repuxados interesses e poderes de grande magnitude. (WISNIK, 2008, p. 356)

4.3 O TRÁFICO DE CRIANÇAS

Da multidão de garotos que sonham em jogar bola profissionalmente, apenas uma mísera parcela irá conseguir sucesso e chegar mais longe na profissão. O restante terá de optar por outra atividade por conta do mercado altamente seletivo e competitivo. E a ilusão só será desfeita quando já for tarde demais.

Há tráfico de crianças, clubes que traficam jogadores, casos de famílias inteiras que chegam da América do Sul. (...) Há casos de jogadores de menos de 10 anos. Os agentes levam a clubes de pequena categoria que os aceitam em troca da promessa do dinheiro que ganharão numa futura transferência. E outros que, se não correspondem logo às expectativas, são deixados na rua, abandonados.²⁸

O processo de busca desses meninos começa com olheiros que procuram nas periferias garotos com talento e, após um primeiro contato, passam a informação para procuradores, agentes e empresários. Com a promessa de que irão colocar os meninos em grandes clubes do Sul e Sudeste do Brasil, esses empresários muitas vezes separam os garotos de suas famílias, colocam-nos em isolamento e obrigam-nos a treinamentos diários intensos. Tudo para formar um craque da bola – ou um grande negócio.

²⁸ Declaração de Lars-Christer Olsson, secretário-geral da Uefa, em matéria publicada no jornal El País, em 14/12/2005, sob o título de “Uefa acusa grandes clubes de roubar pequenos”. Na própria reportagem o dirigente cita o curioso caso do Bereven, da primeira divisão belga, que chegou a ter numa certa ocasião 11 jogadores da Costa do Marfim.

Na indústria dos lazers, nascida e consolidada durante o século vinte, o futebol ganhou uma posição de destaque, mesmo que para isto leis internacionais sejam desrespeitadas. Segundo a Organização Internacional para Migrações (OIM), o tráfico de jogadores menores de idade é um fenômeno que precisa ser controlado (ROSA, 2008).

Claro que não são todos os empresários que têm essa prática, mas a situação descrita é muito comum. E em um regime de treinos que não fica nem perto do que se pode considerar como aprendizado, os garotos começam a sentir a pressão por resultados dentro de campo e convivem com o distanciamento da escola. O risco é chegar à fase adulta sem uma formação mínima após os anos em clubes precários. E, nesses casos, uma parte significativa da infância foi perdida.

Muitos casos chamaram a atenção das autoridades, principalmente do Ministério Público do Trabalho. Um deles foi o do garoto Fábio, de 17 anos, que atua pelo Villa Nova (Minas Gerais). “Parei o estudo porque não dava para conciliar com o futebol. Eu sinto muito a falta da família, dos amigos. Eu pedi para o meu pai para ir embora, mas ele disse para eu segurar as pontas aqui”, explicou o jogador, numa entrevista para a TV Globo de Belo Horizonte²⁹.

Em Minas Gerais, a discussão em torno da exploração de menores por empresários do futebol começou após uma série de reportagens do jornal *Estado de Minas*, feitas por Bernardino Furtado (iniciada em 3 de junho de 2007). Em uma das matérias dessa série, o empresário Alex de Magalhães Zica dá a seguinte declaração, depois de passar por Alagoinhas, a 110 quilômetros de Salvador. “O interior da Bahia reúne características ideais para o surgimento de bons jogadores: baixa instrução escolar, o clima quente e a forte miscigenação”.

Esta declaração mostra como algumas pessoas envolvidas com a negociação dos jogadores de futebol se aproveitam da falta de oportunidades na infância de

²⁹ Reportagem exibida em 22/2/2008. O vídeo pode ser visto no site <http://globominas.globo.com/GloboMinas/Noticias/MGTV/0,,MUL310754-9072,00.html>.

muitos garotos para explorá-los através de um sonho. Esses procuradores e empresários não poupam esforços para lucrar cada vez mais, mesmo que isso signifique mexer com a ilusão de milhares de garotos. A função de empresários cresce vertiginosamente no futebol moderno, principalmente no Brasil, que tem 245 agentes Fifa³⁰ (pessoas credenciadas pela entidade para negociar jogadores). É o quarto país do mundo com mais agentes, atrás apenas da Itália (481), Espanha (451) e Inglaterra (342).

Não apenas clubes, dirigente e atletas lucram com a valorização do jogador brasileiro. A categoria dos empresários ou agentes responsáveis pela intermediação de transferências de jogadores e os eventuais *lobbies* com os dirigentes (tarefas não raramente recompensadas com gordas comissões) transformaram-se numa opção bastante concorrida, com um apelo que não se restringiu a ex-profissionais do futebol pouco atraídos por uma carreira como treinadores ou dirigentes (JACOBS e DUARTE, 2006, p. 63).

Em tempos de globalização, as mudanças ocorrem, também no esporte, em todos os níveis, em todos os lugares, em escalas e proporções diferentes. A busca incessante por talentos precoces tem gerado problemas em diversos lugares. Não só na América Latina, mas também nos países da África. Recentemente, a ONU revelou que 34 jovens jogadores foram achados após três meses de desaparecimento na África (jornal Hoje em Dia, 28/3/2007).

O pai de cada um desses atletas, todos de bairros pobres e periféricos da Costa do Marfim, pagou cerca de US\$ 600 para empresários, sob a promessa de que levariam os garotos para atuar na Europa. Mas os garotos, com idades entre 16 e 18 anos, desapareceram por três meses e foram encontrados em uma casa no sul do Mali, de onde estavam impedidos de sair.

³⁰ Dados da FIFA em 10/6/2008, que podem ser acessados em <http://www.fifa.com/aboutfifa/federation/administration/playersagents/list.html>.

Curiosamente, na Copa do Mundo de 2006, as seleções de Togo e Costa do Marfim não tinham entre seus 23 jogadores inscritos nenhum atleta que atuava por um clube nacional. “A troca de clubes ocorre em ritmo acelerado, segundo a própria lógica capitalista de circulação de mercadorias” (FRANCO Jr., 2007, p. 184).

É nessa mercantilização do esporte que os jogadores tornam-se mercadorias e os países pobres servem aos países ricos com seus pés-de-obra qualificados. Como nos aponta o geógrafo David Harvey (2005, p. 56):

A produção e circulação capitalista tendem a transformar essas possibilidades num sistema geográfico integrado de produção e troca, que atende ao propósito de acumulação capitalista. No processo, certos países talvez estabeleçam um monopólio sobre a produção de determinadas mercadorias (Marx, 1967, vol. 3, p. 119), enquanto as relações centro-periferia se produzirão numa escala global.

Até o Parlamento Europeu está preocupado com os recorrentes casos de tráfico de atletas, realizado por pessoas que se passam por empresários de jogadores, ou até são, mas não cumprem as promessas. Um documento do deputado Ivo Belet que foi apresentado no Parlamento Europeu mostra que as vítimas geralmente são jovens pobres da América do Sul e África, atraídos por promessas de contratos milionários. A denúncia foi baseada em informações da organização não-governamental francesa *Culture Foot Solidaire*, que presta assistência a jovens jogadores abandonados pelos agentes.

O fluxo de jogadores pelo mundo se mostra preocupante, principalmente por conta da sua idade e da forma como eles circulam. Atualmente, o futebol faz parte de uma articulada indústria de entretenimento e espetáculo, que movimenta bilhões de dólares no mundo inteiro. O jogador é negociado como mercadoria e tem um valor ligado à sua imagem. Ele é um produto que traz rentabilidade para o clube que o contratou. Assim, o futebol perde parte de seu caráter exclusivo de esporte e

torna-se também um produto esportivo, econômico e social, oferecido como artigo de consumo. Ele justifica o mundo da mercadoria e tem de se mostrar espetacular para obscurecer a miséria. É um entretenimento como veículo do processo de circulação da riqueza na sua forma monetária. Nessas relações sociais mediadas por imagens do mundo do espetáculo, o futebol é ilusoriamente lúdico e o jogador é mais uma forma de mercadoria visual.

Ser jogador, para muitos, significa ter dinheiro. Muitas famílias, de qualquer classe social, se sujeitam a isso: querem que o filho seja jogador. Nessa lógica, não ter tido uma formação não é problema caso se tenha dinheiro, mostrando um lado da crise do mundo institucional. Apesar de ser sujeição, seguir carreira como jogador mostra-se com o sentido de liberdade e a idolatria ao dinheiro é personificada na idolatria ao jogador. Os poucos casos de sucesso na profissão passam a ideia de que isso é possível a qualquer um, só é preciso ter capacidade e esforço pessoal.

De um ponto de vista lógico vê-se que as práticas do futebol em geral, apresentavam dois movimentos: um no sentido do profissionalismo, portanto centralizado num número pequeno de clubes, como uma atividade plena de estipulações, de contratos e de relações monetárias. E um outro movimento que era o da difusão horizontal das práticas como atributo lúdico do tempo nos espaços apropriados. Correspondeu a isto o que identificamos como futebol de várzea entre nós. A relação entre estes dois níveis das práticas puderam ser retroalimentadoras mas, a partir de certo momento, espelhavam-se negativamente. O amadorismo não podia ser uma função do profissionalismo porque deixaria de produzir quadros. É claro que enquanto fosse possível integrar “outras áreas produtoras” seria apenas uma questão de obter maior integração da atividade. Mas, o futebol como atividade econômica se organizara a custo zero tendo apenas que consumir a matéria prima: o jogador e os campos, o que levou à formação dos patrimônios. Porém, dadas as condições sociais da urbanização de São Paulo que começavam a impor uma contabilidade de custos aos processos do amadorismo, face à valorização fundiária generalizada dos terrenos onde estavam os campos de jogo e aos custos de reprodução do trabalho que começariam a pesar na estrutura dos clubes. Os clubes, sem alternativa, teriam que adentrar ao profissionalismo (SEABRA, 2003, p. 318).

4.4 A EXPORTAÇÃO DE ATLETAS

O governo brasileiro mostra-se preocupado com a evasão de atletas do país, mas ao tentar encontrar uma solução para o problema ignora algumas das conseqüências. Em março de 2008, o Congresso Nacional voltou a debater medidas para limitar as transferências de jogadores para o exterior. Desde que a Lei Pelé “libertou” os atletas, fazendo com que o passe dos jogadores não estivesse mais preso ao clube, o êxodo de jogadores para fora do país só aumentou. E essa legislação acabou beneficiando os empresários, que agora contam com o poder sobre os jogadores.

Governo e Congresso querem, essencialmente, antecipar a idade a partir da qual os jovens jogadores podem vincular-se – assumindo contratos de trabalho de caráter mercantil – com os clubes brasileiros. Neste afã, atentase contra o próprio Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Seria perfeitamente possível enfrentar o problema de outra maneira – como fazem, aliás, outros países. Para tanto, o Estado precisaria, ao invés de reforçar relações de clientelismo com os clubes e seus “cartolas”, assumir seu papel de criador de mecanismos de proteção social (ROSA, 2008).

A discussão não é nova, mas todas as soluções apontam para reforçar a lógica capitalista do esporte. Na década de 1940, o maior jogador brasileiro de então já reclamava da pressão que exerciam sobre ele e da maneira como era tratado: como uma mercadoria. Coincidência ou não, o atacante Leônidas acabou virando o símbolo do chocolate Diamante Negro, da empresa Lacta.

... os limites do profissionalismo apareciam no tratamento destinado aos jogadores. Eles eram, apesar de aquele ser um momento de regulamentação de direitos trabalhistas, obrigados a excursionar durante as férias e a jogar mesmo lesionados. Leônidas da Silva, embora fosse o mais popular jogador da época, não deixou de ser multado várias vezes por desobedecer a tais determinações. Comportamento que ele justificava com uma frase lapidar: ‘jogador não é escravo’. Mas com isso ele foi

considerado rebelde e mercenário, tanto por dirigentes quanto por jornalistas (FRANCO Jr., 2007, p. 82).

A situação de Leônidas leva a pensar sobre os motivos que fazem com que o futebol pareça estar acima das leis e da moral da sociedade. Por que a exploração de uma criança no mundo da bola não gera a mesma indignação de uma criança trabalhando no corte da cana ou nas carvoarias?

Um dos fatores que colaboram imensamente para alimentar a ilusão dos milhares de garotos que sonham em ser jogador de futebol são as histórias de sucesso que aparecem na mídia e os números favoráveis que a CBF apresenta. O ano de 2007 foi festejado como o momento que mais jogadores deixaram o país. Foram 1085 atletas, contra 851 do ano anterior e 665 jogadores em 2002. Os números aumentaram consideravelmente com a Lei Pelé e depois com a adoção do Campeonato Brasileiro de pontos corridos.

Em cada associação pertencente à corporação Fifa, essa indústria do espetáculo atua e espalha suas teias: "(...) o mercado de pé-de-obra é sujeito à diversidade histórica e social da espetacularização. Em outras palavras, há mercado para os mais diversos volumes de capitais futebolísticos" (DAMO, 2005, p. 171). O Brasil consegue se adequar perfeitamente aos interesses desse vasto mercado. Ao mesmo tempo em que vende jogadores para os principais países do futebol mundial – neste caso, para aqueles que têm mais dinheiro, como os europeus –, o Brasil também consegue exportar para países emergentes e até para lugares em que nem se imagina que exista um futebol organizado.

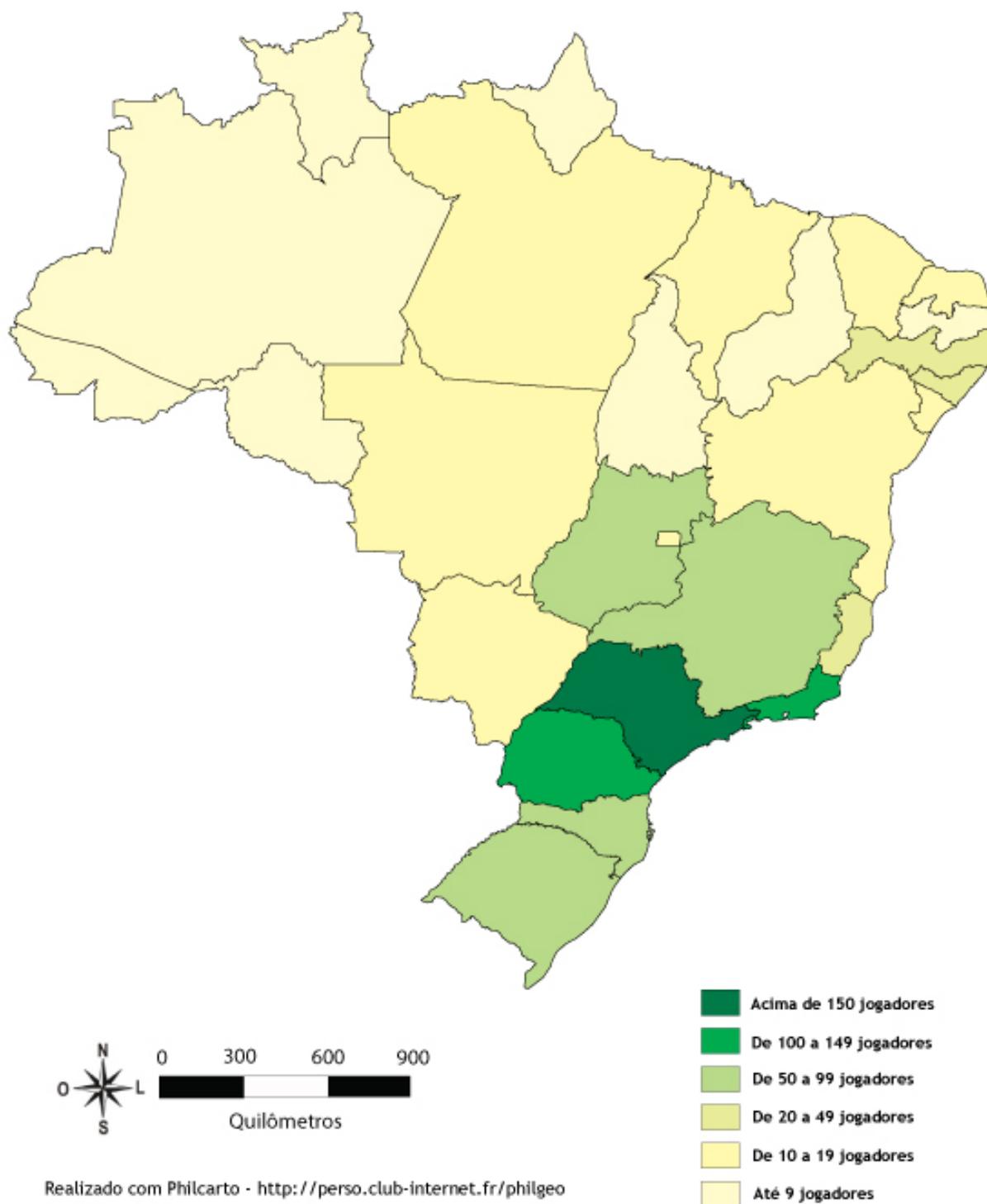
O mapa a seguir mostra qual foi o destino dos jogadores brasileiros no ano de 2007³¹. Percebe-se claramente que a Europa é onde mais se importa. Alguns locais na Ásia, como Japão e Coreia do Sul, se destacam. Também se percebe que raramente um atleta brasileiro vai para a África ou Oceania. No primeiro caso, por falta de dinheiro para contratar e porque também a maioria dos países africanos possui uma forma de jogar parecida com a brasileira – e acabam também sendo exportadores de jogador. Já na Oceania, a questão passa muito mais pela falta de interesse no esporte do que falta de dinheiro.

O mais curioso disso tudo é que a equipe que mais negociou jogadores com o exterior foi o Grêmio Esportivo Anápolis S/A, antigo Grêmio Esportivo Inhumense, de Goiás. A equipe, sem tradição nenhuma no futebol brasileiro, foi fundada em 1999 e atualmente está na segunda divisão do Campeonato Goiano. Seu maior feito foi ter disputado a Série C do Campeonato Brasileiro em 2005, sendo eliminada na primeira fase com apenas uma vitória – sobre o Ceilândia-DF. O Grêmio Anápolis mandou 17 atletas para o exterior em 2007³², número superior ao Cruzeiro e Internacional (15 jogadores), Atlético-PR (14) e Palmeiras, Corinthians e Corinthians-AL (13). E todos os jogadores do Grêmio Anápolis foram para Portugal.

³¹ Os dados são da Confederação Brasileira de Futebol e estão disponíveis no site <http://www.cbfnews.com.br>. Dados anteriores a 2002 apontando o destino dos jogadores não foram disponibilizados.

³² Informação extraída do site oficial da Confederação Brasileira de Futebol (www.cbfnews.com.br).

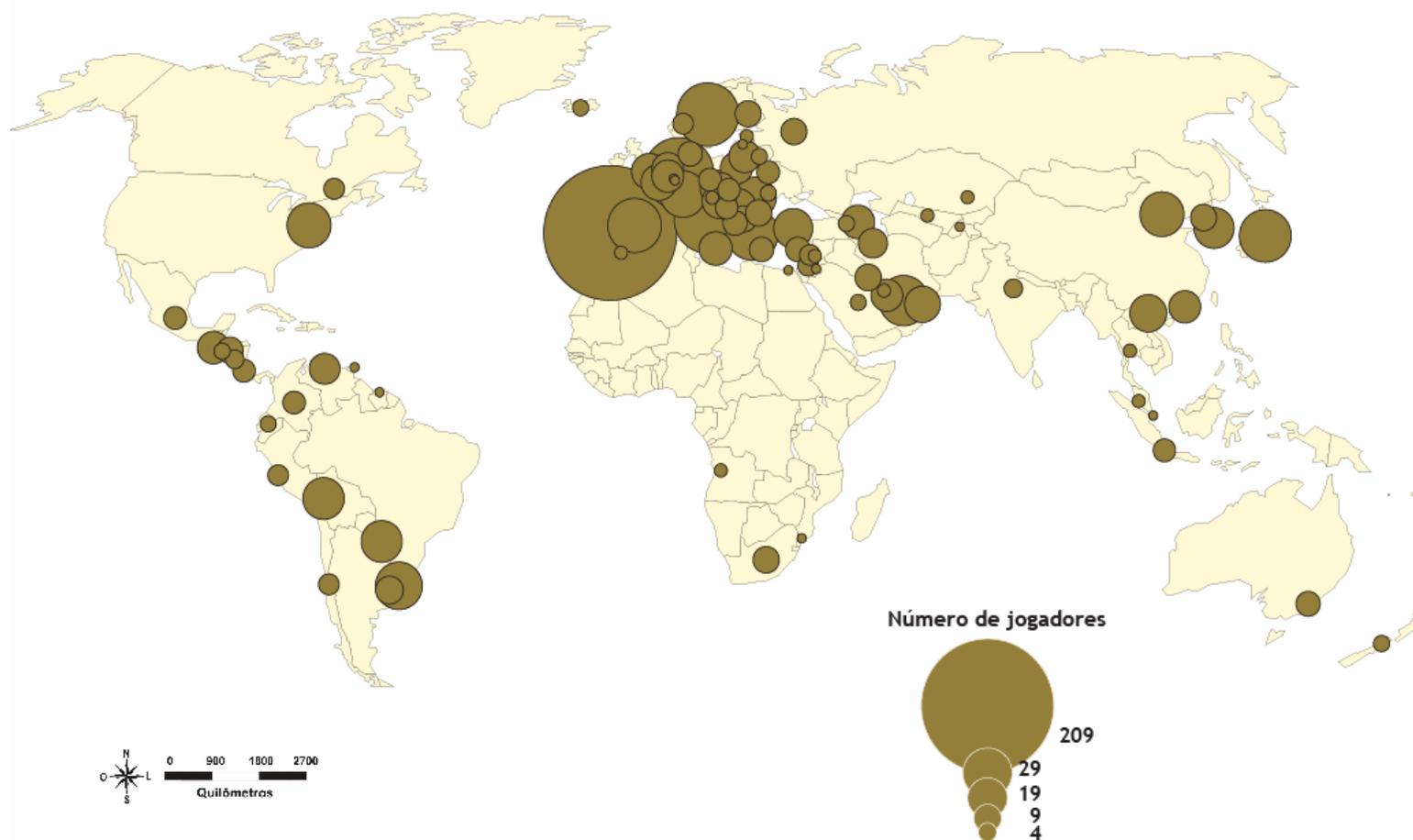
Exportação de jogadores brasileiros por estado - 2007



Mapa 9 – Exportação de jogadores brasileiros por estado da equipe que negociou (2007)

Juntos, os times da primeira divisão (Série A) do Campeonato Brasileiro (em 2007) mandaram 184 jogadores para o exterior. Os times da Série B enviaram 117 atletas. Os outros 784 jogadores saíram do país através de clubes que não estão nas duas principais divisões do futebol brasileiro. E os destinos dos nossos atletas são os mais diversos possíveis: entre os 89 países que algum brasileiro foi jogar em 2007 estão desde os mais comuns, como Portugal (227), Japão (57), Espanha (38), Itália (47) e Alemanha (44), até outros de menor expressão no futebol, como Albânia (1), Angola (6), Azerbaijão (2), China (27), El Salvador (3), Ilhas Faroe (3), Índia (5) e Vietnã (20). O mapa a seguir apresenta o fluxo dos jogadores brasileiros para os outros países do globo em 2008, que eu chamo de “exportação”.

Exportação de jogadores brasileiros para outros países - 2008



Realizado com Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>
Paulo Miranda Favero

Mapa 10 – Exportação de jogadores brasileiros para outros países no ano de 2007

O mapa mostra que os jogadores brasileiros estão espalhados em todas as partes do mundo. Os pés-de-obra tupiniquins não encontram dificuldades, neste mundo globalizado, de atravessarem as fronteiras para buscar trabalho (diferentemente do que ocorre em outras áreas de atuação). E, cada vez mais cedo, os garotos saem dos países mais pobres em busca de um sonho que geralmente não se realiza: virar jogador de futebol em um país rico. É o esporte tornando-se centralidade desde a infância, nas diversas escalas, sempre em maior intensidade.

... o capital possui meios de se apropriar e extrair excedentes das diferenças locais, das variações culturais locais e dos significados estéticos, não obstante a origem. Nos Estados Unidos, a indústria da música, por exemplo, tem grande êxito na apropriação da fantástica criatividade de origem popular e localizada dos músicos de todos os tipos (quase sempre em benefício da indústria e não dos músicos). A desavergonhada transformação em *commodities* e comercialização de tudo são, afinal, indicadores dos nossos tempos (HARVEY, 2005, p. 237).

Outro dado bastante interessante é a valorização do jogador brasileiro, baseada no preço médio que é pago ao atleta nacional. É claro que o aumento ou diminuição da cotação do dólar em relação ao real faz diferença, mas o gráfico apresenta uma média entre a quantia em dólar envolvida pela transferência de atletas profissionais para o exterior dividido pelo número de jogadores que deixaram o Brasil a cada ano.



Gráfico 2 – Preço médio da exportação de jogadores de futebol, em dólares (US\$)

Fonte: Dados da CBF e do Banco Central

O gráfico também mostrou que houve um processo de depreciação da mercadoria “jogador” em certo período, entre 2000 e 2004. Mesmo com o aumento do número de atletas exportados, e a movimentação financeira ter crescido, o preço médio³³ caiu. Isso pode ser explicado por diversos fatores, como queda no preço do dólar em relação ao real, banalização da exportação de jogador, o que faz com que a mercadoria não tenha uma valorização, pois nunca faltará no “mercado”, e também por uma tendência em não pagar quantias exorbitantes por um jogador de país pobre, a menos que ele pareça ser excepcional com a bola nos pés e que não pareça que causará preocupações fora de campo, como falta de adaptação ao novo país.

³³ O preço médio foi baseado nos dados do Banco Central sobre o total de exportação com os dados da CBF sobre número de jogadores que saem do país.

4.5 O CASO DO JOVEM M.

Seja na infância ou na idade adulta, a exploração do jogador de futebol se dá por diversas maneiras. A noção de liberdade é uma ilusão necessária no capitalismo e o jogador não tem autonomia da escolha. Dentro do sistema Fifa, se ele quiser atuar profissionalmente, terá de fazer sob contrato de algum clube regularizado. Por isso existe um mercado paralelo para viabilizar esse sonho.

O jovem M. (o nome será omitido a pedido do próprio entrevistado) revela como funciona um esquema para profissionalizar atletas. No caso específico de M., foi pago R\$ 3.000,00 para um ex-jogador fazer o processo de profissionalização. “Eu dei cópia dos meus documentos, foto e assinei os contratos da CBF. Não precisei fazer exame médico, foi tudo arranjado. Quem deu a grana foi um amigo, que acha que eu tenho condições e investiu em mim. Mas fazendo testes nos clubes, alguns moleques me falaram que dava para fazer tudo por apenas R\$ 1.500,00”, conta.

M. tem 25 anos, 1,76m de altura e pesa 52 quilos. Além de não ter o porte de um jogador profissional, tem uma idade já avançada para iniciar uma carreira nos campos de futebol. “Neste mundo em que tudo se dá um jeitinho, sempre fica um fundinho de esperança. A gente vê tanto jogador ruim na TV que acha que consegue. Mas pensando racionalmente, eu acho que não tenho condições. Como um amigo se dispôs a pagar para mim, aceitei. E é assim que funciona. Tem um outro amigo que tem 21 anos, não joga bem, mas acha que vai ser profissional”, comenta.

Mas quando M. quis disputar competições amadoras, que envolvem milhares de pessoas em todos os lugares, os famosos jogos de várzea, descobriu que não

podia mais: ele era profissional. “Agora, para poder atuar nestes campeonatos, preciso pagar R\$ 100,00, para fazer o que eles chamam de reversão, ou seja, voltar a ser amador”, explica. O registro de M. foi feito em um clube do interior paulista e seu nome saiu no Boletim Informativo Diário (BID) da CBF. E M. até indica o caminho para aqueles que sonham em se consagrar nos gramados. “Muita gente que eu troquei idéia faz um DVD com seus melhores momentos. Isso ajuda muito e o cara pode até conseguir uma transferência para o exterior”, diz.

Quanto os capitalistas precisam pagar para obter os direitos relativos à força de trabalho, e o que, exatamente, esses direitos abrangem? As lutas sobre o índice salarial e sobre as condições de trabalho (a extensão do dia útil, a intensidade do trabalho, o controle sobre o processo laboral, a perpetuação das habilidades etc.) são, em consequência, endêmicas com respeito à circulação do capital (HARVEY, 2005, p. 132).

4.6 A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

É inevitável que em plena sociedade do espetáculo muitas crianças tenham a ilusão de um dia tornarem-se atletas de futebol. Como foi exposto, existe um mercado voltado para suprir as demandas pelos craques, mas que dá as costas àqueles que não deram certo na profissão. Harvey aponta que a força de trabalho é uma mercadoria, e assim também é qualificada como uma forma de propriedade privada. Mas num mundo em que ninguém pode atentar contra a propriedade privada alheia, o jogador, seja ele criança ou adulto, não tem direitos exclusivos de venda de sua própria força de trabalho, como qualquer outro trabalhador, e ele mesmo já se tornou uma mercadoria para ser consumida.

(...) as celebridades não emergem espontaneamente de entre as pessoas comuns; pelo contrário, elas são, até certo ponto, uma “fabricação cultural”, criadas por uma série de agentes de relações públicas, pelo mundo da moda e por outros profissionais especializados na “gestão da imagem”. (WAGG, 2006, p. 351)

Hoje, muitos desses jogadores são como as vedetes citadas por Debord: eles têm um papel a desempenhar e vivem na aparência. São o contrário do indivíduo e preferem ficar com a personagem de si mesmo. Quando olham para o espelho, preferem ser a imagem refletida, como aponta Lefebvre³⁴. É uma vida aparente sem profundidade, mas eles se satisfazem por receberem o “direito de imagem” que o clube paga. “As pessoas admiráveis em quem o sistema se personifica são conhecidas por aquilo que não são; tornaram-se grandes homens ao descer abaixo da realidade da vida individual mínima. Todos sabem disso” (DEBORD, 2002, p. 41).

Na própria linguagem do futebol, os jogadores são considerados mercadoria: “(...) os demais agentes referem-se a eles, seguidamente, como mercadorias: ‘fulano custou x’, ‘com fulano o clube faturou x’, ‘fulano foi comprado por x, mas não vale y’ e assim por diante” (DAMO, 2005, p. 340).

No caso brasileiro, existe um grande interesse de exportar o jogador de futebol, pois, para a CBF, isso é sinal do poder e da qualidade do esporte no país. Mas também é sinal de que o país ocupa um lugar de mercado fornecedor de “matéria-prima”, de que oferece mercadoria de baixo custo e do forte impacto do dinheiro que vem de fora. Uma transação em que um clube brasileiro ganha US\$ 10 milhões por um atleta é considerada de grande sucesso no Brasil. Uma quantia dessas na Europa é considerada baixa. Esse exemplo permite perceber que o impacto do dinheiro injetado na economia do país pela exportação dos jogadores é muito significativo, e é por isso que os países que exportam jogadores não podem

³⁴ Informação extraída de uma tradução não-oficial do capítulo *O Espaço Contraditório*, do livro *A Produção do Espaço*, de Henri Lefebvre.

exigir por eles um preço muito alto, caso contrário o negócio não é concretizado. E quem importa jogadores sabe disso, e entende também que existe uma cotação favorável quando o dólar ou o euro vale mais do que o real.

Vale ressaltar que outro fator que colabora para a saída de jogadores do Brasil é o descaso dos clubes e do Estado com a educação dos atletas quando crianças e adolescentes. Não existe nenhuma legislação brasileira que coloque a educação em primeiro plano para os jogadores. E essa brecha é ocupada por agentes e empresários que estão mais preocupados com o lucro do que com a formação dos jogadores. E, aqui, é justamente pela falta de interferência do governo que os meninos têm tempo – e espaço – de sobra para praticar o futebol, ao contrário do que ocorre nos países ricos, onde os garotos gastam boa parte de seu tempo com a escola. É a diferença entre os países pobres e ricos que permitem que um país tenha mais crianças nas ruas do que nas salas de aula.

A reputação técnica dos brasileiros é, certamente, um dos motivos da cobiça estrangeira, mas além de bons são baratos – por isso são levados em quantidade (...) os jovens brasileiros podem ser desterritorializados segundo as estratégias de clubes e agentes/empresários; submetidos a treinamentos extenuantes que os inviabilizam para outras atividades – diferentemente da produção francesa, que coloca a formação escolar e esportiva em paralelo (DAMO, 2005, p. 170).

O processo de mercadorização dos jogadores faz parte da indústria do espetáculo, conforme explica Guy Debord (1997, p. 30-31):

O espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo. A produção econômica moderna espalha, extensa e intensivamente, sua ditadura. Nos lugares menos industrializados, seu reino já está presente em algumas mercadorias célebres e sob a forma de dominação imperialista pelas zonas que lideram o desenvolvimento da produtividade. Nessas zonas avançadas, o espaço social é invadido pela superposição contínua de camadas geológicas de mercadorias. Nesse ponto da “segunda revolução industrial”, o consumo alienado torna-se para as

massas um dever suplementar à produção alienada. *Todo trabalho vendido* de uma sociedade se torna globalmente *a mercadoria total*, cujo ciclo deve prosseguir. Para conseguir isso, é preciso que essa mercadoria total retorne fragmentadamente ao indivíduo fragmentado, absolutamente separado das forças produtivas que operam como um conjunto. Nesse ponto, a ciência da dominação tem que se especializar: ela se estilhaça em sociologia, psicotécnica, cibernética, semiologia etc., e controla a auto-regulação de todos os níveis do processo.

Além de jogadores, o Brasil também consegue exportar futebol com a Seleção Brasileira. E talvez seja o único país do mundo que consiga fazer isso com uma seleção nacional. No amistoso realizado em 1º de março de 2006, a Rússia pagou US\$ 1,5 milhão para a CBF para poder enfrentar o Brasil. E isso é tão comum, que alguns países preferem não enfrentar a Seleção por causa do alto preço cobrado por um simples amistoso. E se a CBF não consegue exportar os campeonatos nacionais e regionais, como os Estados Unidos fazem com a NBA (liga profissional de basquete), o que a entidade mais exporta são jogadores de futebol. Existe um projeto de exibição das partidas do Campeonato Brasileiro para o Exterior, mas que ainda não vingou. "Entraremos, nesta temporada (2006), no mercado asiático. Vários jogos do Brasileirão serão mostrados para a China, um mercado estimado em 600 milhões de telespectadores. Como acontece em todos os negócios, as receitas iniciais são pequenas. Porém, crescerão, ilimitadamente, nos próximos anos. Este caminho será coberto passo a passo. Mas é o caminho certo", explica Fábio Koff³⁵, presidente do Clube dos 13, entidade que reúne os principais clubes brasileiros e que é formado por Corinthians, Palmeiras, São Paulo, Santos, Flamengo, Vasco da Gama, Botafogo, Fluminense, Cruzeiro, Atlético-MG, Internacional, Grêmio e Bahia. A este grupo inicial juntaram-se depois Coritiba, Goiás, Sport, Portuguesa, Atlético-PR, Guarani e Vitória.

³⁵ Depoimento no site do Clube dos 13 – <http://clubedostreze.globo.com>; visita em 28/5/2006.

Só que esses primeiros passos não conseguirão reverter tão cedo o processo de “africanização”³⁶ do futebol brasileiro, como diz o Clube dos 13:

Surgem craques brasileiros em todos os cantos do mundo, sem que, sequer, tenham sido vistos jogando no Brasil por terem sido levados ainda adolescentes para o Exterior. [essa] é uma das maiores preocupações dos clubes. Koff lembra que, recentemente, o próprio presidente da Fifa, Joseph Blatter, manifestou-se contrariado com o que classificou de ‘colonialismo imposto pelos ricos clubes europeus aos países pobres e em desenvolvimento’.

Para dar uma idéia da evolução desse processo e dos volumes que ele movimentou, em um período de 18 anos, o Brasil aumentou mais de 700% sua exportação de jogadores, segundo dados da Confederação Brasileira de Futebol³⁷.

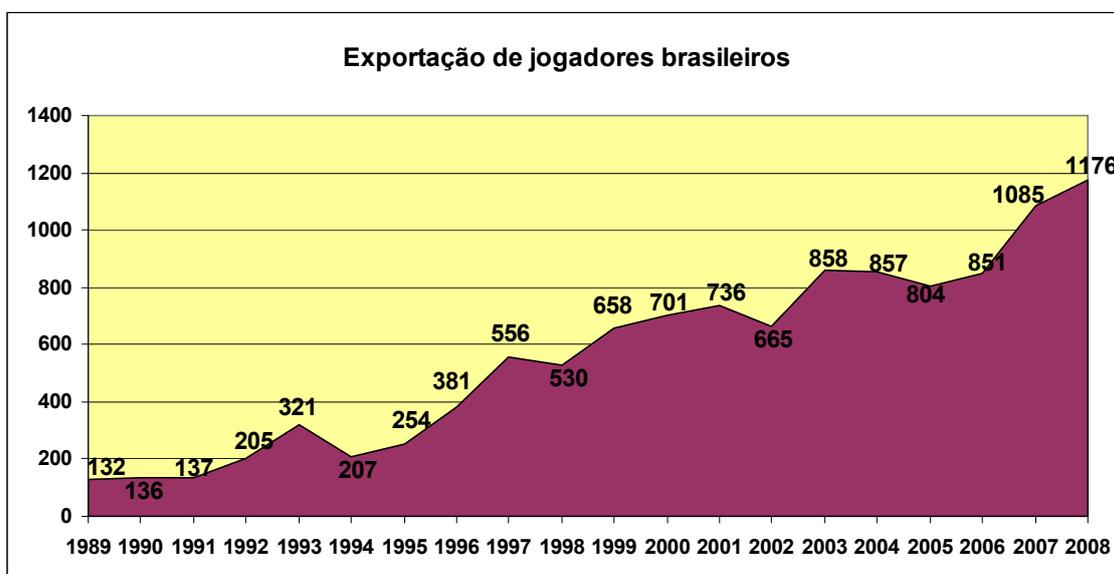


Gráfico 3 – Quantidade de jogadores exportados ano a ano
Fonte: Dados da CBF

³⁶ Esta expressão refere-se ao processo de tirar africanos ainda garotos de seus países e levá-los para centros de treinamento na Europa, a fim de “criar” bons jogadores – ou seja, futura rentável mercadoria.

³⁷ Parte desses números pode ser encontrada no site da entidade: <<http://www.cbfnews.com.br>>. O restante da informação (dados anteriores a 2002) foi conseguido através de contato telefônico com a CBF. Vale ressaltar que a entidade só possui os números referentes à gestão Ricardo Teixeira, ou seja, somente a partir de 1989.

O aumento na exportação de jogadores faz com que, geralmente, os melhores jogadores atuem fora do país. Isso se reflete nas convocações para a Seleção Brasileira: em 1982, por exemplo, apenas dois atletas que disputaram a Copa do Mundo jogavam fora do País; já na Copa de 2006, na Alemanha, 20 dos 23 atletas convocados por Carlos Alberto Parreira atuavam na Europa (e aqui contamos o corte do volante Edmilson, que atuava na Europa, e a convocação de Mineiro, que jogava no Brasil). É a contradição de ser uma equipe nacional em que os atletas foram praticamente “europeizados”.

Estima-se que cinco mil brasileiros tenham contratos com equipes estrangeiras. O êxodo do futebol brasileiro constitui uma das grandes migrações de talentos na história recente, o equivalente esportivo da fuga de cérebros pós-soviética ou da debandada de intelectuais de países africanos em guerra. Os heróis brasileiros viraram algo semelhante à guerra na Chechênia – distantes e estranhos, presentes apenas em raras aparições na seleção nacional e na despedida de algum craque (FOER, 2005, p. 118).

O grande número de atletas exportados, neste caso não apenas do Brasil, mas de todos os países periféricos do mundo da bola, aliado ao fato de o atleta ser uma mercadoria global, faz com que os jogadores também exerçam um papel de *commodities*. “Os jogadores têm preço e ele é determinado não apenas pela relação entre a oferta e a demanda por pés-de-obra, mas por uma lógica especulativa, susceptível à escassez e à abundância, como os *commodities* ou ações” (DAMO, 2005, p. 340). As *commodities*³⁸ possuem grande importância internacional, principalmente no sistema financeiro, e são negociadas em profusão. Assim, os

³⁸ Commodities são títulos referentes a negociações com produtos primários nas bolsas de mercadorias (minérios, ouro, itens agrícolas etc.). Costuma se referir à entrega futura de mercadorias, mas não significa necessariamente que há movimento físico de produtos nas bolsas. O que se negocia são contratos (extraído de <<http://eonomiabr.net>>, em visita no dia 24/6/2006). No futebol, é o que fazem os empresários, procuradores e agentes Fifa. O atleta não irá atuar no time deles, mas eles têm participação na venda, possuem uma porcentagem da quantia movimentada e estão sempre à procura de um destino para suas mercadorias. Muitas vezes negociam um atleta que só irá se transferir no ano seguinte.

jogadores de futebol também seriam uma espécie de *commodity*, mas ao contrário de serem negociados nas bolsas de valores (por enquanto), são comprados e vendidos pelos clubes com o consentimento das Confederações nacionais e da Fifa.

A Seleção Brasileira também funciona como uma bolsa de *commodity* dos jogadores brasileiros. A cada convocação para a equipe nacional, os atletas ficam mais valorizados. É muito comum, logo após um jogador ser chamado duas ou três vezes para a Seleção, que algum clube da Europa compre seu passe. Isso ocorreu com o volante Magrão, do Palmeiras. Foi duas vezes convocado e logo recebeu propostas da Europa, principalmente do FC Moscou. Não quis sair naquele momento, mas pouco depois foi vendido para o Yokohama Marinos, do Japão. Isso também ocorreu com muitos outros jogadores e, curiosamente, a Inglaterra só permite que seus clubes contratem jogadores estrangeiros que já vestiram algumas vezes a camisa da seleção. Assim, atuar com a camisa amarela do Brasil é um bom trampolim para um ótimo contrato no exterior.

Os treinadores brasileiros costumam usar os amistosos para levar jogadores que podem render dinheiro no futuro. Mas apesar do mercado em expansão, o preço pago diminui a cada ano, numa forma de depreciação já ressaltada anteriormente. Os gráficos abaixo apresentam uma combinação desses dados, colocando conjuntamente os dados referentes à exportação de jogadores, ao preço exportado e ao preço médio que foi pago por cada atleta. Pode-se visualizar o aumento nas exportações, mas também a depreciação do jogador brasileiro, com a diminuição do preço médio pago por cada atleta.

5 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A Fifa sendo uma corporação e o jogador uma mercadoria, independentemente da idade que ele tenha, dá um caráter preferencialmente mercantil ao futebol profissional. Raoul Vaneigem coloca que “a economia faz o homem à imagem da mercadoria” (apud DAMIANI, 2005, p. 72). Mas o processo se desenvolve também porque uma mercadoria não pode ficar parada. E tudo isso, em tempos de globalização, aumenta ainda mais as diferenças entre os países, entre os jogadores, entre as cidades e entre o futebol jogado. A desigualdade é gritante e isso tem implicações nas relações dentro do futebol, como explica Amélia Luisa Damiani (2005, p. 72):

Verifica-se a intensificação de assimetrias entre países que centralizam essa economia, que se financeiriza, e aqueles que, de modo precário, dela fazem parte, sendo que a América Latina e a África compõem preferencialmente esses grupos de países – lembrando que esta economia tem circuito mundial, mas seleciona espaços de mercado privilegiados o tempo todo –, portanto há uma crescente desigualdade, considerando a globalização e a integração produtiva, comercial e financeira.

Se a Fifa distribui o poder desigualmente entre as diversas partes do mundo, e o capital também escolhe quais lugares deverá explorar e quais ficarão com os dividendos, a tendência é que se agravem as desigualdades no futebol: entre clubes, entre países e entre regiões. O presente trabalho tentou mostrar porque o Brasil, e a América do Sul como um todo, podem ser os donos da bola, mas não são os donos do campo, como os europeus. À Conmebol resta articular a periferia do mundo enquanto a Uefa controla o dinheiro do esporte planetário. E este é o grande dilema do Brasil, que é uma grande potência com as bolas nos pés, mas não desenvolve a geopolítica do futebol, ou seja, não possui uma centralidade

correspondente ao futebol que desempenha. E se um dia o País conseguir também ser um dono do campo, é porque outros estarão perdendo. Entender a simultaneidade do processo é importante para tentar desvendar essa lógica.

O Brasil bem que tentou em alguns momentos de sua história usar a Seleção Brasileira de forma diplomática, importando a geopolítica do futebol que a Fifa desempenha tão bem enquanto corporação. Como no amistoso contra o Haiti, em 18 de agosto de 2004. A partida foi chamada de “Jogo da Paz” e, naquelas poucas horas em que a equipe de Carlos Alberto Parreira esteve no país da América Central, pôde-se perceber a intenção do governo brasileiro e o impacto que causou os craques nacionais naquele pequeno país. O resultado de 6 a 0 foi o de menor importância, já que o saldo positivo da diplomacia brasileira foi sentido em todo mundo, em reportagens de jornais, revistas, depoimentos favoráveis e até um documentário de Caíto Ortiz e João Dornelas. Mas após a partida o Brasil foi embora, a guerra prosseguiu e a pobreza não diminuiu. De qualquer forma este caso ilustra bem a geopolítica do futebol.

Essa espécie de “Divisão Internacional do Trabalho” no futebol, onde cada associação ou região desempenha um papel diferente, pode ser comparada com a disputa de blocos econômicos. O Mercado Comum Europeu está para o Mercosul da mesma forma que a Uefa está para a Conmebol. Este trabalho apresentou os fluxos do futebol no território e expôs o futebol como fenômeno mundial e elemento do poder mundial. Mas o esporte se espacializa, só que o poder é volátil e tenta abarcar o mundo, sem definir as fronteiras de sua atuação. No caso brasileiro, é o Clube dos 13 que faz o papel de protagonista (junto com a CBF), representando os interesses do capital estrangeiro – neste caso, formado pelos clubes pertencentes ao G-14.

5.1 OS NEGÓCIOS EM ALTA

Outro ponto a se destacar dentro dessa pesquisa é o futebol enquanto negócio. As ações políticas são voltadas para transformá-lo em capital e, dessa forma, a globalização é contra o futebol: ela aniquila as escolas nacionais, por causa da grande circulação de atletas de diferentes nacionalidades, esvazia as periferias de jogadores e os concentra em clubes transnacionais. É uma tendência que se mostra implacável. A exportação de jogadores faz o futebol crescer como negócio na Europa, porém esvazia o futebol como sociabilidade no Brasil – em grande parte pelo aumento da quantidade de transmissões de jogos por canais de televisão. É só ver o número cada vez menor de torcedores nos estádios de futebol, fato que preocupa as entidades que regem o esporte no país.

O actual *state of the art* aponta até para a sua ambivalência. A qualidade do “enraizamento cultural” e o impacto do “localismo” mudaram indubitavelmente – devido à migração de jogadores famosos para clubes estrangeiros de renome, bem como à oportunidade de consumo de determinados jogos de futebol, agora transmitidos a uma escala global: uma oportunidade para acompanhar a carreira internacional de “heróis locais”, bem como para seguir a (antiga) equipa “local” ou “nacional” quando se vive noutro país como imigrante. (TIESLER & COELHO, 2006, p. 333)

Além disso, a competição nacional de pontos corridos colabora com esse esvaziamento. E mais: concentra regionalmente (a competição fica cada vez menos nacional) e quebra a rivalidade, pois transforma grandes times em pequenos, rebaixando-os para a segunda divisão e colocando na elite futebolística equipes com pouca ou nenhuma tradição, muitas vezes empresas travestidas de clubes de futebol.

O processo do capital é concentrador: de trabalhadores, de mercados, de mercadorias, de dinheiro, de finanças, de fluxos do capital, de signos; da força de trabalho como potência (DAMIANI, 2005, p. 79).

Mas para o Clube dos 13, os rumos que o futebol vem tomando estão certos. A entidade considera os últimos anos do futebol brasileiro um exemplo a ser seguido e não entende o processo do capital como concentrador. Em artigo do presidente Fábio Koff, ele diz: “O futebol brasileiro está concluindo um período de três anos que pode ser considerado o mais produtivo da sua busca histórica por melhor organização e interação com o seu consumidor”³⁹. E ele até assume a média de 14 mil pagantes no Campeonato Brasileiro de 2005 como sinal de sucesso, apresentado dados que mostram que as cotas de televisão correspondem a mais de 78% das receitas dos clubes, contra menos de 16% da renda de bilheterias dos jogos do campeonato.

A lógica do capital agrada aos dirigentes brasileiros, que buscam mais dinheiro a qualquer preço. E apóiam uma outra lógica perversa:

Ao sul do mundo, este é o itinerário do jogador com boas pernas e boa sorte: de seu povoado passa para uma cidade do interior; da cidade do interior passa a um time pequeno da capital do país; na capital, o time pequeno não tem outra solução senão vendê-lo a um time grande; o time grande, asfixiado pelas dívidas, vende-o a um outro time maior de um país maior; e finalmente o jogador coroa sua carreira na Europa. Nesta corrente, os clubes, os donos do passe e os intermediários ficam com a parte do leão. E cada elo confirma e perpetua a desigualdade entre as partes, do desamparo dos times de bairro nos países pobres até a onipotência das sociedades anônimas que administram na Europa o negócio do futebol em nível mais alto (GALEANO, 2002, p. 239).

O Clube dos 13 aceita a missão de colaborar para fornecer jogador para a Europa. É desse negócio que vem o dinheiro para investir nas categorias de base, formar mais jogadores e mandar para o exterior.

³⁹ Depoimento no site do Clube dos 13 – <http://clubedostreze.globo.com>; visita em 28/5/2006.

5.2 MUITAS CONTRADIÇÕES

O historiador Hilário Franco Júnior aponta uma contradição interessante que existe no futebol: quanto maior as chances de vitória dos times pequenos, dos mais fracos, maior a popularização do futebol. Mas, ao mesmo tempo, quanto menor a chance dos times pequenos, melhor para o investidor, que quer depositar seu dinheiro em algo que não pode apresentar muito risco.

(...) no plano financeiro, ao contrário do plano esportivo, os campeonatos mais atrativos para os investidores são aqueles nos quais as manifestações aleatórias são menos freqüentes. (...) De toda forma, parte da atração do futebol está no fato de ele ser de prognóstico difícil. (FRANCO Jr., 2007, p. 188-189)

Muitos estudiosos ainda pesquisam o assunto, mas o futebol talvez tenha se popularizado de forma tão ampla pelo planeta justamente por conta de sua imprevisibilidade, o que o torna mais diferente da maioria dos outros esportes. Em uma pesquisa feita no Laboratório Nacional de Los Alamos, no Novo México, constatou-se que o futebol apresentou 45% de vitória do mais fraco, contra 44% do beisebol, 41,5% do hóquei e 37% do futebol americano (FRANCO Jr., 2007, p. 187). Foram comparadas 300 mil partidas desses cinco esportes coletivos e, no caso do futebol, o campo de observação foi apenas na Liga Inglesa. Se tivessem feito a pesquisa em outros países, talvez chegassem a números superiores aos 45%, pois é na Inglaterra que o dinheiro circula com mais força no futebol. Com isso, dá para

entender os motivos que levam os dirigentes a escolherem as regras do jogo a favor do negócio.

Um outro ponto importante a se destacar é que o futebol catalisa dois tipos de identificação grupal, com o clube (local) e com a seleção (nacional). Antes complementares, esses dois tipos de identificação passaram a rivalizar com a transformação do futebol em negócio, como nos aponta Eric Hobsbawm. Ele diz que foi criada “uma crescente incompatibilidade entre os interesses empresariais, políticos, econômicos, nacionais e globalizados, e o sentimento popular” (2007, p. 93). Ele explica que o negócio do futebol é “dominado pelo imperialismo de umas poucas empresas capitalistas com nomes de marcas também globais” (idem). São superclubes de alguns países da Europa, que recrutam jogadores de todas as partes do mundo. A consequência disso é a concentração dos bons atletas em poucos clubes e enfraquecimento das outras equipes, principalmente as que exportam jogadores.

Outro conflito é a disputa entre clubes e seleções nacionais. Como são os times que pagam os salários dos atletas, eles consideram que devem decidir sobre a participação de seu jogador pela seleção do país de origem. Assim, quando o Brasil convoca sua seleção, formada principalmente por atletas que atuam no exterior, os clubes europeus reclamam com a CBF, com a Fifa, com a Uefa e fazem de tudo para não ceder os jogadores. Caso o atleta se machuque em uma partida da seleção, o clube exige um ressarcimento financeiro porque aquilo ocorreu fora dos domínios do clube. “A lógica transnacional da empresa de negócios entrou em conflito com o futebol como expressão de identidade nacional” (HOBSEAWM, 2007, p. 94). Há uma dicotomia entre o nacional e o transnacional, entre o mundo antigo e

o novo. Acaba sendo, inclusive, esquizofrênico, pois os jogadores aparecem ao mundo também graças às suas atuações pela seleção nacional.

E há também uma crise da identidade nacional, refletida pela xenofobia e atos racistas em muitos países da Europa. São inúmeros casos no futebol italiano, espanhol, inglês, holandês e alemão, principalmente contra os negros. Com a ampliação da economia, temos a ilusão da redução do Estado, mas o futebol, ao mesmo tempo em que se capitaliza, ressalta a nação a todo instante. É uma outra contradição, pois homogeneiza pela forma-mercadoria, mas ao mesmo tempo reforça a ideia de nação. Em alguns casos, até se assemelha ao fascismo. E diante de atos xenófobos, a migração de atletas e trabalhadores dos países pobres para os ricos faz com que, no país de destino, exista uma união dos discriminados. E, no país de origem, a televisão acaba se encarregando de diminuir a saudade da população dos ídolos locais: os campeonatos internacionais povoam as grades de transmissão televisiva.

O actual *state of the art* aponta até para a sua ambivalência. A qualidade do “enraizamento cultural” e o impacto do “localismo” mudaram indubitavelmente – devido à migração de jogadores famosos para clubes estrangeiros de renome, bem como à oportunidade de consumo de determinados jogos de futebol, agora transmitidos a uma escala global: uma oportunidade para acompanhar a carreira internacional de “heróis locais”, bem como para seguir a (antiga) equipa “local” ou “nacional” quando se vive noutro país como imigrante. (TIESLER & COELHO, 2006, p. 333)

5.3 POSSIBILIDADES DE RESISTÊNCIA

Apesar de hegemônico, o futebol enquanto negócio não está em todos os lugares. Existem outras formas de apropriação do esporte, que buscam uma maior

sociabilidade, tentam mostrar uma outra visão de mundo ou lutam para que nem tudo que já foi construído se perca.

Para o bem ou para o mal, justamente por ser demasiadamente humano, o futebol corre o risco de cair – se já não o fez – em uma espiral de alienação e consumo tal qual boa parte do mundo globalizado. (AGOSTINO, 2002, p. 268)

As torcidas uniformizadas, por exemplo, conseguem fazer uma crítica interessante ao futebol. Algumas usam o jargão “morte ao futebol moderno” e uma outra, do Ferroviário (Ceará), a Resistência Coral, sempre carrega uma faixa no estádio com os dizeres: “Nem guerra entre torcidas, nem paz entre classes”. Na Alemanha, um movimento de torcidas reivindicou o direito de poder ficar em pé no estádio. A Gaviões da Fiel, organizada do Corinthians, tem uma parceria com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). Claro que existe também o lado da violência entre as torcidas, mas esse não é o foco deste trabalho.

Na Europa existe uma forte participação e organização dos antifascistas nos estádios de futebol. O Saint Pauli, da Alemanha, é conhecido por ter entre seus torcedores uma maioria de anarquistas, comunistas e libertários. Outros exemplos são o Rayo Vallecano (Espanha), West Ham (Inglaterra), Celtic (Escócia) e o Livorno (Itália). Este time tem em sua história forte ligação com os operários e comunistas.

Talvez o maior símbolo da equipe seja o atacante Cristiano Lucarelli, que possui uma história incomum no futebol. Quando atuava pela seleção italiana em um Campeonato Europeu Sub-20, em 1997, marcou o gol na final e comemorou mostrando uma camiseta com a foto de Che Guevara, que estava por baixo da camisa da seleção. Depois disso, ficou anos sem ser chamado para a seleção, apesar de sempre estar entre os maiores artilheiros do país.

Lucarelli vem de família pobre e relutou muito para deixar o Livorno há dois anos. Ele chegou a recusar muitas propostas e disse que só sairia se fosse para o bem do clube. Acabou indo para a Ucrânia, pois sonhava em atuar em uma das ex-repúblicas soviéticas. O atacante costuma comemorar seus gols com o braço esquerdo erguido e o pulso fechado, como fazem os comunistas do mundo inteiro.

Le football pourra survivre s'il preserve les valeurs qui ont fait sa force. S'il ne tourne pas à la bataille budgétaire et demeure un sport collectif porteur de valeurs humaines élargies. Pour ce faire, il est notamment essentiel de préserver les matches entre nations, tout autant que ceux entre clubs. Les équipes nationales se livrent, en effet, une compétition où l'argent n'est pas déterminant. Ce n'est pas le seul PNB d'un pays qui dicte le résultat d'un match. À l'opposé, dans la confrontation entre clubs, le volume de l'enveloppe budgétaire rassemblée par tel ou tel semble de plus en plus conditionner la hiérarchie sportive. Il est donc essentiel que des dates soient consacrées aux matches entre nations et que les clubs ne deviennent pas les maîtres du calendrier et de la confrontation sportive. Il est également crucial que la compétition entre nations ne soit pas dénaturée par le recours sans frein au changement de nationalité des joueurs (BONIFACE, 2006, p. 172)⁴⁰.

Para finalizar, a intenção deste trabalho foi construir uma discussão em torno da globalização do futebol e discutir o esporte no âmbito da Geografia, abordando o processo geopolítico e de mercantilização que o influencia. Ainda há muito que se pensar e analisar, e não se pode abarcar toda a complexidade do futebol em um pequeno trabalho. Porém mais um passo foi dado para que se possa discutir o futebol dentro da Ciência Geográfica. Encerro por aqui sem aquele sentimento de dever cumprido. Sei que tem muito mais a fazer. Deixo, como mensagem final, um

⁴⁰ O futebol poderá sobreviver se preservar os valores que fizeram a sua força. Se ele não se voltar à batalha orçamentária e continuar um esporte coletivo portador de valores humanos ampliados. Para isso, é destacadamente essencial preservar as partidas entre nações, tanto quanto as entre clubes. De fato, as equipes nacionais realizam uma competição onde o dinheiro não é determinante. Não é só o PIB de um país que dita o resultado de uma partida. Ao contrário, no confronto entre clubes, o tamanho do orçamento de cada um condiciona cada vez mais a hierarquia esportiva. Portanto é essencial que sejam consagradas datas às partidas entre nações e que os clubes não se tornem senhores do calendário e do confronto esportivo. Também é crucial que a competição entre nações não seja deturpada pelo recurso desenfreado à troca de nacionalidade dos jogadores (T.A.).

manifesto dos jogadores de futebol no movimento de maio de 68, que ocuparam a sede da Federação Francesa de Futebol.

Futebol para os Jogadores

“Nós, os jogadores de futebol, pertencentes a vários clubes na região de Paris, decidimos hoje ocupar a sede da Federação Francesa de Futebol. Assim como os trabalhadores, que estão ocupando as fábricas, e os estudantes, que estão ocupando suas faculdades. *Porque?*

PARA DEVOLVER AOS 600.000 JOGADORES DE FUTEBOL FRANCESES E SEUS MILHARES DE AMIGOS O QUE LHE PERTENCE: O FUTEBOL, QUE FOI ROUBADO DELES PELOS CHEFES DA FEDERAÇÃO PARA SERVIR AOS SEUS INTERESSES EGOÍSTAS DE ENRIQUECIMENTO.

Pelos termos do artigo 1 do Estatuto da Federação (de acordo com a lei, uma associação sem fins lucrativos), os chefes da Federação dedicam-se ao “desenvolvimento do futebol”. Nós os acusamos de trabalharem contra o futebol e de terem acelerado o seu declínio ao submetê-lo à tutela de um governo que é por sua própria natureza hostil ao esporte popular.

1º) ELES ACEITARAM UMA LIMITAÇÃO DE OITO MESES PARA A TEMPORADA DE FUTEBOL e o proibiram durante a melhor época do ano, e fizeram vista grossa ao fechamento de campos de futebol, à recusa de viagens coletivas, e à recusa de garantias de seguro contra acidente durante o período “proibido”.

2º) ELES NÃO FIZERAM NADA PARA EVITAR O FECHAMENTO DE VÁRIOS CAMPOS DE FUTEBOL nem tentaram criar novos. O que torna a prática do futebol impossível para centenas de milhares de jovens. Nem fizeram nada para permitir que crianças pudessem jogar futebol em quadras.

3º) ELES PRETENDEM CRIAR A LICENÇA B, que, por praticamente proibir transferências (exceto quando são do interesse dos grandes clubes), constituem uma afronta intolerável à liberdade dos jogadores e aos interesses dos clubes pequenos.

4º) ATRAVÉS DA VOZ DE DUGAUGUEZ, ELES INSULTARAM TODOS OS JOGADORES FRANCESES a respeito de suas habilidades físicas, técnicas e mentais.

5º) ELES ZOMBAM DA DIGNIDADE HUMANA DOS MELHORES JOGADORES ENTRE NÓS, os profissionais, ao manter o contrato de escravidão denunciado por Kopa, cuja ilegalidade foi reconhecida há um ano atrás por Sadoul, presidente do Conselho de Diretores.

6º) ELES DESPUDORADAMENTE CONCENTRAM NAS MÃOS DE UMA INSIGNIFICANTE MINORIA OS LUCROS SUBSTANCIAIS que nós lhes damos através de nossas inscrições, e através dos ingressos dos quais eles retiram percentagens antecipadamente, isto quando não levam tudo. Chiarisoli, presidente da Federação, e Sadoul, presidente do Conselho, lavam dinheiro ilegal através de contas que escapam ao controle dos jogadores. Bolougne, o chefe da máfia dos treinadores, reserva os empregos mais lucrativos para seus amigos (um milhão de francos ou mais por mês). Dugauguez está contratado como gerente da Seleção Francesa em regime de dedicação exclusiva (600.000 francos por mês), e mesmo assim manteve seus empregos como gerente de negócios do Sedan Draperies e treinador do Sedan. E para fechar o assunto há o Pierre Delaunay, que deve seu cargo de Secretário Geral da Federação à herança (como um Luizinho XVI), porque ele foi nomeado pelo seu pai, titular prévio do cargo!

É para colocar um fim a essas práticas inacreditáveis que nós estamos ocupando a propriedade dos 600.000 jogadores franceses, que se tornou o bastião dos inimigos e exploradores do futebol.

Agora depende de vocês: jogadores, treinadores, gerentes de clubes pequenos, incontáveis amigos e fãs do futebol, estudantes e trabalhadores – para preservar a qualidade do seu esporte, juntem-se a nós para: EXIGIR O FIM da limitação arbitrária da temporada futebolística; da licença B e do contrato de escravidão dos jogadores profissionais.

EXIJA A DEMISSÃO IMEDIATA (por meio de um referendo dos 600.000 jogadores, controlado pelos mesmos) dos exploradores do futebol e dos inimigos dos jogadores.

LIBERTE O FUTEBOL DA TUTELA DO DINHEIRO DOS PATÉTICOS CHEFETES que estão na raiz da decadência do futebol. E exija do Estado os subsídios que este garante a todos os outros esportes, e os quais os chefes da Federação jamais exigiram.

Para que o futebol permaneça seu, nós lhes convocamos para que VENHAM SEM DEMORA à sede da Federação que novamente se tornou SUA CASA, na Avenida d'Iena, 60, Paris.

Unidos, nós faremos que o futebol novamente seja o que jamais deveria ter deixado de ser: o esporte da alegria, o esporte do mundo de amanhã que todos os trabalhadores já começaram a construir. TODOS À AVENIDA D'IENA, 60!"

- *Comitê de Ação dos Jogadores de Futebol* (Viénet, 1992)



Ilustração 4 – Foto feita em Chiapas, no México, mostrando um zapatista dando uma bicicleta
(Crédito: Maurício Costa)

REFERÊNCIAS

AGOSTINO, Gilberto. Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional. Rio de Janeiro: Faperj/Mauad, 2002.

ANÁLISE SOCIAL – REVISTA DO INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DA UNIVERSIDADE DE LISBOA. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, vol. XLI, n. 179, 2º trimestre de 2006. ISSN 0003-2573.

BARRETO, Túlio Velho. Visões do jogo. Dossiê Futebol. Revista Entrelivros, São Paulo, v. 11, p. 32-46, março/2003.

BELET, Ivo. Relatório sobre o futuro do futebol profissional na Europa. Parlamento Europeu, 2007. 45 p.

BONIFACE, Pascal. La terre est ronde comme un ballon – géopolitique du football. Paris: Éditions du Seuil, 2002.

BONIFACE, Pascal. Football et mondialisation. Paris: Armand Colin, 2006.

BOURDIEU, Pierre. Programa para uma sociologia do esporte. IN: BOURDIEU, Pierre. Coisas ditas. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990.

BRUNI, José Carlos. Apresentação. Revista USP, São Paulo (dossiê futebol), num 22, jun/jul/ago de 1994.

CAMPOS, Paulo Mendes; PINHEIRO, Flavio (org.). O gol é necessário: crônicas esportivas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

CASTRO, Josué de. Geopolítica da Fome. São Paulo: Brasiliense, 1965.

HOLANDA, Chico Buarque de. “O moleque e a bola”. In: COELHO, Eduardo (Org.). Donos da bola. Rio de Janeiro: Língua Geral, 2006.

CORRÊA, Roberto Lobato. Corporação e Espaço – Uma Nota. Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro: IBGE, volume 53, nº 1, janeiro/março 1991.

COSTA, Wanderley Messias da. Geografia Política e Geopolítica. Tese de Doutorado, São Paulo, 1990.

DAMATTA, Roberto. Antropologia do Óbvio: Notas em Torno do Significado Social do Futebol Brasileiro. Revista USP, São Paulo (dossiê futebol), num 22, jun/jul/ago de 1994.

DAMATTA, Roberto (Org.). Esporte e sociedade brasileira. In: DAMATTA, Roberto. Universo do Futebol. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAMIANI, Amélia Luisa. A Geografia que Desejamos. Boletim Paulista de Geografia, São Paulo, Seção São Paulo – Associação dos Geógrafos Brasileiros, nº 83, dezembro de 2005.

DAMO, Arlei Sander. Do Dom à Profissão. Uma Etnografia do Futebol de Espetáculo a Partir da Formação de Jogadores no Brasil e na França. 2005. 435 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2005.

DEBORD, Guy. Sociedade do Espetáculo. Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ELIAS, Norbert. Ensaio sobre o desporto e a violência. IN: ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. A busca da excitação. Lisboa: Difel, 1992.

FAVERO, Paulo Miranda; LOURENÇO FILHO, Fernando José; e MIRANDA, Melina Nóbrega. Grupo Interdisciplinar de Estudos sobre Futebol. Geosp. São Paulo: FFLCH/USP, 2007, nº 22, p. 127-136.

FOER, Franklin. Como o futebol explica o mundo: um olhar inesperado sobre a globalização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. A dança dos deuses: futebol, cultura e sociedade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FREYRE, Gilberto. Prefácio. In: RODRIGUES FILHO, Mario. O negro no futebol brasileiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

FURTADO, Bernardino. Mercado da Infância. *Estado de Minas*, 3 de junho de 2007. Esportes.

FUTEBOL é usado para aliciar jovens na África. *Hoje em Dia*. 28 de março de 2007. Esportes.

GALEANO, Eduardo. Futebol ao Sol e à Sombra. Porto Alegre: L&PM Editores, 2002.

GUEDES, Simoni Lahud. Subúrbio: Celeiro de craques. In: DAMATTA, Roberto. *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.

HOBBSBAWM, Eric. *Globalização, democracia e terrorismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens. O jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

JACOBS, Claudia Silva, DUARTE, Fernando. *Futebol Exportação*. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

JAPPE, Anselm. *Guy Debord*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

LEITE LOPES, José S. A vitória do futebol que incorporou a pelada. *Revista USP*, Dossiê Futebol, São Paulo, n.22, p. 64-83, 1994.

MAGNOLI, Demétrio. *O que é geopolítica*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

MANHÃES, Eduardo. *João Sem Medo – Futebol Arte e Identidade*. São Paulo: Pontes, 2004.

MARX, Carlos. *El Capital: Crítica de la Economía Política*. México: Fondo de Cultura Económica, 1946.

_____. Teorías Sobre la Plusvalía. Buenos Aires: Editorial Cartago, 1975.

MASCARENHAS, Gilmar. A bola nas Redes: Futebol, Território e Conectividade no Brasil. Trabalho de Pós-Graduação, Rio de Janeiro, 1999.

_____. Considerações teórico-metodológicas sobre a Difusão Espacial do Futebol. Geo UERJ, Revista do Departamento de Geografia, UERJ, Rio de Janeiro, número 10, 2º semestre de 2001.

_____. O corpo e a cidade: a epidemia da febre esportiva no Rio de Janeiro (1890-1920). Geo UERJ, Revista do Departamento de Geografia, UERJ, Rio de Janeiro, número 5, 1º semestre de 1999.

MAURICIO, Ivan (org.). 90 minutos de sabedoria – a filosofia do futebol em frases inesquecíveis. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom; WITTER, José Sebastião (orgs.). Futebol e cultura: coletânea de estudos. São Paulo: Imprensa Oficial – Arquivo do Estado, 1982.

MILLS, John Robert. Charles Miller: o pai do futebol brasileiro. São Paulo: Panda Books, 2005.

PASOLINI, Pier Paolo. O gol fatal. Folha de S. Paulo, São Paulo, 6 mar. 2005. Caderno Mais!, pag. 4.

RITUERTO, R. M. de. Uefa acusa grandes clubes de roubar pequenos. El Pais, 14/12/2005.

ROSA, Alexandre Machado. Futebol, tráfico de atletas e conivência do Estado. *Le Monde Diplomatique Brasil*, 1º de junho de 2008. Acessado em 10/6/2008, às 16h48, em <<http://diplo.uol.com.br/2008-06,a2373>>.

ROSENFELD, Anatol. O futebol no Brasil. Revista Argumento, ano I, n. 4, p. 61-85, 1973.

SEABRA, Odette Carvalho de Lima. Urbanização e fragmentação: cotidiano e vida de bairro na metamorfose da cidade em metrópole, a partir das transformações do Bairro do Limão. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2003 (Livre Docência).

SENNET, Richard. Corpo e cidade. IN: SENNET, Richard. Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

SHIRTS, Matthew G. Literatura futebolística: uma periodização e Futebol no Brasil ou Football in Brazil? In: MEIHY, José C. S. B.; WITTER, José S. Futebol e cultura: coletânea de estudos. São Paulo: Imprensa Oficial: Arquivo do Estado, 1982.

SOUZA, Marcos A. de. Gênero e raça: a nação construída pelo futebol brasileiro. Cadernos Pagu, Campinas, n. 6-7, p. 109-152, 1996.

SUSSEKIND, Hélio Carlos. Futebol em dois tempos. Rio de Janeiro: Relume – Dumará, 1996.

TOLEDO, Luiz H. de. Futebol e Teoria Social: aspectos da produção acadêmica brasileira (1982-2002). BIB - Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, São Paulo, v. 52, p. 133-165, 2001.

_____. Lógicas no futebol. São Paulo: Hucitec, Fapesp, 2002. Introdução e Capítulo 1.

VAZ, Alexandre Fernandez. DAMATTA, O futebol como drama e mitologia. IN: PRONI, Marcelo W.; Lucena, Ricardo de F. Esporte, história e sociedade. Campinas: Autores Associados, 2002.

VESENTINI, José William. Imperialismo e Geopolítica Global. São Paulo: Papirus, 1990.

_____. Novas Geopolíticas. São Paulo: Contexto, 2003.

VIÉNET, René. Enragés and Situationists in the Occupation Movement, May 68. Londres: Autonomedia/Rebel Press, 1992 [Paris: Editions Gallimard, 1968].

VIVES, Jaime Vicens. Tratado General de Geopolítica. Barcelona: Editorial Teide, 1950.

WISNIK, José Miguel. Veneno remédio: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.