

**THE JOURNAL OF THE
LATIN AMERICAN SOCIO-
CULTURAL STUDIES OF SPORT**



Curitiba, v. 5, n. 1, p. 34-45, 2015. doi: 10.5380/jlass.v5i1.37343

**DO AMADORISMO AO FUTEBOL-ESPETÁCULO: UMA REFLEXÃO
ACERCA DOS CLUBES DE FUTEBOL BRASILEIROS**

DENISE CORRÊA DA LUZ

Universidade Estadual de Londrina / Brasil

denise_cluz@hotmail.com

GISELE PUGLIESE

Faculdade Dom Bosco / Brasil

giselepugli@yahoo.com.br

EVERTON DE ALBUQUERQUE CAVALCANTI

Universidade Federal do Paraná / Brasil

profevertoncavalcanti@gmail.com

RIQUELDI STRAUB LISE

Universidade Federal do Paraná / Brasil

ricklise@ig.com.br

Resumo

O objetivo desta pesquisa é refletir acerca do processo de transição do futebol profissional para futebol espetáculo, considerando principalmente os potenciais de poder dos clubes brasileiros em relação a outras instituições atuantes neste campo. Pretende-se, num primeiro momento, destacar as principais características de cada uma das fases do processo de transição desde o amadorismo até o futebol espetáculo e perceber quais instituições e agentes detinham maiores potenciais de poder. Num segundo momento intenta-se comparar, na atualidade, as formas de obtenção de receitas de clubes estrangeiros e brasileiros, já considerando a lógica espetacularizada na qual o futebol está inserido. Tornou-se possível afirmar que o processo de modernização do futebol brasileiro ainda está incompleto, ou seja, a transição do futebol profissional para o futebol espetáculo, pelo menos para os clubes, ainda não ocorreu de forma plena.

Palavras-chave: Futebol; Profissionalismo; Espetacularização.

Del amateurismo al fútbol-espectáculo: una reflexión sobre los clubes de fútbol brasileños

Resumen

El objetivo de esta investigación consiste en una reflexión sobre el proceso de transición desde el fútbol profesional hacia el fútbol espectáculo, sobre todo teniendo en cuenta el potencial poder de los clubes brasileños en relación con otros agentes que actúan en este campo. Se pretende, en un primer momento, destacar las principales características de cada etapa de la transición del amateurismo al fútbol espectáculo y percibir cuales agentes detentan un mayor poder potencial. En un segundo momento, el intento es comparar, en la actualidad, las formas de obtener ingresos por parte de los

clubes extranjeros y brasileños, teniendo en cuenta la lógica espectacularizada en la que se inserta el fútbol. Es posible afirmar que el proceso de modernización del fútbol brasileño está aún incompleto, es decir, la transición de fútbol profesional para el fútbol espectáculo, por lo menos para los clubes, aún no ha tenido lugar en su totalidad.

Palabras clave: Fútbol; Profesionalismo; Espectacularización.

From amateurism to football-spectacle: a reflection about the Brazilian football clubs

Abstract

The article focuses on the transition process from professional football to spectacle football, especially considering the potential power of Brazilian clubs in relation to other institutions of this field. At first, it is intended to highlight the main features of each stage of the transition and notice which institutions and agents held greater potential of power. Secondly, the attempt is to compare currently the ways of getting income in foreign and Brazilian clubs, considering the spectacularized logic in which the football is inserted. It is possible to affirm that the modernization process of Brazilian football is still incomplete. The transition from professional football to spectacle football, at least for the clubs, has not yet occurred in full.

Key-words: Football; Professionalization; Spectacularization.

Introdução

Quando se pretende estudar a história do futebol brasileiro, uma das principais referências historiográficas é a obra de Waldenyr Caldas “O pontapé inicial: memória do futebol brasileiro” (1989). Nesta obra, o autor descreve a trajetória do futebol no Brasil desde sua chegada em 1894, até sua sistematização profissional no ano de 1933, com a regulamentação do profissionalismo da referida modalidade.

Já em 1998, o pesquisador Marcelo Weishaupt Proni, em sua tese de doutoramento intitulada “Esporte-espetáculo e futebol-empresa” – mais tarde transformada no livro “A metamorfose do futebol” (2000) –, afirma que ao longo dos anos que sucederam o estabelecimento do profissionalismo no Brasil, o futebol foi paulatinamente se espetacularizando¹. Tal processo se intensificou nos primeiros anos da década de 1990, período no qual o futebol passa a adquirir novas características, as quais já não se enquadravam no modelo profissional proposto por Caldas. Nesse sentido, pode-se entender que a obra de Proni se apresente como um complemento do modelo explicativo proposto por Caldas, embora o autor nunca declare isto de forma explícita, ou seja, este é um entendimento dos autores desta pesquisa.

¹ Ribeiro (2007: 11), ao tratar da questão da espetacularização afirma, “As transformações mais recentes do capitalismo, caracterizadas por um *boom* expansionista e a globalização de novos padrões tecnológicos e culturais de mercado, trouxeram consigo o que estamos denominando de uma nova onda de espetacularização da indústria cultural do consumo, ou seja, consumir produtos materiais e culturais em grande escala. Entre esses produtos, o futebol adquiriu uma especial caracterização”.

Proni apresenta o futebol sob a lógica do consumo, do capitalismo e do entretenimento, o “futebol espetáculo”.

Como afirmou-se anteriormente, sabe-se que tanto na obra de Caldas, quanto de Proni, não se pautaram em desenvolver uma periodização para a história do futebol brasileiro e que a tentativa de esboço proposta, atinge a perspectiva de reflexão de uma história oficial, propagada pelas pesquisas apresentadas. Porém, acredita-se que tal esforço intelectual pode colaborar no preenchimento de uma lacuna quanto a transição entre a profissionalização e a espetacularização do futebol. Portanto, não se buscou questionar as bibliografias construindo uma história vinda de baixo, mas entender o posicionamento dessas obras de acordo com o contexto do futebol no período que as pesquisas retrataram.

E é justamente neste processo de passagem entre o futebol profissional e o futebol espetáculo que se situam algumas questões que esta pesquisa pretende responder. Como se deu a transição do profissionalismo para o futebol espetáculo para os clubes brasileiros? Os clubes como uma das principais instituições do campo esportivo perderam espaço para outras instituições emergentes?

Portanto, o objetivo desta pesquisa é refletir acerca do processo de transição do futebol profissional para futebol espetáculo, considerando principalmente os potenciais de poder dos clubes brasileiros em relação a outras instituições atuantes neste campo.

Com sentido de responder aos questionamentos acima propostos, pretende-se, num primeiro momento, destacar as principais características de cada uma das fases do processo de transição do amadorismo ao futebol espetáculo, bem como perceber quais agentes detinham maiores potenciais de poder. Num segundo momento, intenta-se comparar, na atualidade, as formas de obtenção de receitas de clubes estrangeiros e brasileiros, já considerando a lógica espetacularizada na qual o futebol está inserido.

Esse estudo trata-se de uma revisão bibliográfica e a ideia de sua construção surgiu na elaboração de um seminário de disciplina na pós-graduação da UFPR. Assim sendo, utilizar-se-á nesta pesquisa alguns conceitos preconizados por Pierre Bourdieu, a fim de compreender as relações de poder estabelecidas no referido campo.

Uma possível cronologia para o futebol brasileiro

Embora a obra “O Pontapé Inicial” (1989) faça alusão à história do futebol no país, a leitura atenta deste livro indica que o autor, contrariando o título, se propõe a escrever sobre a história dos clubes de futebol brasileiros e não exatamente sobre a história do futebol no país. Tal observação, de maneira nenhuma, diminui a importância desta obra na compreensão da popularização do futebol no Brasil, mas

reforça certa tradição de que a história do futebol se confunde com o desenvolvimento dos clubes de futebol no país.

O futebol foi transplantado para o Brasil por Charles W. Miller, um brasileiro de origem inglesa. Aos dez anos de idade, Miller foi enviado à terra de seus pais para frequentar a escola. Quando voltou a São Paulo, em 1894, trouxe em sua mala uma bola de futebol. Para difundir o futebol entre os ingleses, que viviam em São Paulo e jogavam cricket, Miller entregou-se a uma fervorosa atividade de missionário. O primeiro círculo que cultivou o jogo numa forma organizada foi formado por sócios de um clube inglês – o São Paulo Athletic Club, que havia sido fundado para a prática do cricket e ao qual Miller se associou. O clube reunia altos funcionários ingleses da Companhia de Gás, do Banco de Londres e da São Paulo Railway (Rosenfeld *in* Caldas, 1989: 22).

A obra de Caldas tinha o intuito de organizar o entendimento do desenvolvimento dos clubes de futebol, desde a fase amadorista até o estágio de profissionalização. O êxito do “Pontapé inicial” foi tão grande que a cronologia proposta neste livro é comumente utilizada por vários estudos acadêmicos. O autor destaca as três fases de desenvolvimento do futebol brasileiro: o amadorismo, o profissionalismo marrom e o profissionalismo.

1ª FASE: AMADORISMO (1894 – 1915) – A fase amadora, segundo Caldas (1989), tem seu início com a primeira partida oficial disputada de forma organizada, entre os funcionários da Companhia de Gás de São Paulo (*Gas Company of São Paulo*) e da Companhia Ferroviária de São Paulo, o *São Paulo Railway* – sendo que esta última se sagrou vencedora pelo placar de 4 a 2. Tal disputa foi organizada por Charles Miller. Filho de pai escocês e mãe brasileira, Miller voltava ao Brasil depois de um longo período de estudos na Inglaterra, país onde aprendeu as técnicas, as regras e adquiriu o material necessário para tal prática (bolas, uniformes e livro de regras). Praticado, em um primeiro momento, nos clubes com ascendência inglesa, o futebol adquiriu características elitistas, portanto, sujeito a uma lógica amadorista. Concordando com Caldas, Toledo (2000) descreve este período da seguinte maneira.

O amadorismo, regime vigente no futebol brasileiro por um período de aproximadamente trinta anos, teve seu ocaso em 1933. Era denominado de amador, pois entre outras características fundamentais, proibia, através dos estatutos das primeiras associações e federações que os jogadores recebessem qualquer benefício que configurasse uma remuneração para jogar. Emprestava-se ao jogo um significado pretensamente educativo (Toledo, 2000, p. 10).

Em poucos anos, vários clubes foram fundados. Na cidade de São Paulo, surgiram o Club Paulistano, São Paulo Athletic Club e Sport Club Corinthians Paulista; e na cidade de Campinas surgiu a Associação Athletica Ponte Preta. Na cidade do Rio de Janeiro, Oscar Cox, estudante que retornava ao Brasil depois de cumprir seus estudos na Suíça, fundou, com alguns colegas, o Fluminense Football Club, o clube mais sofisticado daquele período. Além disso, alguns clubes de regatas passaram a promover equipes de futebol, tais como o Clube de Regatas Botafogo e o Clube de Regatas Flamengo, neste período também surgiu o The Bangu Athletic Club (Caldas, 1989).

Conforme já apontado anteriormente, os praticantes de futebol pertenciam a uma elite intelectual e social. Conforme revela Caldas (1989: 27), “O Flamengo, por exemplo, nesta época, chegou a ser campeão carioca com um elenco invejável: dos quatorze jogadores que possuía, oito eram estudantes de Medicina, quatro de Direito e um filho de comerciante rico, mas que não estudava”. Dessa maneira, os clubes detinham um alto potencial de poder, capaz de determinar quem poderia ou não praticar tal esporte. E, com esta era considerada uma prática distintiva, as restrições impostas eram severas.

Pensando a partir dos preceitos teóricos propostos por Pierre Bourdieu, pode-se aqui pensar no primeiro momento da estruturação do campo futebolístico no Brasil, compreendendo o campo como “espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem da sua posição nesses espaços e que podem ser analisadas independentemente das características de seus ocupantes (em parte determinadas por elas)” (Bourdieu, 1983: 119); ou seja, um espaço de relações de força entre os diferentes tipos de capitais envolvidos nessas inter-relações. Assim, neste primeiro período do futebol no Brasil, os clubes detinham um enorme potencial de poder, exatamente pelo fato de se tratar de um momento em que havia poucas instituições atuando no campo – situação que permitia que os próprios clubes regulassem a prática do então esporte amador. Dessa forma, tal instituição monopolizava as relações e funcionamento do campo futebolístico, subjugando as práticas dos agentes alheios a tal estrutura, os quais, portanto, detinham capital social menor – como jogadores e torcedores.

Mesmo imerso nesta lógica elitista e amadora, o The Bangu Athletic Club apresentava algumas características singulares. Fundado pelos mandatários da Companhia Progresso Industrial Ltda, o clube era localizado na periferia da cidade do Rio de Janeiro, muito distante da região central. Tendo em vista o número restrito de funcionários ingleses na Companhia Progresso, havia a dificuldade em formar dois times para a realização de treinamentos. Para resolver tal problema, a primeira estratégia utilizada foi convidar ingleses associados de outros clubes para completar o time do Bangu. No entanto, a longa viagem até o clube era um fator restritivo, o que fez com que o clube tomasse a última alternativa: incorporar operários brasileiros ao time. A inserção na equipe de futebol do Bangu era muito benéfica para os operários selecionados, pois estes passavam a ter alguns privilégios na empresa e, não raro, eram promovidos de cargos. Nesse sentido, havia dentro da empresa uma disputa entre operários interessados nos benefícios de participar dos treinamentos no clube (Caldas, 1989). Ao se considerar os *habitus* desenvolvidos pelos agentes, como a mediação comportamental entre este e a sociedade na qual está inserido (Bourdieu, 1983), é possível notar que o fato de participar dos treinamentos de futebol poderia representar, para alguns funcionários, um acréscimo de capitais, fossem eles financeiros – considerando

a possibilidade de promoção – ou mesmo de capital simbólico², devido à proximidade com funcionários do alto escalão da empresa.

Assim, o Bangu foi um dos primeiros clubes a promover uma democratização no futebol, ao permitir que operários, isto é, indivíduos que não pertenciam a uma elite econômica, participassem de jogos oficiais de futebol. No entanto, cabe aqui considerar que esta democratização só ocorreu devido a uma necessidade dos ingleses, mandatários da empresa, de manutenção de uma prática de lazer elitizada. De qualquer forma, alguns brasileiros não pertencentes às elites podiam tomar parte deste lazer tão restritivo.

Em pouco tempo, a equipe de futebol do The Bangu Athletic Club tornou-se mais conhecida do que a própria fábrica. Nesse sentido, o futebol passou a servir como uma eficiente forma de divulgação para a empresa. Conquistar vitórias, transmitindo uma imagem vencedora e principalmente democratizada, tendo em vista a participação de jogadores brasileiros pertencentes às classes sociais menos privilegiadas, tornou-se, de certa forma, uma característica muito particular do Bangu. A consequência disto foi uma seleção dos melhores jogadores, ao invés de privilegiar os mandatários ingleses. Possivelmente esta tenha sido a primeira ruptura, mesmo que parcial, sofrida pela lógica amadora e elitista na qual o futebol estava imerso. “Entre outras coisas esta foi uma época (como quase tudo que se faz amadoristicamente) onde prevaleceram a visão romântica do futebol, a voluntariedade dos jogadores, a desorganização e é claro, a paixão e a injustiça para com os atletas” (Caldas, 1989: 37).

2ª FASE: PROFISSIONALISMO MARROM (1915 – 1933) – A partir do precedente caso do Bangu, com a escalação de operários – que desfrutavam de benefícios dentro da empresa – para disputar os jogos de futebol com o intuito principal de obter vitórias, outros clubes tomaram decisões semelhantes. A modo de exemplo, pode-se aqui citar o Clube de Regatas Vasco da Gama que, em 1923, decidiu escalar negros e analfabetos para disputar o campeonato carioca. O Vasco tornou-se campeão daquele ano (Pereira, 2000). Tais fatos causaram profundas mudanças na estruturação das disputas futebolísticas. Embora ainda sujeito a uma lógica amadora e elitista, tornava-se necessária uma recompensa para que jogadores pobres se dedicassem aos treinamentos. Obviamente, essas recompensas deveriam ser acobertadas, pois, uma vez descoberto, o clube poderia ser excluído das competições oficiais. Toledo (2000), ao tratar desses benefícios oferecidos a alguns jogadores pertencentes às classes menos privilegiadas, aponta...

Porém frequentemente burlavam-se tais restrições, decorrendo deste fato, inclusive, o aparecimento de ganhos extras, tais como as recompensas popularmente conhecidas

² “O capital simbólico – outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição, quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo de óbvio” (BOURDIEU, 2003, p. 145).

como “bichos”. Para alguns, o futebol já deixava entrever uma via de acesso para a ascensão social (Toledo, 2000: 10).

O futebol se tornava cada vez mais popular, as torcidas se faziam cada vez mais presentes e cobravam dos seus clubes favoritos resultados de vitórias. O *fair play* e as disputas cavalheirescas passavam rapidamente a ceder lugar à vontade de vencer, considerando o demasiado interesse por vitórias e a ambição por premiações, por parte dos jogadores. Dessa maneira, tornava-se cada vez mais distante o ideal amadorista / elitista, estabelecido na chegada deste esporte ao Brasil. Nesse período, foi possível perceber que os clubes de futebol brasileiros, embora ainda ocupassem uma posição privilegiada no campo futebolístico, passavam a perder potencial de poder em relação a algumas instituições que emergiam no campo. Pode-se aqui citar, por exemplo, a entrada no campo futebolístico de instituições como a Federação Brasileira de Futebol (FBF), a Federação Brasileira de Esportes (FBE), a Confederação Brasileira de Desportos (CBD). Tais entidades passavam, de certa maneira, a regulamentar as ações dos clubes do futebol brasileiro e, por consequência, diluir o potencial de poder dos clubes, que agora estavam submissos a essas instituições. As cadeias de interdependência se tornavam mais complexas e os tensionamentos entre agentes e instituições atuantes nesse campo passaram a ser mais frequentes.

3ª FASE: PROFISSIONALISMO (1933–década 1990) – Por volta do ano de 1933, grande parte dos países latino-americanos já apresentava uma versão completamente profissionalizada do futebol – à exceção do Brasil. Por este motivo, passou a ser comum que jogadores brasileiros deixassem o país, com a perspectiva de atuarem como profissionais da bola (Caldas, 1989). Assim, a situação amadora que se arrastava no país teve que ser modificada, o que aconteceria, por meio da profissionalização do esporte.

Com a profissionalização, ocorreram mudanças relativamente grandes no campo futebolístico, como, por exemplo, o capital simbólico (Bourdieu, 1983) dos jogadores de futebol. Se no período amador, eles eram membros pertencentes da elite econômica, agora se tratavam de pobres, negros e mulatos que recebiam um salário compatível ao de um operário. Ou seja, o jogador de futebol passa a ser socialmente marginalizado, pois, desconsiderando um sentimento nacional que ainda estava em processo de formação, o atleta era tachado como um indivíduo incapaz sequer de atuar como operário, sendo necessário recorrer à profissão da bola. Dessa maneira, é possível pensar que esta transição do futebol amador para o futebol profissional representou um enorme decréscimo de potencial de poder para os jogadores.

Surge, nesse período, com o intuito de globalizar o esporte, a Copa do Mundo, que foi realizada pela primeira vez no Uruguai, em 1930. Além do que, junto com o profissionalismo do futebol, pode-se destacar o surgimento de uma crônica especializada – a crônica esportiva –, estrelada especialmente por Mario Filho e Nelson Rodrigues.

4ª FASE: FUTEBOL ESPETÁCULO – A Copa do Mundo de 1970 marcou o início das transmissões esportivas em televisores a cores, inserindo um novo agente nessa lógica instituída do futebol profissional. Nessa perspectiva, João Havelange foi eleito presidente da FIFA, em 1974, quebrando a hegemonia europeia no comando da entidade máxima do futebol. Para sagrar-se vencedor no pleito, Havelange prometeu um novo “olhar” aos integrantes de confederações pouco prestigiadas, como a África e a Ásia, o que de certa forma colaborou para sua ascensão ao poder. É nesse ponto que congregamos com a teoria de Bourdieu (1983) em relação à internalização das regras de funcionamento do campo (*habitus*), já que para receber os votos das federações citadas, o presidente teve que aceitar condições que favoreciam confederações com potencial de poder reduzido no campo – o que o permitiu ascender em termos de diferencial de poder.

Porém, para que tivesse seu projeto viabilizado, Havelange precisava de recursos que a FIFA não dispunha, já que sua receita era oriunda apenas das disputas das Copas do Mundo. Nesse sentido, entraram em cena as empresas Adidas e a Coca-Cola, instituições parceiras que, através de seu capital econômico, assumiram posição de destaque na aquisição de poder suficiente para, inclusive, organizar competições com a chancela da FIFA.

Com os investimentos crescendo por parte de tais empresas e com o retorno midiático e financeiro advindo, outras empresas passaram a interessar-se pelo patrocínio nas competições internacionais, já que o futebol estava em ascensão econômica.

Em paralelo a isso, os clubes também passaram a arrecadar verbas oriundas de outras fontes que não somente a venda de ingressos. Em 1981, na Itália, a Juventus fechou um contrato para exposição de logomarca na camisa do clube pelo valor de US\$400 mil anuais; além disso, o início da transformação dos campeonatos europeus, em um produto de alto valor para a indústria cultural de entretenimento, gerou disputas de exclusividade (detenção do poder) das transmissões por parte das televisões por assinatura.

Em suma, o sucesso do modelo proposto por Proni (futebol empresa) se sucedeu pela mercantilização das ligas, que se estruturaram através da instituição de programas esportivos, que, conseqüentemente, atraíam novas formas de investimento pelo marketing esportivo.

Inevitavelmente, os países com maior capital econômico aumentaram seus diferenciais de poder, pois tinham possibilidades de investimentos que outros centros periféricos não possuíam. Isso de fato gerou um desequilíbrio esportivo, já que clubes com maiores receitas poderiam adquirir os melhores jogadores, obtendo vantagens nas disputas.

Clubes europeus e brasileiros na era do futebol espetáculo

Segundo Proni (2007), equipes como Real Madrid, Milan e Manchester United tornaram-se exemplos de como explorar as fontes de receita a partir da lógica do futebol empresa. O Manchester apresenta maior arrecadação, traçando como estratégia tudo que cerca “o dia do jogo” (*match day*), no qual uma série de serviços são oferecidos ao torcedor, a fim de atender a demanda do esporte enquanto um espetáculo. No Real Madrid, o patrocínio e o investimento em contratações de “renome”, como forma de expor a marca, tratam de uma estratégia que visa atrair investidores e aumentar receitas através de vendas de produtos licenciados. Já no Milan, as receitas advindas dos contratos com as emissoras de televisão demonstram outra maneira de arrecadar verba, para manutenção da ideia do futebol espetáculo (Proni, 2007).

O futebol-empresa deve ser entendido de uma perspectiva histórica, como um novo modelo de organização esportiva que foi sendo conformado aos poucos em alguns países centrais, depois se difundiu para outras regiões, que foi se tornando mais complexo e assumindo diferentes modelos de natureza jurídica e de gestão econômica (Proni, 2007: 20).

Convém aqui, ressaltar que as principais receitas dos clubes europeus estão centradas nos três aspectos acima citados: o *match day*, as receitas comerciais e os direitos de transmissão. Segundo Proni (2007), o Real Madrid arrecadou mais de 800 milhões de reais; o Manchester United e o Milan obtiveram uma receita superior a 700 milhões de reais – dados que se referem ao ano de 2005.

Atualmente no Brasil, a principal fonte de renda da maioria dos clubes é proveniente dos direitos de transmissão de TV. Para se ter ideia, os valores pagos pelos direitos de transmissão para os cinco principais clubes brasileiros, que disputaram campeonato brasileiro nos anos entre 2009 a 2011, não passavam de 25 milhões de reais por ano, considerando que os clubes de menor expressão arrecadavam por volta de 800 mil reais por ano. Tais valores referem-se apenas às cotas recebidas por clubes disputantes da primeira divisão do campeonato brasileiro, esses números são muito inferiores se forem levados em conta as demais divisões como as séries B e C (Zirpoli, 2013).

Outra importante fonte de renda para os clubes brasileiros é a bilheteria nos dias de jogos. Segundo pesquisa realizada em 2013, pela Pluri Consultoria, a média de arrecadação com bilheteria no Brasil é de R\$ 121 mil por jogo³ (Lordello, 2014). Outra pesquisa, realizada pela BDO Brazil, aponta os clubes com maiores receitas no ano de 2011 (apenas aqueles que disputaram a primeira divisão do campeonato brasileiro). Somente dois clubes superaram a casa dos 200 milhões de reais em receitas. A maioria deles teve receita inferior a 100 milhões de reais por ano (Ferreira, 2012).

³ A avaliação considerou a arrecadação bruta das equipes, quando mandantes, para os jogos disputados nas quatro divisões do Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Libertadores, Sul-Americana, Recopa, Copa do Nordeste e os 26 campeonatos Estaduais, em um total de 34 competições e 296 equipes (LORDELLO, 2014).

Segundo outra pesquisa elaborada em 2012, pela Diário Consultoria, alguns clubes brasileiros chegam a ter uma folha salarial mensal de até 8 milhões de reais por mês – caso do Fluminense –, totalizando um gasto de 96 milhões de reais por ano com salário de jogadores (Sales, 2012).

Venancio (2014) apresenta os números referentes ao endividamento dos clubes brasileiros e os resultados são alarmantes. Os clubes mais endividados do Brasil são: Flamengo (757 milhões), Botafogo (700 milhões), Vasco (518 milhões), Atlético-MG (438 milhões) e Fluminense (422 milhões).

A partir dos dados acima colocados, é possível uma análise do caso dos clubes brasileiros sob uma lógica espetacularizada. Torna-se necessário, aqui, ressaltar que esta análise só considera alguns dados econômicos.

Enquanto os clubes europeus dinamizam suas gestões e investem em estratégias de marketing esportivo, com sentido de ampliar suas fontes de renda, os clubes brasileiros parecem estar dependentes de poucas alternativas de receitas, tais como cotas de televisão, patrocínio nas camisas, bilheterias e a venda de jogadores. No entanto, vale aqui ressaltar que, se por um lado, os clubes brasileiros enfrentam muitas dificuldades em se adaptar a uma lógica espetacularizada do futebol, outras instituições que atuam neste mesmo campo se mostraram muito bem adaptadas. Caso por exemplo das Organizações Globo – empresa que atualmente detém os direitos exclusivos de transmissão do campeonato brasileiro –, que no ano de 2014 já comercializou em cota de patrocínios um valor de aproximadamente 1,1 bilhão de reais (Novas, 2013). A FIFA, instituição que organiza o futebol em nível mundial, anunciou em 2013 um faturamento de aproximadamente 3,2 bilhões de reais (O Globo, 2014).

Considerações Finais

No Brasil, a inserção do futebol empresa deu-se a partir de uma crise da lógica profissional ocorrida no país há alguns anos. A gestão deficiente por parte de dirigentes amadores aparenta um dos problemas que demonstram o atraso que o futebol perpassa. A falta de estratégias de marketing, que possibilitem um aumento de fontes de renda, torna os clubes brasileiros pouco rentáveis, se considerarmos clubes estrangeiros ou mesmo outras instituições e agentes secundários que lucram com o futebol brasileiro.

Se por um lado, o campo futebolístico no Brasil e suas principais instituições se encontram imersos em uma lógica espetacularizada, por outro, os clubes, administrados por dirigentes amadores e gestões financeiras arcaicas e irresponsáveis, remontam ao período do profissionalismo.

Portanto, é possível afirmar que o processo de modernização do futebol brasileiro ainda está incompleto, ou seja, a transição do futebol profissional para o futebol espetáculo, pelo menos para os clubes, ainda não ocorreu de forma plena. Este atraso dos clubes, em relação a um novo modo de gerir o futebol nos moldes do espetáculo, possibilitou a novas instituições emergentes um aumento nos

potenciais de poder, em especial do poder econômico. Dessa maneira notou-se que ao longo dos anos os clubes de futebol do Brasil, ficaram a margem da lógica espetacularizada que permeia o futebol atual.

Porém, nos últimos alguns sinais da modernização do futebol brasileiro se fazem cada vez mais presentes. Já é possível perceber algumas ações com sentido de buscar fontes alternativas de receitas, tal como os programas de sócio torcedor, ou ainda a modernização de alguns estádios, tornando-se arenas multiuso, entre outras.

Parcerias diretas com empresas patrocinadoras, aumento das cotas de televisão, contratos com empresas de materiais esportivos, coadunadas a outras alternativas para ampliação de receitas indicam que um caminho em direção a modernização está sendo traçado, tardia e vagarosamente.

REFERÊNCIAS

Bourdieu, P. (1983). **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero.

Caldas, W. (1990). **O Pontapé Inicial**: memória do futebol brasileiro. São Paulo: Ibrasa.

Elias, N. (2008). **Introdução à Sociologia**. São Paulo: Edições 70.

Ferreira, J. M. (2012). Cotas de TV dominam receita dos clubes brasileiros. **Lancenet**, Rio de Janeiro, 16 mai. 2012. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/minuto/Cotas-TV-principal-renda-clubes_0_700730169.html>. Acesso em: 18 jun. 2014.

Lordello, V. (2014). Os clubes brasileiros com maiores bilheterias em 2013. **Exame.com**, 25 fev. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/esporte-executivo/2014/02/25/os-clubes-brasileiros-com-maiores-bilheterias-em-2013/>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

Novas, K. (2013). De Copa a Copa, faturamento da Globo com futebol sobe 130%. **Propmark**, 23 ago. 2013. Disponível em: <<http://propmark.uol.com.br/midia/45356:de-copa-a-copa-faturamento-da-globo-com-futebol-sobe-130>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

O Globo (2014). Fifa anuncia que teve lucro recorde no ano de 2013. 21 mar. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/fifa-anuncia-que-teve-lucro-recorde-no-ano-de-2013-11946658>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

Pereira, L. A. M. (1998). *Footbalmania: uma história social do Futebol no Rio de Janeiro (1902-1938)*. Tese de Doutorado em História Social - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, Unicamp.

Proni, M. W. (2000). **A Metamorfose do Futebol**. São Paulo: Unicamp.

Ribeiro, L. C. (org.) (2007). **Futebol e Globalização**. Jundiaí: Fontoura.

Rosenfeld, A. In: Caldas, W. (1990). **O Pontapé Inicial**: memória do futebol brasileiro. São Paulo: Ibrasa.

Sales, A. (2012). Descubra quanto gastam os clubes em salários. **Diário de São Paulo**, São Paulo, 30 out. 2012. Disponível em: <<http://www.diariosp.com.br/noticia/detalhe/36685/Descubra+quanto+gastam+os+clubes+em+salarios>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

Toledo, L. H. (2000). **No país do futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Venancio, P. (2014). Flamengo reduz dívidas, mas segue na liderança entre os clubes brasileiros.

Globo.com, 06 mai. 2014. Disponível em:

<<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/05/flamengo-reduz-dividas-mas-segue-na-lideranca-entre-os-clubes-brasileiros.html>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

Zirpoli, C. (2013). Sai a cota da televisão e times do sul e sudeste são beneficiados. **Panorama**

Esportivo, 03 out. 2013. Disponível em: <<http://www.panoramaesportivo.com/2013/10/o-aumento-nas-cotas-de-televisao-de.html>>. Acesso em: 18 jun. 2014.