

AUDAX: O CLUBE-EMPRESA, O NEGÓCIO SOCIAL E A CONDUÇÃO DE VIDAS PELO MERCADO.

Marina da Mattos Dantas¹

A presente proposta origina-se de pesquisa em andamento sobre o futebol profissional na atualidade e seus efeitos no jogador anônimo, buscando compreender os efeitos político-sociais que produzem modos de vida nesse âmbito.

Partindo de pesquisas prévias acerca do sonho de ser jogador (DANTAS, 2008) e da atuação da psicologia do esporte em categorias de base (DANTAS, 2011), objetiva-se compor uma cartografia da realidade do jogador que se profissionaliza, mas não ocupa posições de destaque nas grandes “vitrines” do futebol, circulando como anônimo pelo mercado e assim mantendo em funcionamento a máquina do futebol profissional.

No intuito de se investigar um processo em curso, especificamente o processo de produção de subjetividades no futebol profissional contemporâneo, as escolhas metodológicas para a pesquisa norteiam-se pela *cartografia* como um modo de operar a análise de um campo de relações que produzem efeitos de poder.

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

Para efeitos dessa cartografia, recorre-se a documentos oficiais, observação em jogos de futebol, entrevistas com alguns desses jogadores profissionais e tudo mais que puder

¹ Mestre em Psicologia Social pela UERJ, doutoranda em Ciências Sociais na PUC-SP e Integrante do GEFuT (Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas da UFMG).

colaborar no entendimento das relações de poder que se exercem entre jogadores e clubes no âmbito do futebol profissional.

Assim, compondo com os estudos de Michel Foucault sobre o governo dos vivos, junto aos escritos de Gilles Deleuze e Félix Guattari sobre a produção de subjetividades, e, principalmente com os estudos acerca do futebol na área das ciências humanas e sociais como os de José Paulo Florenzano (1998), Marcelo Proni (2000), Arlei Damo (2007) e outros, busca-se compreender: as produções de saber, poder, verdades e governamentalidade – condução de condutas – no futebol profissional; os efeitos disciplinares e regulamentadores na produção de modos de vida dos jogadores de futebol profissionais anônimos; suas circulações de mercado após a saída das categorias de base; as capturas das potencialidades e resistências que os mantêm na profissão e os efeitos sociais que são produzidos a partir dessa realidade, como negócios sociais.

No momento atual da pesquisa, sobre o qual se dedica este texto, expõe-se análises partindo-se da Lei do Passe e da Lei Pelé, dos relatórios institucionais e outras informações veiculadas ao público até o ano de 2013 pelo Audax Esporte Clube, instituição escolhida como uma das inserções do campo ao qual se propõe a análise², sobre o qual se discute nesse artigo, situando-o como clube-empresa, como um negócio social e elaborando conversas iniciais sobre o governo ou condução de vidas pelo mercado.

A noção de governo, nesse sentido, é compreendida em sintonia como a desenvolvida por Michel Foucault (2009, p.20) que não se refere somente a:

“[...] uma instância suprema de decisões executivas e administrativas em um sistema estatal, mas no sentido largo e antigo de mecanismos e procedimentos destinados a conduzir os homens, a dirigir a conduta dos homens, a conduzir a conduta dos homens”.

A essa noção de governo, Foucault denominou *governamentalidade*.

² Em setembro de 2013. O Audax Esporte Clube foi vendido pelo Grupo Pão de Açúcar ao Grêmio Esportivo Osasco. Tal acontecimento impactou nas políticas e estruturas do clube, os quais constituem parte da pesquisa, porém não serão analisados no presente artigo. De modo que quando, ao se falar em Audax, faz-se referência às estruturas e políticas mantidas anteriormente à referida negociação.

A condução de vidas no mercado da bola: o redimensionamento do jogador em empreendimento e dos clubes em empresas

Para entender a produção de *governamentalidade* no futebol profissional, é preciso estar atento às tecnologias de poder forjadas e utilizadas nesse ambiente, através das quais a racionalidade neoliberal se exerce, como: regras, normas e ações que situam o futebol como atividade econômica.

Portanto, parte-se da promulgação da Lei Pelé (9.615/98), não por ela ser fundadora das práticas neoliberais no futebol, mas por ser um momento no qual várias tecnologias dessa racionalidade se articulam através do esporte no país. A lei nos fornece pistas sobre como o modelo de clube-empresa confundiu-se e naturalizou-se como sinônimo de profissionalismo no futebol.

No futebol masculino profissional brasileiro observam-se, ao menos desde os anos 1980, indícios da atualização da organização da modalidade à racionalidade neoliberal. Segundo Foucault (2008, p.77), a respeito dessa forma de governo, presencia-se a “[...] juridificação do mundo que deve ser pensada em termos de organização de um mercado”.

A Lei Pelé é a legislação que, dentre outras modificações no posicionamento do esporte como atividade profissional, revoga o artigo 13 da Lei do Passe³ (6.354/76), até então reguladora responsável pela negociação da força de trabalho do jogador.

Segundo o artigo 11 da referida lei de 1976, entendia-se “por passe a importância devida por um empregador a outro, pela cessão do atleta durante a vigência do contrato ou depois de seu término” (6.364/76). O atleta somente teria o “passe livre” ao completar trinta e dois anos de idade e dez anos de serviço efetivo em seu último clube, concomitantemente.

Embora a prática da negociação da força de trabalho pelo clube empregador conotasse tons de escravidão na relação entre o jogador e o clube, Florenzano (1998) ressalva que havia o consentimento do jogador em sujeitar-se a essa prática para jogar

³ “Art. 13. Na cessão do atleta, poderá o empregador cedente exigir do empregador cessionário o pagamento do passe estipulado de acordo com as normas desportivas pertinentes” (6.364/76).

profissionalmente. Essa condição do passe propiciava, assim, o uso mercadológico do atleta.

Com a revogação do passe, o atleta passa a ser negociante direto dos seus contratos com os clubes. Porém, na legislação, somente em 2000 aparece redigido como norma regulamentadora na Lei Pelé: “Art. 38. Qualquer cessão ou transferência de atleta profissional ou não-profissional depende de sua formal e expressa anuência”.

No entanto, anuência – consentimento ou aprovação – não é sinônimo de decisão o que torna questionável a autonomia do jogador nessas relações que estabelece no mercado futebolístico. Em meio a essa liberdade de mercado, um novo investidor percebe a possibilidade de uma oferta de serviço: o agente ou empresário, responsável por negociar contratos para os jogadores em clubes que atuam em competições profissionais da modalidade, para o qual a maioria dos jogadores que buscam o sucesso no futebol profissional delega tal exercício de poder.

Assim, ao contrário do que faz supor uma leitura literal da legislação acima tratada, os jogadores continuam sendo “vendidos”. A principal mudança a partir do final dos anos 1990 é que o negócio está centralizado no jogador, caracterizado, simultaneamente, como produto e produtor direto do espetáculo futebolístico, o reconfigurando como um *empreendedor de si*, ou seja, como *capital humano* que se lança no mercado em busca do sucesso profissional.

No capitalismo neoliberal, não é somente a força de trabalho que está em jogo. A acumulação de valor no próprio corpo como um produto e também as estratégias de venda desse produto que, neste caso, é o jogador, se destacam no mercado.

Nesse sentido, nos aproximamos do que Damo (2007, p.112) descreve como *capital futebolístico*:

“o conceito de capital futebolístico, como modalidade específica de capital exigida dos atletas profissionais, foi concebida a partir da influência bourdiana, como uma constelação de atributos que permitem a alguém inserir-se legitimamente num dado campo social [...] os capitais futebolísticos são os atributos que garantem o acesso de um menino a um centro de formação, o que inclui desde o conhecimento do talento – por agentes autorizados pelos clubes e não por um observador qualquer – até os vínculos com agentes/empresários, passando pela percepção dos limites e possibilidades de movimentação no campo profissional [...]. Em sentido restrito, referindo-se aos atributos

propriamente corporais de um indivíduo, os capitais futebolísticos perfazem um leque amplo e variado de disposições físicas, psíquicas e sociais que extrapolam, significativamente, a dimensão técnica e, sobretudo, uma dada dimensão em particular, muito valorizada pelo senso comum, associada ao controle da bola – malabarismos, floreios, etc”.

O conceito elaborado pelo autor expressa o acúmulo de capital humano desejado para um futebolista ser reconhecido como profissional. Além disso, expressa a conversão do indivíduo em valor de mercado, tal como indica Foucault (2008) nas sociedades onde a racionalidade neoliberal se exerce. É o valor econômico embutido no corpo.

Pensado nesse sentido, durante o processo de formação, o atleta adquirirá novos capitais futebolísticos e aprimorará os que possui. Damo (2007) diferencia formação e produção de jogadores, afirmando que em um centro de treinamento de clubes profissionais ambos ocorrem. O termo formação caracteriza o aprendizado de uma profissão, o ensino de competências ligado a certa benevolência da parte daquele que ensina, ao passo que o termo produção está ligado à construção de um produto.

“As disciplinas implicadas no treinamento [...] visualizam o processo a partir da lógica instrumental, no sentido do aperfeiçoamento e da otimização dos produtos e da produção, contribuindo para naturalizar os procedimentos dos quais se servem, ocultando em seus discursos a dimensão histórica e social da formação” (p.113-114).

Criados desde cedo numa espécie de “monocultura” esportiva, o jogador deve empenhar-se em aprimorar não somente sua técnica, mas também sua conduta e tudo que contribua para formá-lo enquanto *capital humano*.

Porém, como “carreiras curtas, auge precoce, difícil reconversão, restrições de mercado laboral e discrepâncias salariais são características estruturais da profissão” (DAMO, 2007, p.94) grande parte desses jogadores formados na perspectiva da monocultura esportiva, quando não desistem da carreira profissional, acabam em circuitos menos nobres desse mercado, regido pelas mesmas regras, mas sem alcançar o mesmo sucesso desejável por quase todos que se empenham nesse processo.

Os jogadores aqui considerados anônimos, não são os jogadores da várzea. Diferentes também dos jogadores celebridades, geralmente atuam em clubes considerados pequenos quanto ao número de torcedores, títulos e de anos em atividade.

Sem a mesma expressão midiática que faz dos clubes tradicionais grandes vitrines que favorecem a utilização da imagem do jogador como um de seus capitais mais rentáveis⁴, esses pequenos clubes investem na fabricação de atletas para os grandes, esperando em uma transação futura, lucrar com a venda deste por ter sido o clube formador.

Portanto, visando lucrar no competitivo mercado de jogadores, os clubes investem não somente no aprimoramento da técnica do atleta, mas em produção de modos de vida desejáveis ao mercado, principalmente ao mercado europeu, exigindo outras qualificações para além das físicas e técnicas como domínio de línguas estrangeiras e habilidades para lidar com os meios de comunicação (DANTAS, 2011).

Os atletas que se profissionalizam, mas não têm acesso a esses grandes clubes, convivem mais próximos ao limiar entre ser e não ser profissional. Anônimos em relação àqueles que se projetam nas grandes vitrines, mas colaborando para a competitividade mercado, embora recebendo bem menos do que o esperado por seus conhecimentos especializados e sua curta carreira.

“As possibilidades de reconversão dos capitais futebolísticos são restritas, visto que os investimentos são demasiadamente especializados para servirem ao que quer que seja para além do futebol” (DAMO, 2007, p.99). Em vista disso, muitos jogadores aposentados, ou mesmo aqueles que desistem da carreira antes dos vinte anos, procuram se recolocar no mercado como técnicos, preparadores físicos, empresários, nutricionistas, psicólogos ou outras especialidades relacionadas ao esporte como jornalistas e comentaristas esportivos. Outros tentam mudar de modalidade, recorrendo ao futsal e futebol de areia, onde o mercado é mais restrito, porém, o número de concorrentes é menor. Ainda em meio aos exemplos dos que tomam outros rumos, aqueles que não querem competir ou não encontram espaço no grande mercado do futebol de campo, podem recorrer ao mercado dos amadores do futebol de várzea.

⁴ O direito de imagem é o valor correspondente à exploração comercial da figura pessoal do atleta em publicidades. Este se difere do direito de arena que é a quantia paga aos protagonistas do espetáculo futebolístico pelas transmissões das partidas. Juntamente ao salário, a soma dessas quantias compõem a renda mensal do jogador. No caso dos jogadores anônimos, a exploração da imagem é inexistente e o direito de arena, quando há, é bem menor que o pago aos jogadores de grandes clubes que tem seus jogos transmitidos por grandes emissoras de televisão.

Por parte do Ministério Público, em função do Estatuto da Criança e do Adolescente (8.069/90), há uma preocupação com o “descarte” desses jogadores sem um redirecionamento de suas forças produtivas para outras atividades. Nesse sentido, é possível notar uma preocupação por parte dos clubes formadores em preparar esses jovens para a possibilidade de não serem escolhidos no mercado (DANTAS, 2011).

Em meio a essa perspectiva, o Audax talvez tenha sido o primeiro clube-empresa brasileiro criado não somente para produzir jogadores, mas também visando o aproveitamento daqueles que de uma maneira ou de outra não são absorvidos pelo mercado da bola.

Audax, um negócio social?

Um dos primeiros clubes-empresa a surgir no país, ainda no ano de 2003, quando uma primeira alteração na Lei Pelé⁵ permitiu aos clubes brasileiros se constituírem enquanto sociedade empresária limitada, assumindo, assim, a característica de entidade com fins lucrativos em suas práticas, o Audax (na época Pão de Açúcar Esporte Clube – PAEC) surge como projeto social do Grupo Pão de Açúcar (GPA) com objetivo de formar craques dentro de campo e de talentos para outros mercados. Assim, o diferencial da empresa Audax é que, para além de jogadores, esta formava cidadãos, segundo a filosofia da própria empresa.

Idealizado pelos empresários Abílio Diniz, então presidente do grupo supracitado, e Carlos Brunoro, empresário do meio esportivo, o PAEC emerge como projeto social no interior do que o GPA chama de “iniciativas de responsabilidade socioambiental e qualidade de vida”. Concomitantemente à formação/produção de jogadores para o mercado futebolístico, o clube busca alcançar a elite dos campeonatos da modalidade, ascendendo, em dez anos, da série B à série A1 do Campeonato Paulista.

Os clubes-empresa são entendidos na racionalidade neoliberal como modelo ideal de se formar/produzir e comercializar jogadores, bem como de se fazer futebol profissional no

⁵ Segundo o parágrafo 9º do artigo 27: “é facultado às entidades desportivas profissionais constituírem-se regularmente em sociedade empresária, segundo um dos tipos regulados nos artigos. 1.039 a 1.092 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil” (10.672/03).

Brasil, pois ainda que poucos sejam os clubes constituídos como empresa no país, mesmo as associações sem fins lucrativos se pautam no modelo empresarial em sua gestão.

A prática de produzir o jogador como um produto a ser comercializado, simultaneamente à apresentação da formação como um projeto social, se aproxima do que se chama no meio empresarial de Negócios Sociais ou Negócios Inclusivos que se baseia na produção de lucro através da produção de trabalhadores e diminuição da pobreza. Para Teodósio e Comini (2012, p.410):

Negócios Inclusivos é um termo adotado para explicar as organizações que visam solucionar problemas sociais com eficiência e sustentabilidade financeira. Pode-se dizer que Negócios Inclusivos são aqueles voltados à geração de oportunidades de emprego e renda para grupos com baixa mobilidade no mercado de trabalho, dentro dos padrões do chamado “trabalho decente” e de forma auto-sustentável, estabelecendo relações com organizações empresariais privadas tradicionais na condição de fornecedores ou distribuidores de seus produtos ou serviços. [...] Essa análise revela que perspectivas, riscos e idealizações semelhantes às presentes na teorização sobre Negócios Inclusivos também podem ser encontrados entre indivíduos envolvidos na gestão de projetos de responsabilidade social empresarial, mesmo que para eles essa denominação seja uma novidade.

Enquanto projeto do GPA, o Audax possui elementos de um negócio inclusivo na medida em que é um negócio economicamente viável, pois os patrocínios, as cotas televisivas e a venda de jogadores sustentam o clube; e como projeto social, é voltado para a parcela mais pobre da população, possibilitando a inserção desses no mercado de bens e serviços.

Vale ressaltar que nesse último quesito, no centro de formação do Audax – aonde o clube formava/produzia não somente jogadores para seus times, mas principalmente para grandes transações comerciais no mercado da bola –, incentivava-se os jovens nos quais não se enxergava potencialidade para a prática futebolística a especializarem-se em outras áreas que garantiam a sustentabilidade da equipe de futebol, arcando com as despesas dessa formação e retornando para ser treinador de goleiro, preparador físico ou assumindo alguma outra função no próprio clube. Outra opção era ser empregado em algum dos outros empreendimentos do GPA, como caixas, sacoleiros ou gerentes na rede de supermercados do grupo.

Conduzindo vidas úteis ao mercado...

Os negócios inclusivos convertem a pobreza estrutural do capitalismo em matéria prima numa relação em que, enquanto ambos, empregador e empregado, sentem-se ganhando, produz subjetividades capitalizadas cada vez mais voltadas para o mercado neoliberal.

Nesse contexto, onde está em jogo mostrar-se como um bom produto, a propagação da imagem do jogador é um elemento importante, pois é ela que garantirá o aumento exponencial do valor do atleta enquanto capital humano. Nesse meio, a tendência à delegação de decisões sobre suas próprias vidas à outras pessoas – sendo essas agentes especializados ou mesmo membros da própria família – é algo visto como necessário a uma carreira de sucesso que poucos deles alcançarão. Enquanto terceiros decidem quais os melhores caminhos para o atleta empreender-se, “o jogador só precisa se preocupar em jogar bola”.

A proliferação desse atual modelo empresarial dos clubes em consonância com a racionalidade neoliberal intensifica a circulação de atletas no mercado futebolístico produz um efeito que faz os jogadores parecerem cada vez mais autônomos em suas vidas profissionais ao mesmo tempo em que estritamente restringidos em sua formação para fins cada vez mais mercadológicos.

Em sua estratégia de responsabilidade social, o clube produzia apenas empregados para si próprio, seja para o Audax – e, posteriormente, lucrando milhões com um ou outro que se destaca no mercado mundial – ou para outros empreendimentos do GPA, tendo como matéria prima as pessoas ditas “em situação de vulnerabilidade social”, recicladas nos moldes de um capitalismo sustentável.

No caso dos jogadores anônimos, a maioria, quando persiste na profissão, raramente consegue contratos por tempo maior que a duração de um campeonato – de três⁶ a seis meses –, muitas vezes enfrentando também longos períodos de desemprego durante os quais permanece constantemente a tensão entre persistir na carreira ou procurar outro emprego.

⁶ Duração mínimo do contrato do jogador profissional, de acordo com a Lei Pelé.

Mais do que uma questão de gerenciamento da força de trabalho, as mudanças apontadas indicam as tentativas de apreensão de vidas pelo mercado, naturalizando a vida extracampo do jogador cada vez mais como algo a ser conduzido em benefício do aprimoramento do produto. E nesse processo, os jogadores são instigados a “só pensar em jogar bola” enquanto da direção de suas vidas, cuidam os outros.

Referências Bibliográficas

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

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990.** Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6354.htm >. Acesso em: abr. 2014.

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

BRASIL. **Lei nº 10.672, de 15 de maio de 2003.** Altera dispositivos da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, e dá outras providências. Disponível em: < <http://www3.dataprev.gov.br/sislex/paginas/42/2003/10672.htm> >. Acesso em: 20 mar. 2014.

DAMO, Arlei. **Do dom à profissão:** a formação de futebolistas no Brasil e na França. São Paulo: ANPOCS, 2007.

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

DANTAS, Marina de Mattos. **Futebol de base e produção de subjetividade:** o psicólogo do esporte e a formação do atleta contemporâneo. Dissertação (Mestrado) –

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa de Pós Graduação em Psicologia Social, Rio de Janeiro. 2011. 106f.

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

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

FOUCAULT, Michel. **Do governo dos vivos**: curso do Collège de France, 1979-1980 (aulas de 09 e 30 de janeiro de 1980). Tradução, transcrição e notas de Nildo Avelino. Centro de Cultura Social: São Paulo, 2009. (e-book). Disponível em: < <http://www.ccssp.org/arquivos/textos/Do%20governo%20dos%20vivos.pdf> >. Acesso em 20 mar. 2014.

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

TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Souza; COMINI, Graziela. Inclusive Business and poverty: prospects in the brazilian context. **Revista de Administração**, São Paulo, v.47, n.3, pp.410-421, jul./ago./set. 2012.