

O CAPITAL NO FUTEBOL:
ANÁLISE DA MERCADORIA
JOGADOR

LUCAS GIACHETTO DE ARAUJO
Universidade Estadual de Campinas
lga.giachetto@gmail.com

SÉRGIO SETTANI GIGLIO
Universidade Estadual de Campinas
sergio@fef.unicamp.br

RESUMO

Este artigo se propõe a analisar, a partir da leitura da primeira seção de O Capital: Crítica da economia política de Karl Marx (2013), a questão da mercadoria no futebol, mais especificamente do jogador como mercadoria. Isso foi feito partindo da posição dicotômica – principalmente no futebol profissional – de que o jogador ocupa um lugar de duplo estatuto, sendo produtor de mercadoria e a própria mercadoria. Para isso, o artigo se utiliza do materialismo histórico dialético para compreender essa posição do jogador e da dinâmica do capital, aplicada ao futebol. Isso é feito através de uma investigação teórica sobre as categorias marxianas - o artigo apresenta dados empíricos que corroboram essa ideia. Por fim, será demonstrado como se dá a dinâmica centro-periferia do capital e como essa questão perpassa o funcionamento do esporte na forma de um aparelho ideológico, além de trazer uma proposta de como deve ser a luta do torcedor dentro do sistema.

Palavras-chave: Futebol; mercadoria; capital; jogador; Marxismo.

Recebido em 20 de novembro de 2020.

Aprovado em 16 de março de 2021.

THE CAPITAL IN FOOTBALL:
ANALYSIS OF MERCHANDISE
PLAYER

LUCAS GIACHETTO DE ARAUJO
Universidade Estadual de Campinas
lga.giachetto@gmail.com

SÉRGIO SETTANI GIGLIO
Universidade Estadual de Campinas
sergio@fef.unicamp.br

ABSTRACT

This article aims to analyze, from the reading of the first section of the Portuguese version of “Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie” by Karl Marx (2013), the commercial issue in football, especially about soccer player as commodity. It was done, starting the dichotomic position - mainly in professional soccer - in which a soccer player gets a double status, of commodity maker and as commodity. Therefore, the research uses the dialectical and historical materialism to comprehend this place of the footballer and the capital dynamic, applied to the football. In addition to a theoretical investigation of Marxian categories, this article presents empirical data that corroborates it. Finally, this research analyzes the dynamics of the center-periphery of capital and approaches the sport function as an ideological mechanism, besides bringing a proposal of how the fans struggle should be inside the system.

Keywords: Football, commodity, capital, footballer, Marxism.

INTRODUÇÃO

O futebol, como parte integrante do sistema capitalista, reflete a sua lógica dialética de acumulação e a obtenção de lucros, assim como as relações de mercado e exploração. O que seria então o lucro no futebol? Qual seria o capital futebolístico? Os títulos (troféus)? O acúmulo de dinheiro? Quais os agentes envolvidos nesse sistema? Como são as relações entre eles?

A proposta deste artigo é a de articular, a partir desses questionamentos e da leitura da primeira seção do “O Capital: Crítica da economia política” de Karl Marx (2013), uma análise da questão da mercadoria no futebol, mais especificamente do jogador como mercadoria. Partindo da posição dicotômica que o jogador de futebol possui dentro do futebol profissional, afinal ele ocupa um lugar de duplo estatuto: é ao mesmo tempo o produtor de mercadoria e a própria mercadoria. É o produtor de mercadoria quando vende a sua força de trabalho para uma equipe por meio de seu saber corporal, mas também é a materialização da mercadoria, pois ele pode ser vendido para outras equipes, que lhe desejam como um valor de uso. O resultado dessa relação dicotômica produz, por sua vez, a circulação dos atletas dentro de um sistema futebolístico ou o “rodar” conforme apontou Rial (2008) e, pode em alguns casos, ter como um dos resultados a acumulação de riquezas dentro do esporte.

Assim, como muitos outros esportes, o futebol surgiu como uma variação de jogos populares praticados com bolas. No *site* da *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) é mostrado como as origens de jogos praticados com os pés são muito antigas, que pouco se parecem com o futebol praticado hoje (FIFA, s.d.). Contudo, o futebol que conhecemos atualmente é resultado da institucionalização do esporte, que se dá na segunda metade do século XIX, na Inglaterra.

A institucionalização do futebol deve ser pensada como um processo que se encaixa nos padrões da modernidade, com uma certa igualdade entre os entes participantes, que conhecem as regras e estão em comum acordo. Por isso a necessidade da criação de um “Estado esportivo”, que passa a separar o público (regras) e o privado (clubes e jogadores).

A profissionalização abre novas necessidades, como aponta Damo (2008), em que “os vínculos dos atletas com os clubes passaram a ser mediados pelas leis trabalhistas, tendo os atletas a liberdade de oferecer sua força de trabalho conforme a conveniência e as possibilidades” (DAMO, 2008, p. 145). Apesar de ser simplista e ignorar as diferentes forças de coerção que existem entre empregador e empregado, essa afirmação possibilita iniciar uma compreensão sobre o Estado Esportivo, que assim como o Estado, vai estar na lógica da mercadoria e na sua regulamentação. Isso faz com que o Estado tenha que intermediar a relação entre quem é explorado e o explorador, inserindo-se em uma espécie de neutralidade, que tem como função se distanciar de regimes pré-capitalistas, já que, sem essa mediação, seria escravidão ou servidão. Mas por que ele finge ser neutro? Mascaro (2013) aponta que o Estado é essencial dentro da lógica capitalista, pois é por meio dele que se podem realizar as trocas das mercadorias bem como a exploração da força de trabalho.

Essa compreensão do Estado nos permite entender como ele não é neutro e como o jogador de futebol profissional, assim como outros profissionais, é também uma mercadoria, que precisa ser regulamentada para a reprodução do próprio Estado esportivo. A caracterização

dos participantes desse Estado precisa de uma subjetividade jurídica, que exige dos envolvidos serem todos sujeitos de direito, que independente de sua consciência ou vontade, lhe limita suas ações dentro dos limites, que, caso ultrapassado, deve ser reprimido dentro das normas, sejam justas ou não, mas sempre em consonância com a disposição de como está dada a luta de classes (MASCARO, 2013; ALTHUSSER, 1980).

Um dos principais acontecimentos dentro do futebol foi a Lei do Passe, revogada no Brasil com a Lei Pelé. Ela tornou possível uma relação mercantil entre os clubes, que poderiam negociar os atletas como mercadorias e, quando revogada e implementada a Lei Pelé, equilibraram-se as forças entre jogadores e clubes, mesmo que ainda seja desigual essa relação.

Outros fatores são mercantilizados dentro do futebol, muitos normalmente mais rentáveis e importantes que a comercialização de jogadores. Dentre elas, se destacam a negociação dos direitos de transmissão televisivos, os patrocinadores, os ingressos e a venda de materiais do clube. Contudo, esses pontos estão ligados à tradição, como as conquistas de títulos, identidade local etc. e aos jogadores, que são vistos como *superstars*, atraindo público e consumidores, aumentando a receita das equipes (como no caso do PSG, que contratou vários jogadores reconhecidos, alavancando sua popularidade e aumentando sua receita). Uma terceira força presente é a influência estatal, como ocorreu com o Real Madrid, na ditadura franquista (CALLEJA, 2010), que traz um desequilíbrio nas forças esportivas nacionais e internacionais.

Portanto, esta pesquisa analisa o jogador de futebol como mercadoria, por conta de seu papel ímpar nas relações capitalistas existentes no futebol. Alguns pontos não são abordados nesse artigo, como a questão da especulação, por exemplo, que devem ser analisados em estudos futuros.

A MERCADORIA JOGADOR DE FUTEBOL

O jogador de futebol, dentro do futebol profissional apresenta dois papéis principais: o de mercadoria e o de força de trabalho. Esses papéis se dão por conta de sua prestação de serviço como força de trabalho, mas tendo seu “passe”¹ como algo negociável entre clubes, que o torna uma mercadoria. Quando tratado como mercadoria, o atleta pode ser visto como uma propriedade do clube, de forma que o clube possa negociar da forma que achar conveniente. Nesse sentido, há uma relação mercantil de venda/compra/troca/empréstimo entre os clubes, dentro de um mercado específico e restrito, no qual tratam os jogadores como uma mercadoria, que negociam os mesmos como acharem melhor para a obtenção de lucros. Vale lembrar que existem regras e limites para essas negociações, que o jogador deve ter consentimento para a transferência², que traz um carácter diferente para a relação da mercadoria jogador de futebol.

1 Apesar de o passe não existir mais, o tratamos aqui como a sua colocação dentro do mercado do futebol como mercadoria, que vai agregar valor conforme o desenrolar de sua carreira.

2 A questão do consentimento da negociação tem que ser entendida em uma concepção moderna de liberdade, na qual tanto quem vende a força de trabalho quanto quem a compra são sujeitos de direito. Esses sujeitos vão ao mercado e negociam, em condições de igualdade e de direito, as suas mercadorias. Não se pode negar que a força de negociação e coerção de cada um é diferente, já que quem detém os meios de produção tem o capital, enquanto o trabalhador tem apenas sua força de trabalho.

Assim, o jogador, quando vinculado a uma equipe, deve satisfazer a necessidade desta de alguma forma, tornando-se a potencial “mercadoria jogador” à forma de um valor de uso (MARX, 2013, p. 158). Esse valor de uso é subjetivo, pois cada equipe pode atribuir sua utilidade dentro das suas necessidades, sendo mais ou menos valor de uso. Marx (2013) pontua que um valor de uso, como o ar e a água, pode não ser valor, pois para serem valores, precisam ter trabalho humano aplicado; porém, esse valor também pode não ser uma mercadoria, pois algo pode ser fruto do trabalho humano e útil, mas que para tomar a forma de mercadoria, precisa ser valor de uso social. Assim, o jogador de futebol é inerentemente valor e mercadoria: valor, pois sua capacidade de jogar futebol tem inevitavelmente trabalho humano aplicado em si; e mercadoria, por gerar socialmente valor de uso para a equipe.

Os valores de uso podem ser trocados entre si, passando a ser valor de troca. Os valores de uso se igualam, desde que em proporções diferentes. Esse valor de troca é subjetivo, mas é algo que está intrínseco à mercadoria (MARX, 2013, p. 160). Para mensurar o valor de troca entre duas mercadorias, Marx afirma que em cada uma está expressa uma quantidade de trabalho humano e, quanto mais trabalho contido nela, maior seu valor, que pode ser de troca ou de uso. Esse valor não é só questão de tempo, mas também de eficiência. Assim, um jogador que tem mais idade não vai ser mais valioso do que um mais jovem, mas sua capacidade de exercer suas funções de forma mais efetiva (MARX, 2013, p. 162). Os valores de uso são definidos de forma qualitativa para cada um e expressos por formas de trabalho distintas. Mesmos valores de uso não podem se trocar, o que é impossível no futebol, pois os atletas são pessoas diferentes, que podem exercer funções semelhantes, mas nunca serão a mesma mercadoria, o que torna a troca ainda mais subjetiva.

Uma questão interessante é entender como as diferentes funções no futebol vão determinar quais jogadores são mais ou menos valiosos. Portanto, os atacantes, por fazerem uma maior quantidade de gols, que é o objetivo em uma partida de futebol, apresentam um valor maior do que os defensores. Contudo, os defensores são essenciais para a vitória de um time, tendo papel fundamental na dinâmica da equipe. Nessa perspectiva, a setorização do futebol gera uma divisão social do trabalho (MARX, 2013, p. 166), pois o trabalho é altamente especializado conforme as características individuais, tanto físicas quanto técnicas de cada jogador³. Estes, como produtores de mercadoria, formam um sistema complexo, que de forma interdependente, irá aumentar a eficiência, visando à vitória.

O trabalhador pode produzir duas mercadorias distintas como formas de um mesmo tipo de trabalho, mas independente do que produza, ambos são fruto do trabalho humano. Essa prática de produção de diferentes mercadorias tem que acontecer no capitalismo, pois vai tornar as funções como diferentes formas de trabalho, mais ou menos desenvolvidas, para que possa ser comparada a um *trabalho simples médio* (MARX, 2013, p. 169). Esse trabalho simples médio varia conforme a localidade e a época. Na mesma lógica, o jogador vale mais ou menos conforme sua função, sendo comparado sempre a uma forma de trabalho simples médio, que depende do país onde está locado esse trabalho. Como exemplo, podemos citar jogadores que apresentam maior valor por estarem em ligas consideradas maiores, mesmo que não desempenhem funções decisivas na sua equipe. Isso pode ser notado ao se comparar

³ Questões como raça, gênero, nacionalidade, orientação sexual e religião também influenciam como esses jogadores estarão inseridos no mercado, quais funções podem exercer e onde podem trabalhar.

tais equipes a jogadores decisivos em ligas menos desenvolvidas, mas de qualquer forma, nos dois casos, há o trabalho humano. Marx (2013) pontua que:

Todo trabalho é, por um lado, dispêndio de força humana de trabalho em sentido fisiológico, e graças a essa sua propriedade de trabalho humano igual ou abstrato ele gera o valor das mercadorias. Por outro lado, todo trabalho é dispêndio de força humana de trabalho numa forma específica, determinada à realização de um fim, e, nessa qualidade de trabalho concreto e útil, ele produz valores de uso. (MARX, 2013, p. 172)

O jogador despende sua força humana de trabalho para a produção de valor na mercadoria, que seria ele mesmo. O reconhecimento da sua força de trabalho, materializada em si, em busca da realização de um fim, vai gerar o valor de uso. O jogador transformado em mercadoria passa, por sua vez, a ter um preço dentro de um mercado específico e restrito – sistema FIFA/International Board – como muito bem ressalta Damo (2007). Ao ser transformado em mercadoria, o jogador poderá participar de um sistema de circulação por meio de um mercado de compra e venda de jogadores.⁴

A mercadoria pode se apresentar como a “soma” da sua forma natural (a cristalização do trabalho por meio do seu corpo) e sua forma de valor. Na sua forma natural, ela deve ter alguma utilidade para alguém, esse o valor de uso. Para ser a forma valor, ela precisa ser expressa em outra mercadoria para a realização da troca. Seu valor de troca está diretamente relacionado com o trabalho aplicado nela e seu tempo de produção vai modificar o equilíbrio da troca. Então, se x da mercadoria A equivale a y da mercadoria B , o tempo para produção de cada um aumentar ou diminuir vai alterar o equilíbrio da troca. Isso vai gerar a forma equivalente da mercadoria, que é a permutabilidade direta com outra mercadoria. Quanto à forma equivalente, ela vai gerar algumas peculiaridades, sendo a primeira, a transformação do valor de uso no seu oposto, o valor. A segunda é a transformação do trabalho humano concreto em abstrato e a última é a do trabalho privado em trabalho social. Contudo, ambos os lados da equação são trabalhos humanos. Por conseguinte, o passe do jogador é basicamente uma “geleia” de trabalho humano, já que nele está despendido todo o trabalho implementado pelo jogador, a fim de colocá-lo no mercado de negociações.

Um dos pontos mais interessantes do primeiro capítulo da obra de Marx é relacionado ao fetichismo da mercadoria, que pode ajudar a explicar como funciona a mercadoria dentro do futebol, de onde vem seu valor e o que isso representa.

Como ponto de partida, a mercadoria aparenta ser algo trivial, que está no dia a dia, que sempre existiu e sempre existirá. Contudo, na análise de Marx (2013), ela apresenta muitas coisas, além disso, com um caráter místico. Marx (2013) define que

O caráter misterioso da forma-mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens os caracteres sociais de seu próprio trabalho como caracteres objetivos dos próprios produtos do trabalho, como propriedades sociais que são naturais a essas coisas e, por isso, reflete também a relação social dos produtores com o trabalho total como uma relação social entre os objetos, existente à margem dos produtores (MARX, 2013, p. 206).

Esse caráter místico não tem relação com o valor de uso da mercadoria, tampouco com o tempo despendido para sua produção, mas essa mercadoria apresenta certa característica de um trabalho social em relação a outras mercadorias. Se a produção de uma mercadoria acontece por intermediação de uma pessoa (corpo), o jogador de futebol produz sua

mercadoria por meio de seu corpo e isso o coloca em uma dupla dimensão: a de produtor e de mercadoria, ao mesmo tempo. Essa é a sua relação particular, pois produção e produto, praticamente, se fundem e fazem com que haja uma relação social deste com seu produtor, que é indissociável, como uma propriedade social e, quando relacionada com outras mercadorias, vão gerar diferentes valores. De forma mais geral, a mercadoria não é mais algo que tenha apenas valor de uso para outrem, mas passa a ganhar um valor social, representar algo não racional, composto de uma aura divina, que não pode mais ser mensurada somente pelo trabalho empregado nela.

Os produtores da mercadoria só entram em contato com outros produtores na hora da troca, que torna suas relações como relações sociais. Isto é, deixam de negociar as mercadorias apenas pelo valor de uso para o outro ou pelo tempo de sua produção. Porém, a sua relação com o outro produtor na negociação que será o determinante para sua efetivação. Assim, os trabalhos privados de cada produtor só passam a ser um trabalho social por meio da troca. Como consequência, as pessoas são reificadas e os objetos exercem relações sociais (MARX, 2013, p. 207). Quando estão na relação de troca, em seu interior, as mercadorias são equiparadas e taxadas como valores socialmente iguais. Porém, o mais importante não é essa questão, mas o fato de que os trabalhos empregados neles são tratados como valores, que dessa forma tentam eliminar seu caráter social.

Como um contraponto para simples comparação, Marx (2013) afirma que, na Idade Média, “as relações sociais das pessoas em seus trabalhos aparecem como suas próprias relações pessoais e não se encontram travestidas em relações sociais entre coisas, entre produtos de trabalho” (MARX, 2013, p. 213). Para a superação dessa lógica, a sociedade burguesa trata a produção como algo inerente à vida humana, em que esta é dominada por aquela e não o contrário, tornando outros tipos de produção como impossíveis ou subdesenvolvidos.

O JOGADOR COMO FETICHISMO

Como uma mercadoria do futebol, o jogador também vai gerar algo místico, que será mais que um simples atleta, mas uma entidade, que mais do que fazer gols, ganhar títulos ou fazer defesas, ele será um ator social dentro do esporte.

Para entender o caráter místico do jogador como mercadoria, um ponto importante é destacar a existência de forças que atravessam o esporte e vão influenciar nas questões financeiras, nas negociações e nas suas dinâmicas. Uma delas é a do torcedor com o clube e a questão da paixão, sendo esta uma relação quase que metafísica, que influencia todas as dinâmicas do futebol. Isso gera as rivalidades, a idolatria a certos jogadores, o ódio a outros, podendo mudar os rumos dos atletas nas suas negociações.

Damo (2008) aponta que o torcedor como uma entidade estaria na contramão da modernidade, já que sua relação com o clube não está baseada na circulação financeira para si, mas sim em uma relação de contrato perpétuo, de devoção à entidade. Contudo, essa expressão da esportividade não pode ser interpretada, no torcedor, como um vazio ou como fim em si, mas perpassada de diversos significados que influenciam dentro e fora das quatro linhas. Althusser (1980) aborda os aparelhos ideológicos e a criação das subjetividades, em que o esporte tem a capacidade de despertar o chauvinismo e uma retórica do inimigo,

normalizando diversas relações com o outro, seja de repressão, seja de empatia. Por fim, o torcedor não está na contramão, e sim sendo parte da modernidade capitalista e importante para sua reprodução, já que ele não pode ser entendido fora da sociabilidade e do tempo que está inserido.

A naturalização e o fetichismo da mercadoria são fundamentais para o capital. Enquanto a naturalização vai apontar que tudo tem um preço, passando a tornar tudo uma mercadoria, o fetichismo oculta pelos preços todo trabalho humano coletivo por trás da mercadoria, que permitiram que ela fosse cristalizada. Mas o que define o valor dessa mercadoria? O quanto de talento, ou melhor, para usar uma palavra nativa do mundo do futebol, quanto mais dom mais valor o jogador possuirá. O dom medido subjetivamente produz o valor de troca do atleta e será por meio da evidência e, portanto, da comprovação do dom, que o atleta circulará⁵. A fetichização da mercadoria jogador faz com que o dom se transforme na única exigência para que essa pessoa se torne um jogador. Esse processo vai ser mensurado por meio de um preço que desconsidera todas as condições sociais que existem para se ser um jogador. O valor produzido pelo jogador é tudo o que esse dom gera para a estrutura e, sua mais-valia, para usar o termo de Marx, é o excedente que não fica com o atleta, mesmo que este tenha ganhos exorbitantes, como salários e patrocínios.

Com a naturalização da mercadoria, tudo está no mercado, como o clube, o jogador e até a torcida. Dessa maneira, vemos clubes como o *Manchester United*⁶, na Inglaterra, o Bragantino⁷ no Brasil, o *Milan*⁸ na Itália, dentre tantos outros clubes que são comprados. Nesses casos, o comprador acaba levando junto as histórias do clube, os títulos, a torcida e os jogadores, e, muitas vezes, pouco se importa com o que a entidade representa, transformando o clube em um investimento financeiro ou em um brinquedo. Os torcedores passam a ser apenas consumidores, aos quais os clubes tentam cooptar e fidelizar como “torcedores”, em diversos lugares do mundo, como China e Estados Unidos, para apenas venderem produtos. Os jogadores não ficam fora disso, com constantes especulações e programas televisivos que falam sobre esse tema, durante o ano todo, e, no fim, pouco importam se é verdade ou não, o que interessa é vender a notícia e, se possível, o jogador.

Essa relação com a mercadoria possibilita o trânsito livre dela pelo mundo, enquanto limita o de pessoas. Rial (2008) afirma que os atletas brasileiros são emigrantes ou imigrantes quando jogam fora de seu país e conclui que estão de forma passageira no exterior, para poder acumular ganhos e melhorar a sua vida. No entanto, a autora não compreende que a característica de mercadoria dos trabalhadores da bola ganha forma ao circularem e que é essa a condição que permite seu trânsito. Como exemplo, podemos citar os refugiados que tentam a imigração à Europa, mas por conta de sua classe e nacionalidade não conseguem ou são deportados, enquanto jogadores dos mesmos países (ou até mesmo trabalhadores com empregos já negociados) podem circular livremente, desde que como mercadoria.

Um fator importante do futebol é a relação clube-jogador, na qual a interação social entre eles produz diferentes valores para jogadores semelhantes, a depender do clube a que é

5 Cf. Damo (2007); Giglio *et. al.*, (2008).

6 O Manchester United comprado pela família Glazer entre 2003 e 2005.

7 A empresa de energéticos Red Bull comprou o Bragantino em 2019, mudando as cores, logotipo, reformando o estádio com as cores da empresa.

8 O Milan foi vendido por Silvio Berlusconi em 2016 para um grupo chinês e depois, em 2018, para estadunidenses.

vinculado. Como exemplo, temos o caso do Kieran Trippier e do Danilo, em que ambos os jogadores foram negociados na janela de transferências de verão da Europa, no ano de 2019. Segundo o site *Transfer Markt*, os dois jogadores são comparáveis. Para facilitar, segue a tabela abaixo:

TABELA 1 – COMPARAÇÃO ENTRE TRIPPIER E DANILO, TEMPORADA 18/19, DESEMPENHO ESPORTIVO E VALOR		
	K. Trippier (TRANSFERMARKT, 2019b)	Danilo (TRANSFERMARKT, 2019a)
Idade (anos)	29	28
Nacionalidade	Inglaterra	Brasil
Partidas realizadas (jogadas/ partidas relacionadas)	38/43	22/42
Gols	1	1
Assistências	5	1
Valor de Mercado (preço) (milhões de Euros)	35	20
Valor da transferência (milhões de Euros)	22	37
Clube de origem ⁹	Tottenham	Manchester City
Clube destino	Atlético de Madrid	Juventus

Pela temporada 2018/2019, realizada por ambos os jogadores, Trippier foi melhor que Danilo, jogando mais vezes e participando de mais jogadas resultantes em gols. Contudo, esses aspectos fizeram com que o inglês fosse vendido abaixo de seu “valor de mercado” (preço), enquanto o brasileiro foi negociado por uma quantia muito acima do previsto. Como possível explicação, podemos apontar a trajetória de Danilo, que passou por grandes clubes do futebol internacional, como Santos, FC Porto, Real Madrid e Manchester City, enquanto Trippier jogou apenas no Burnley e no Tottenham, que são clubes de menor expressão. Essa comparação ajuda a evidenciar que o valor da mercadoria não está apenas no seu valor de uso ou no seu tempo de produção, mas sim na relação social presente entre o produtor e a mercadoria, que diferencia os valores presentes em cada um.

Não podemos nos esquecer das relações sociais entre as mercadorias, nesse caso, os jogadores. Danilo já jogou com alguns jogadores do elenco da Juventus, como Cristiano Ronaldo e Douglas Costa - o que pode ter influenciado na sua contratação. Mas não é esse tipo de relação social que nos interessa, e sim a que está na negociação entre Manchester City e Juventus. Danilo foi trocado com João Cancelo¹⁰, com o clube inglês pagando 30 milhões de euros mais o brasileiro, para cobrir os mais de 60 milhões de euros pelo passe de Cancelo (TRANSFERMARKT, 2019c). Tanto Danilo quanto Cancelo não são mais vistos como valores de uso, mas apenas como valores. A ligação entre os clubes ocorre por causa dos dois jogadores, não havendo uma relação social entre Manchester City e Juventus, mas sim entre

⁹ Na última transferência.

¹⁰ Decidimos não comparar o Danilo com o João Cancelo por considerar que são jogadores qualitativamente diferentes, além da diferença de idade e por jogarem em ligas nacionais diferentes.

as mercadorias ofertadas por ambos.

O que não se pode esquecer sobre as negociações é que, apesar de serem tratadas como algo impessoal, o valor está posto e quem tiver as condições materiais pode realizar a troca – mas elas não são bem assim. As relações pessoais de quem está vendendo a mercadoria são importantes para se conseguir efetuar as trocas. No futebol, isso fica evidente nas relações de empresários, de jogadores e de clubes. Os empresários agenciam muitos jogadores e os vinculam a clubes que não estão no nível deles. Por exemplo, podemos citar o caso do Douglas, que saiu do São Paulo, sendo muito criticado por ser considerado um jogador sem grandes qualidades. O jogador foi para o Barcelona e sua transação questionada pelo fato da equipe catalã ter vários atletas nessa posição e contratar um jogador de nível inferior ao do clube.

Além dos empresários, existem clubes que apresentam uma relação de amizade, o que facilita as negociações, seja de empréstimo, seja de venda. No entanto, existem clubes que apresentam uma característica oposta à apresentada anteriormente, que dificulta as negociações. Além disso, podemos traçar como as relações interpessoais, no caso os clubes e os empresários, são mais importantes do que a qualidade do produto ou do seu valor real.

O PROCESSO DE TROCA E O JOGADOR

Durante o processo de troca, alguns apontamentos feitos por Marx são interessantes para entender essa questão, como o fato de as mercadorias não se colocarem à venda, já que são objetos. Outra questão é que, apesar de, historicamente, os homens, quando queriam algo, não negociavam a troca, mas alienavam o objeto/coisa do outro através da força. Hoje, esse tipo de relação não é socialmente aceito e a obtenção de objetos só pode ser efetivada pela troca.

Dentro do futebol, essa situação é mais comum nas categorias de base e não ocorre através da retirada direta do jogador, mas por meio do aliciamento do atleta. Um caso conhecido é o do goleiro Lucão, que, em 2013, com 15 anos, jogava na Ponte Preta, mas não poderia assinar um contrato profissional por conta da sua idade; ele recebeu um convite do São Paulo para se transferir antes que completasse os 16 anos (ESMERIZ, 2013). Apesar de não ser de fato estritamente ilegal, o aliciamento é moralmente condenado pelos clubes. Assim, o fator econômico abre espaço para a amoralidade, que justifica a obtenção de vantagens sobre terceiros para o aumento do capital; como a utilização de trabalho escravo e infantil; a utilização da mídia para justificar precarização do trabalho; ou, até mesmo, a invasão de países estrangeiros, mesmo que isso leve milhares de pessoas à miséria.

A relação de troca acontece por conta de um “não valor de uso” ser passado para outrem, que se tornará um valor de uso. Marx (2013) afirma que quem faz a troca só quer alienar sua mercadoria, pouco importa se ela terá valor de uso para o outro; o autor ressalta, ainda, que essas mercadorias não se confrontam como mercadorias, apenas como produtos ou valores de uso. Já com a mercadoria jogador, os clubes formadores se importam com o valor de uso de seus atletas, desde que eles sejam vendidos para outros clubes, por conta de uma regra da FIFA que beneficia com uma porcentagem da venda para o clube formador¹¹.

11 Conhecido como mecanismo de solidariedade, ele dá aos clubes formadores 5% (de forma proporcional ao tempo que o atleta ficou no clube até os 23 anos) sobre o valor da negociação quando realizadas em outros países.

Normalmente, as trocas acontecem com o contato com comunidades estrangeiras¹². Ocorre uma necessidade de produtos estrangeiros, que faz com que uma parte da produção seja destinada para a troca. Nesse momento, seu valor de uso se desvincula do valor de troca e sua capacidade de produção vai alterar a balança de troca. Essa relação com o estrangeiro, dentro do futebol, gera uma relação de centro-periferia, onde países mais pobres e com a presença de bons jogadores passam a ser exportadores para países ricos com ligas fortes. Assim, temos uma grande quantidade de brasileiros, argentinos e uruguaios, jogando em ligas de países com menos tradição no futebol internacional¹³, jogando em ligas com maior visibilidade e, portanto, concentração financeira como Inglaterra, Espanha e França, que, apesar de estarem na centralidade do sistema, não somam metade dos títulos mundiais dos sul-americanos. Sem desmerecer as histórias dos clubes locais, que são bem mais expressivos que seus selecionados, é preciso ressaltar que os fatores financeiros extrafutebol influenciam os clubes europeus, aumentando seu capital e, conseqüentemente, torna as equipes mais capazes de trazerem jogadores melhores, um aspecto que não se vê no futebol sul-americano¹⁴. Isso muda a dinâmica do futebol na América do Sul, onde os jogadores já são revelados com a intenção da transferência; pouco importa se são bons para o clube ou não, mas se vão gerar cifras para a entidade.

Além da troca, existe a forma-dinheiro, que basicamente é uma mercadoria em que todas as outras mercadorias se baseiam para cotar seu valor em dinheiro. Os metais preciosos foram utilizados para esse fim, como o ouro e a prata. Esses metais, que muitas vezes são utilizados em artigos de luxo, não deixam de ser mercadorias e, assim como tantas outras, ele tem uma questão de signo, que é classificada socialmente. Marx (2013) ressalta que

a dificuldade não está em compreender que dinheiro é mercadoria, mas em descobrir como, por que e por quais meios a mercadoria é dinheiro” e complementa que o fetiche por dinheiro é o mesmo que o fetiche pela mercadoria (MARX, 2013, p. 227).

A questão do signo no jogador, como um artigo de luxo para o clube é algo fascinante. Grandes clubes, sejam eles europeus ou brasileiros, tendem a optar pelos craques, que vão atribuir atenção da imprensa e dos aficionados, que mais do que o valor de uso, o valor simbólico é o que se destaca nessas contratações. Como exemplo, pode-se citar “O melhor ataque do Mundo” do Flamengo, em 1995, que por conta do centenário do clube, montou um trio de ataque com jogadores badalados, composto por: Romário, melhor jogador do Mundo em 1994 e campeão da Copa do Mundo em 1994; Sávio, revelação da base do Flamengo, que seria vendido para o Real Madrid anos depois; e Edmundo, que após dois títulos brasileiros pelo Palmeiras, chega ao Flamengo como grande jogador do futebol nacional. Contudo, essa equipe não conquistou nenhum título, quase foi rebaixada no Campeonato Brasileiro, e apenas serviu como artigo de luxo para o clube da Gávea (CAPELA, 2017). Como valor de uso, pouco serviu os jogadores, já que o clube queria ganhar as principais competições

12 Aqui, nos referimos à história das trocas mercantis, quando grupos trocam seus excedentes com outros grupos, aos quais trato como estrangeiros.

13 Pensando no futebol internacional, a partir de suas seleções, principalmente sobre a Copa do Mundo da FIFA.

14 Isso pensando a relação entre Europa e América do Sul. Um ponto importante a se destacar é que dentro da Europa também existe a relação centro-periferia, assim como na América do Sul. O ponto é a escala, pois a dinâmica capitalista que produz desigualdades financeiras é evidenciada na estrutura do futebol. Em uma escala maior, a América do Sul fornece os jogadores para a Europa. É raro quando o fluxo acontece da Europa para a América do Sul.

da temporada e não atingiu seu objetivo. Isso seria comparável ao diamante, que pode ser importante para o corte de cerâmica e de outros materiais, assim como pode ser utilizado como um enfeite, com pouca utilidade, mas que simbolicamente representa um grande valor social.

A CIRCULAÇÃO DO DINHEIRO E DOS JOGADORES

Como citado anteriormente, o ouro foi o equivalente universal para equiparar as trocas, sendo a mercadoria dinheiro, que tem a função de quantificar o valor do trabalho aplicado em determinada mercadoria. E como qualquer mercadoria, o ouro também pode ter seu valor alterado e, conseqüentemente, altera o valor das mercadorias. Esse valor da mercadoria em dinheiro é denominado preço (MARX, 2013, p. 237). A forma preço tem uma característica importante, pois ela não vai necessariamente representar o valor de uma mercadoria, isto é, quantificar o valor de trabalho aplicado nela, mas que permite que coisas que não são mercadorias, como amor, honra e fidelidade, possam ser vendidas e compradas, desde que o possuidor delas coloque um preço, mesmo que isso não tenha um valor (MARX, 2013, p. 239).

A precificação das coisas gera uma necessidade de ter valor em todos os âmbitos, inclusive nos jogadores. Nesse ponto, entra o valor de mercado, que é o preço especulado para tal jogador. Esse valor de mercado é o quanto se imagina ser necessário para que determinado jogador seja vendido pelo clube. O valor de mercado não é o determinante para a troca/venda do jogador, uma vez que é preciso que o clube detentor do passe aceite, além do próprio jogador. Além do valor de mercado, existe a questão da multa rescisória, que é um valor estipulado em contrato que, caso seja pago, impossibilita o clube detentor do passe de impedir a transferência, desde que o jogador também aceite.

Um fato interessante, que incomoda os torcedores, é a precificação dos sentimentos. Alguns jogadores tratados como ídolos, com grande identificação com os clubes, são vendidos para a obtenção de dinheiro, pouco se importando com os sentimentos envolvidos no esporte. Além disso, existem também os jogadores que pouco se importam com essa questão e procuram o clube que for mais rentável para si. Caso como o do português Luis Figo, que saiu do Barcelona para jogar no Real Madrid; o clube madrilenho paga a multa rescisória e o jogador aceita ir para o maior rival (GOAL BRASIL, 2016).

É importante ressaltar que a mercadoria sempre será valor de uso e, quando posta à troca, seu valor se manifesta na forma de preço que será trocado por dinheiro. Dinheiro que passa a ter um valor signo, o qual representa certa quantidade de ouro, que também é uma quantidade de valor, intensificado com a implementação do papel-moeda (MARX, 2013, p. 270). A transformação de mercadoria em dinheiro é a primeira metamorfose da mercadoria ou venda (MARX, 2013, p. 243), que vai fazer com que o vendedor passe a ter o dinheiro e o comprador a mercadoria. Com o dinheiro, esse indivíduo que acabara de vender sua mercadoria passa a ter poder de compra e com a efetivação desta, é realizada a segunda metamorfose, em que um antigo vendedor passa a ser um comprador. Por conseguinte, o dinheiro começa a circular, os vendedores encontram compradores e os vendedores compram de outros.

Quando esse processo descrito é interrompido na primeira metamorfose, “a mercadoria é vendida não para comprar mercadoria, mas para substituir a forma-mercadoria pela forma-dinheiro” (MARX, 2013, p. 272). Esse acúmulo de capital tem a finalidade em si mesmo, já que a necessidade de compra não é imediata, passando de uma potência social para uma privada. Sobre o entesouramento, Marx (2013) pontua que:

O impulso para o entesouramento é desmedido por natureza. Seja qualitativamente, seja segundo sua forma, o dinheiro é desprovido de limites, quer dizer, ele é o representante universal da riqueza material, pois pode ser imediatamente convertido em qualquer mercadoria. Ao mesmo tempo, porém, toda quantia efetiva de dinheiro é quantitativamente limitada, sendo, por isso, apenas um meio de compra de eficácia limitada. Tal contradição entre a limitação quantitativa e a ilimitação qualitativa do dinheiro empurra constantemente o entesourador de volta ao trabalho de Sísifo da acumulação (MARX, 2013, p. 275).

No futebol, a comercialização de jogadores não é o principal para a obtenção de receita para os clubes, principalmente para os mais ricos. O comércio de jogadores, apesar de, às vezes, ajudar a equilibrar as contas, não tem a finalidade de ter um saldo positivo financeiramente. Esse comércio tem o objetivo de aumentar o desempenho, a visibilidade e outras formas de arrecadação, que são mais rentáveis que a venda de jogadores¹⁵.

Segue, abaixo, uma tabela, comparando os primeiros colocados na Premier League (PL) e no Campeonato Brasileiro de Futebol, que exemplificará o que foi citado acima:

Posição na Liga Nacional	Clube	Venda de Jogadores (milhões de €)	Compra de Jogadores (milhões de €)	Saldo de vendas (milhões de €)	Arrecadação (milhões de €)
1º PL	Manchester City (TRANSFERMARKT, 2018b)	91,35	314,50	- 223,15	684,08*
2º PL	Manchester United (TRANSFERMARKT, 2018c)	45,50	198,40	- 152,90	802,40*
3º PL	Tottenham (TRANSFERMARKT, 2018f)	103,80	121,50	- 17,70	515,44*
1º CB	Palmeiras (TRANSFERMARKT, 2018d)	19,80	8,47	11,33	156,46**
2º CB	Flamengo (TRANSFERMARKT, 2018a)	6,62	4,60	2,02	128,23**

3º CB	Internacional (TRANSFERMARKT, 2018e)	5,00	0,84	4,16	67,46**
*cotação dia 31/05/2019 (POUND STERLING LIVE, 2019b; DELOITTE, 2019) - 1£ = 1,36 €					
**cotação dia 17/07/2019(POUND STERLING LIVE, 2019a; GAZETA DO POVO, 2019) - 1€ = 4,16 R\$					

Nota-se que os primeiros colocados de ambas as ligas foram as equipes que mais investiram em contratações. Ademais, as equipes da PL não tiveram saldo positivo em relação às negociações, enquanto as brasileiras, todas conseguiram manter-se com crédito. Vale destacar também o fator da arrecadação, em que os clubes ingleses apresentam uma arrecadação muito maior do que a dos brasileiros. Ambos os pontos ajudam a entender como o Brasil é um país exportador de jogadores e a Inglaterra importadora.

A possível chave de leitura para esse fato não se explica, por exemplo, pelo número de títulos que cada seleção nacional possui. Se essa fosse a chave, o cenário seria o inverso. Trata-se, portanto, de um investimento individual, de um investimento em pessoas e não em um coletivo. Pouco importa o que acontece na seleção nacional, embora estar na seleção nacional seja uma forma mais rápida de se conseguir um reajuste no valor de mercado. O que interessa, de fato, é o desempenho individual. O que regula o mercado diante da concentração de jogadores de uma mesma nacionalidade são os órgãos reguladores que estabelecem um limite de estrangeiros para ser titular em uma equipe.

Alguns autores¹⁶ apontam que a mercadoria jogador, diferentemente de outras mercadorias, tem a questão da nacionalidade que um é um impeditivo ou regulador de sua circulação dentro do mercado do futebol. Contudo, as demais mercadorias, apesar de não terem de fato uma pátria em uma perspectiva idealizada de livre mercado, na materialidade, ela não se realiza; ao serem negociadas entre diferentes lugares do mundo, elas podem sofrer restrições para entrada em certos países, como nos embargos econômicos realizados pelos EUA com países que não estejam alinhados com suas diretrizes. Como foi o caso da Coreia do Norte, de Cuba ou da Venezuela, em que seus produtos são impedidos de circularem por nações terceiras, por conta de sua origem.

Em relação à desigualdade produzida pelo sistema capitalista, os clubes mais ricos permanecerão cada dia mais ricos, com mais visibilidade, com os melhores jogadores e disputando títulos, enquanto os menos ricos se distanciarão. Essa questão também mostra como se dá o acúmulo de capital e a sua luta sem fim, pois os clubes precisam arrecadar mais, montar elencos mais fortes, ganhar mais títulos e isso nunca será o suficiente, mesmo que já tenham ganhado todos os possíveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise da primeira seção da obra de Marx, percebe-se que o jogador é, dentro do futebol profissional, apenas um funcionário, um prestador de serviço, um trabalhador,

que está dentro do sistema capitalista do futebol. Apesar de sua posição como protagonista do esporte, ele serve como uma forma de os clubes arrecadarem cada dia mais, seja em títulos, seja em dinheiro.

Em relação ao valor do jogador, ele é como qualquer outro valor, uma construção social, uma vez que, além do trabalho aplicado na mercadoria, ele tem o valor signo sobre o que ele representa. O valor signo talvez seja uma das questões mais intrigantes, já que não vai ser sobre o valor de uso quanto à questão esportiva, mas sobre seu valor de uso para alienação de outros produtos para a obtenção de capital. Alguns exemplos disso são: a venda de camisas, ingressos ou até mesmo como outros jogadores dentro do elenco são influenciados, a fim de realizarem uma boa performance e, conseqüentemente, obtenção de capital.

A circulação dos jogadores e do dinheiro é muito semelhante a que acontece em outras esferas da sociedade, em que as mercadorias e o capital vão da periferia para o centro. Assim, a periferia do sistema fica como uma produtora de *commodity*, na qual vai até o centro do capitalismo para ser processada e transformada em uma nova mercadoria, que retorna à periferia como produto de consumo. Para exemplificar, esse jogador, assim como o petróleo, sai do país como um produto bruto, que poderia ser refinado no Brasil, mas que por conta do capital e de sua necessidade de centralização e circulação, é levado para outros lugares. Isso faz com que essa mercadoria circule e agregue valor, mas retorna ao país como outra mercadoria: o jogador, através de partidas na televisão ou de venda de camisas, e o petróleo como combustível. Esse novo produto, ao retornar ao país, perde suas características na construção social, o jogador não se identifica com o seu país, com o clube de origem, tampouco com seu povo; além do fato de não circular dinheiro no seu país, com camisas nacionais, ingressos etc. Portanto, o petróleo não traz empregos para o país que faz a extração, não gera imposto e não atende às necessidades do povo.

Esse movimento de circulação torna, no caso do futebol, as equipes europeias sempre mais fortes e mais ricas, pois: (i) possuem uma maior concentração de capital; (ii) compram jogadores da periferia; (iii) agregam valor a eles e os transformam em uma nova mercadoria, em um bem de consumo, que agora vai ser vendido, em todo o mundo; e (iv) estabelece uma concorrência com as mercadorias locais, seja através de camisetas, seja por transmissões. Esse movimento de circulação impede também o desenvolvimento do futebol na periferia, já que não há condições financeiras para manter os jogadores dentro das ligas locais, deixando o futebol mais fraco. Pode-se estabelecer um paralelo desse processo com o colonialismo, em que, na centralidade do sistema, se desenvolvia a indústria, na periferia, havia o trabalho escravo. Enquanto clubes gastam fortunas com jogadores medianos na Europa, muitos clubes brasileiros não têm um calendário anual, deixando uma massa de atletas desempregados.

Algumas reflexões, por meio da leitura de Althusser (1980), são importantes também para entender o papel do esporte como um dos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE). O futebol, por ter sua gênese na sociedade moderna capitalista, produz e reproduz os modos de produção e exploração, tanto na sua infraestrutura como nas superestruturas. A infraestrutura do futebol vai ser econômica, que tanto o esporte como a sociedade moderna vão gerir as condições materiais para que se possa fazer a manutenção de suas condições de existência e reproduzi-las, e a superestrutura são os aparatos jurídico-políticos (direito e Estado) e ideológicos, que justificam as coisas serem como são.

Na superestrutura do esporte, a criação de uma espécie de Estado Esportivo, que para o futebol são as federações e confederações, que devem gerir um esporte, conciliando os interesses e demandas de uma *burguesia esportiva*, que seriam alguns clubes, em detrimento das demais classes, como jogadores e torcedores. Assim, se cria uma separação entre a esfera pública (federações) e privada (clubes), em que o público atende ao privado, já que as federações são formadas pelos próprios clubes - por seus representantes - e por seus interesses. Esse Estado Esportivo, assim como o próprio Estado, vai utilizar seus Aparelhos de Estado (AE) para reprimir jogadores, clubes e torcedores, seja com a formulação de regras dentro de campo, de competições, seja relacionada a torcidas.

Porém, para justificarem sua existência, os AE precisam dos AIE. Aqueles podem ser divididos em três aspectos principais, dentro do esporte: o econômico, o jurídico e o informativo. Para exemplificar, no econômico, o esporte busca, assim como o capitalismo, um aumento máximo de suas conquistas e manter sua reprodução; já o jurídico tem uma de suas formas de manifestação em relação à igualdade, na qual os sujeitos de direito estão em iguais condições perante as leis do jogo/Estado, mediante punições com seu descumprimento; e o da informação, que direciona e divulga as informações conforme seus interesses. Dessa forma, a repressão, junto aos demais, normaliza a violência e criminaliza a de certos grupos - como nas torcidas organizadas no futebol e populações pobres. Essa função, como AIE do esporte, colabora em diversas instâncias para a manutenção do poder com a burguesia e naturaliza as relações estruturais.

O torcedor dentro desse processo fica como vítima, na medida em que vê seu clube cada dia mais próximo de se transformar em empresa e ser vendido para investidores; ver sua equipe dentro do estádio é cada dia mais custoso, em uma retórica de modernização, que não se justifica nem para o aumento da arrecadação para competir com outras equipes, muito menos pelo futebol apresentado. Os clubes, que poderiam ser uma forma de organização para a participação popular, principalmente aqueles fundados pela classe trabalhadora - como Ponte Preta e Corinthians no Brasil, Liverpool e West Ham na Inglaterra - estão cada dia mais longe do povo, restritos a uma elite financeira. O torcedor, agora fora do clube e dos estádios, passa a procurar a televisão, mas nem todos os jogos são transmitidos em canais abertos e, nos canais pagos, os valores são altos, além de as partidas estarem divididas em diversos serviços de transmissão. Para o torcedor, resta lutar: (i) por meios que evitem a venda de jogadores nacionais precocemente; (ii) pela popularização dos estádios, para que as transmissões nacionais sejam gratuitas e para todos; (iii) para a formação de um calendário anual para todas as equipes profissionais do país; (iv) para o aumento da participação popular dentro dos clubes; (v) para a promoção do futebol feminino etc.

Portanto, o futebol é formado dentro do capitalismo, o que faz com que haja uma tendência à reprodução de suas formas, sua ideologia etc., mas que deve ser disputado pela classe trabalhadora. Isso porque é essa classe quem faz, fez e fará esse esporte e, que em muitos momentos, foi a língua internacional do proletário, seja dentro de campo, seja nas arquibancadas. Apesar de todos seus problemas, esse esporte faz parte da cultura popular, sendo um grande símbolo da regionalidade, em que o jeito de jogar, de torcer e de cantar nas arquibancadas, carrega a história de um povo, de seus costumes e de suas tradições. Esse aspecto deve retornar ao esporte, a fim de se ressignificar e de se construir um futebol que esteja em consonância com os interesses da classe trabalhadora.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado**. Lisboa: Presença, 1980.
- CALLEJA, Eduardo González. El Real Madrid: “equipo del regimen”? Fútbol y política durante el franquismo. **Esporte e Sociedade**, v. 5, p. 14, 2010.
- DAMO, Arlei Sander. **Do dom à Profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França**. São Paulo: Aderaldo & Rithschild Ed., Anpocs, 2007.
- DAMO, Arlei Sander. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, p. 139-150, 2008.
- GIGLIO, Sérgio Settani; MORATO, Márcio Pereira; STUCCHI, Sérgio; ALMEIDA, José Julio Gavião. O dom de jogar bola. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, v. 14, n. 30, p. 67-84, 2008.
- GIGLIO, Sérgio Settani; RUBIO, Kátia. Futebol profissional: o mercado e as práticas de liberdade. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v. 27, n. 3, p. 387-400, 2013.
- MARX, K. **O capital: contribuição à crítica da economia política**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2013. v. 1.
- MASCARO, Alysson Leandro. **Estado e forma política**. Boitempo Editorial, 2015.
- NICOLAU NETTO, Michel; CAVALCANTE, Sávio. Futebol e capitalismo global: mercadorização do esporte e a formação de uma cultura neoliberal. In: GIGLIO, Sérgio Settani; PRONI, Marcelo Weishaupt. (Orgs.). **O futebol nas ciências humanas no Brasil**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.
- RIAL, Carmen. Rodar: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior. **Horizontes antropológicos**, v. 14, n. 30, p. 21-65, 2008.
- TONINI, Marcel Diego; GIGLIO, Sérgio Settani. A transferência de jogadores no sistema FIFA e a migração de brasileiros para a Europa (1920-1970). **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 32, n. 68, p. 609-632, 2019.
- SITES CONSULTADOS
- CAPELA, M. **O fantasma “melhor ataque do mundo”**. 2017. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/blogs/mauricio-capela/o-fantasma-melhor-ataque-do-mundo/>. Acesso em: 11 dez. 2019.
- DELOITTE. **Annual Review of Football Finance 2019**. 2019. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance.html>. Acesso em: 12 dez. 2019.
- ESMERIZ, A. R. **Ponte Preta acusa São Paulo de aliciar promessa da base**. 2013. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/ponte-preta/ponte-preta-acusa-sao-paulo-de-aliciar-promessa-da-base,bbf320125fd01410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>. Acesso em: 10 dez. 2019.
- FIGO revela porque trocou o Barcelona pelo Real Madrid. **Goal Brasil**, 2016. Disponível em: <https://www.goal.com/br/news/3357/espanha/2016/09/14/27506302/figo-revela-porque-trocou-o-barcelona-pelo-real-madrid>. Acesso em: 24 out. 2021.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ASSOCIATION FOOTBALL. **History of Football - Britain, the home of Football**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-game/britain-home-of-football.html>. Acesso em: 05 dez. 2019.

POUND STERLING LIVE. **Historical Rates for the EUR/BRL currency conversion on 17 July 2019 (17/07/2019)**. 2019a. Disponível em: <https://www.poundsterlinglive.com/best-exchange-rates/euro-to-brazilian-real-exchange-rate-on-2019-07-17>. Acesso em: 12 dez. 2019.

POUND STERLING LIVE. **Historical Rates for the GBP/EUR currency conversion on 31 May 2019 (31/05/2019)**. 2019b. Disponível em: <https://www.poundsterlinglive.com/best-exchange-rates/british-pound-to-euro-exchange-rate-on-2019-05-31>. Acesso em: 12 dez. 2019.

RANKING de receitas 2019: estudo revela faturamento dos clubes brasileiros. [s.d.]. In: **Gazeta do Povo**. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/ranking-receitas-2019-faturamento-dos-clubes-brasileiros/>. Acesso em: 12 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. **Clube de Regatas Flamengo - Transferências 2018**. 2018a. Disponível em: https://www.transfermarkt.pt/clube-de-regatas-do-flamengo/transfers/verein/614/plus/0?saison_id=2017&pos=&detailpos=&w_s=. Acesso em: 12 dez. 19.

TRANSFERMARKT. #13 **Daniilo**. 2019a. Disponível em: <https://www.transfermarkt.pt/daniilo/profil/spieler/145707>>. Acesso em: 08 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. #27 **João Cancelo**. 2019c. Disponível em: <https://www.transfermarkt.pt/joao-cancelo/profil/spieler/182712>>. Acesso em: 08 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. #23 **Kieran Trippier**. 2019b. Disponível em: <https://www.transfermarkt.pt/kieran-trippier/profil/spieler/95810>. Acesso em: 08 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. **Manchester City - Transferências 17/18**. 2018b. Disponível em: https://www.transfermarkt.com.br/manchester-city/transfers/verein/281/saison_id/2017. Acesso em: 24 out. 2021

TRANSFERMARKT. **Manchester United - Transferências 17/18**. 2018c. Disponível em: https://www.transfermarkt.pt/manchester-united-fc/transfers/verein/985/plus/0?saison_id=2017&pos=&detailpos=&w_s=>. Acesso em: 12 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. **Sociedade Esportiva Palmeiras - Transferências 2018**. 2018d. Disponível em: https://www.transfermarkt.pt/sociedade-esportiva-palmeiras/transfers/verein/1023/plus/0?saison_id=2017&pos=&detailpos=&w_s=>. Acesso em: 12 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. **Sport Club Internacional - Transferências 2018**. 2018e. Disponível em: https://www.transfermarkt.pt/sport-club-internacional/transfers/verein/6600/plus/0?saison_id=2017&pos=&detailpos=&w_s=>. Acesso em: 12 dez. 2019.

TRANSFERMARKT. **Tottenham Hotspurs - Transferências 17/18**. 2018f. Disponível em: https://www.transfermarkt.pt/tottenham-hotspur/transfers/verein/148/plus/0?saison_id=2017&pos=&detailpos=&w_s=>. Acesso em: 12 dez. 2019.