



**SOCIEDADE
CRISE E RECONFIGURAÇÕES**

VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

ÁREA TEMÁTICA: ST6 - SOCIOLOGIA DO DESPORTO

FUTEBOL E MIGRAÇÕES. PRIMEIRAS ANOTAÇÕES.

Cristan, Mara Lúcia

Pós-doutorada em Sociologia do Desporto (FADE-UP),

Doutorada em Ciências do Desporto (FCDEF-UP),

Doutorada em Administração (UFBA),

Mestre em Estudos do Lazer (UNICAMP/FEF),

Especialista em Teorias e Metodologias da Pesquisa Científica (UNICAMP/FEF),

Licenciada em Ciências Sociais/Sociologia (UNESP).

MaraLuciaCristan@gmail.com

<http://Lusofilia.eu/MLucia>

Resumo

O futebol ocupa na vida quotidiana, económica, política e cultural das sociedades, sendo que este desporto atua como arena pública no processo de construção de identidades culturais em diversas instâncias, inclusive nas trajetórias profissionais dos atletas como reflexo do mercado e da economia como um todo. O presente texto considerou a carreira dos jogadores de futebol brasileiros que trabalham no mercado externo, sobretudo tendo como foco aqueles que tem seu talento moldado com a finalidade de suprir as demandas do mercado. Como caso específico, tomando o caso da Traffic Sports, uma empresa que organiza eventos desportivos em toda a América e que passou a investir numa bolsa de formação de atletas, abrindo um novo mercado na Europa (Portugal e Holanda) e tendo como meta a elevação do Estoril Praia Futebol Clube à primeira divisão do futebol português. Este caso confirma a existência da fabricação e aproveitamento da maioria dos jogadores de futebol profissional brasileiros para um mercado que não é o das grandes equipas, mas daquelas de segunda e terceira divisões dos países periféricos ao sistema.

Abstract

Football plays in everyday life, economic, political and cultural societies, and the sport acts as the public arena in the construction of cultural identities in various fora, including the professional careers of athletes as a reflection of the market and the economy as a whole. This paper considered the career of Brazilian footballers who work in foreign markets, particularly focusing on those who have molded his talent in order to meet market demands. As a specific case, taking the case of Traffic Sports, a company that organizes sporting events across America and began to invest in a training scholarship athletes, opening a new market in Europe (Portugal and the Netherlands) and with the goal of raising Estoril Praia Futebol Clube to the top flight of Portuguese football. This case confirms the existence of the manufacture and use of most professional soccer players in Brazil for a market that is not of great teams, but those second and third divisions of the peripheral countries to the system.

Palavras-chave: Futebol; Migrantes, Jogadores

Keywords: Football. Migration, Players

[1587]

Apesar do peso descomunal que o futebol ocupa na vida quotidiana, económica, política e cultural das sociedades, sendo que o futebol, enquanto desporto-espetáculo (Bourdieu, 1985) atua como arena pública no processo de construção das identidades culturais em diversas instâncias: regionais, nacionais, supra-nacionais, geracionais, de classe, de claques, desportistas, organizações, burocracias, ciência e tecnologia. A vida de trabalho que os jogadores levam numa sociedade globalizada ainda vem sendo pouco conhecida, sobretudo dos jogadores migrantes e que “rodam” pelo mundo.

A análise cultural do futebol, reflete o estilo de futebol jogado em cada país como espelho de supostos traços culturais, embora estas afirmações pareçam tomar parte de um processo de elaboração de estereótipos. Trabalhos como o do sociólogo argentino Eduardo Archetti admitem que o estilo de jogo praticado pelos latino-americanos, conhecido por futebol arte, é produto da história da região e do aprendizado de controlos do corpo, advindos de um *modus operandi*, específico daquela região. Esta afirmação, contudo, nega o fato do futebol ser apropriado como tradição, convertida em elemento útil para estimular a integração simbólica tão necessária para a conformação das identidades que são a base das comunidades imaginadas que são as nações.

Dessa maneira, a afirmação de que existe um estilo específico a cada região do globo e que esta depende da herança cultural, parece reafirmar apenas um estereótipo que é devidamente apropriado pelo mercado, sendo que uma narrativa que tome o futebol brasileiro, por exemplo, como marcadamente caracterizado pelo imprevisto e por jogadas inteligentes e individualizadas, repercutem de forma a valorizar o atleta brasileiro no mercado internacional (Soares, 2008), mas não necessariamente refletem a verdade, já que todo desporto atualmente depende em muito da ciência e da estrutura organizacional para o desenvolvimento de talentos, de modo que os condicionamentos sociais destroem a ideia de que hajam estilos de jogo independizados de um contexto socioeconómico.

Porém não se deve negar a existência de talentos, para ser jogador de futebol profissional é preciso reunir características variáveis e que distinguem estes jovens numa escala mercadológica globalizada. O talento futebolístico pode manifestar-se através de diversas características, “(...) 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 a dimensão técnica e, sobretudo uma dimensão em particular muito valorizada pelo senso comum associada ao controle da bola, malabarismos, floreios, etc.” (Damo, 2007, p. 112, op. Cit. Palmieri, 2009). Está aí a melhor noção do que seja um “talento” que, a partir de características individuais recebe investimentos em sua formação.

O que se designa por talento, se insere dentro de uma estrutura organizacional do futebol sendo toda ela gerida pela FIFA (Federação Internacional de Futebol), sendo esta entidade responsável pelo gerenciamento direto e indireto das competições mais impactantes do ponto de vista económico do globo. A ela estão subordinadas a International Board que determina as regras do espetáculo desportivo, as Confederações Nacionais, que por sua vez controlam as Federações menores em cada país. Esta matriz organizativa do futebol, monopolizadora e globalizada, controla a circulação de atletas do mundo inteiro e de boa parte do comércio de imagens, uma das principais fontes de receita do futebol.

A estrutura organizacional do futebol mundial, monopolizada pela FIFA, inclui espaços físicos denominados centros de formação, técnicas de recrutamento e seleção precoce de talentos, adoção de princípios da organização para o trabalho articulados a partir de investimentos económicos das empresas e da política dos clubes, as tecnologias para a lapidação dos talentos rumo à profissionalização e ajustadas de acordo com as prioridades do mercado, os especialistas, os ex-boleiros e /ou profissionais com diplomas universitários encarregues do agenciamento dos jovens atletas, e a adequação da legislação definidas pelo Estado com a finalidade de promover a tutela aos menores.

Dentro deste quadro de reestruturação do futebol mundial, o Brasil viu-se obrigado a modernizar sua legislação acerca deste assunto, tornando tanto os direitos trabalhistas mais flexíveis, quanto promovendo um tipo de organização empresarial que deixou para trás o modelo patrimonialista que anteriormente era majoritário na gestão do futebol brasileiro, sem contudo romper com o modelo antigo nos clubes menores.

Para isto e dentro de um contexto de avanços e retrocessos, através da “Lei Pelé” extinguiu-se um dos maiores entraves no sentido de aumentar a exportação de jogadores brasileiros para o exterior. Sem o “passe” [1] os clubes passaram a não pagar o valor patrimonial do atleta, as despesas para a contratação reduziram-se para o pagamento da rescisão contratual e a negociação de salários.

Apenas para se ter uma noção do que representa a presença dos futebolistas brasileiros no mercado mundial, e segundo os dados da FIFA de 2012, o Brasil lidera o ranking de origem de expatriados com 19% dos jogadores filiados a esta federação. Alguns dos fatores que estimulam a emigração internacional de jogadores brasileiros podem ser localizados na gestão ainda amadora da maioria dos clubes; a persistência da visão patrimonialista acerca do atleta (muitos deles são maltratados, não recebem em dia e não têm garantias de que o contrato será cumprido; a modernização da legislação e sua correspondente flexibilização; o número limitado de postos de trabalho no Brasil; o surgimento de uma indústria de formação de jogadores e baixos custos em relação aos jogadores europeus. [2]

A globalização do futebol deslocou o eixo entre a suprema representação nacional do capital simbólico e económico, resultando numa crescente racionalização gerencial, associada à emergência de uma tecnologia internacional, a qual implica na perda de controlo tanto do clube – como instituição localizada – e do atleta em um suposto projeto de vida.

É evidente que o futebol sofre um apelo muito grande em relação às possibilidades de ascensão social tanto para atletas, quanto para suas famílias. No Brasil, desde a década de 80, a elaboração de programas sociais que incluem a prática pedagógica do futebol entre as camadas mais desfavorecidas da população tem sido intensas. Associando-se a prática desportiva como lazer e desporto social, o futebol aplicado nestes projetos por meio de ONGs, aparece como um redentor das mazelas da sociedade (Guedes, Davies, Noaves, 2009).

Em tais projetos, ressaltam-se a dimensão disciplinadora do desporto, procurando estimular a ocupação dos tempos livres de jovens e crianças, colaborando para que tenham menos possibilidades de estarem disponíveis para serem cooptadas por atividades ilícitas. O futebol assume desta maneira a função de inclusão social, adquirindo um tom discursivo em que a ideia mestre é a moralização dos costumes e, muito embora tais projetos estimulem uma visão socializadora do futebol, também opera dentro deles um discurso contraditório a partir dos professores, que fazem deslumbrar para seus alunos a possibilidade destas crianças de conseguirem adentrar no mundo fantástico dos negócios futebolísticos (Guedes, 2006).

Para muitas famílias destas crianças pobres esta possibilidade é sonhada como a oportunidade de ascensão social e fama. A expressão “a mãe de fulano de tal bamburrou”. Provém do jargão dos garimpeiros que quando encontram uma pepita de muito valor, enriquecem da noite para o dia. Sendo este um dos motivos pelos quais muitas famílias incentivam seus filhos a buscar na prática do futebol uma oportunidade de ascensão social e riqueza. Nestas situações, geralmente, é o filho mais jovem que recebe tal benesse já que os irmãos mais velhos foram logo sacrificados para o mercado de trabalho precarizado a fim de garantirem o sustento da família, sendo esta a principal retaguarda destes meninos fazendo os possíveis e mesmo acompanhando a criança em suas deslocções para outros países, quando a tutela parental é exigida.

[.1]O passe era um vínculo legal criado pela Lei nº 6.354, de 02 de Setembro de 1976, e que regularizava a profissão do jogador tomando-o como património do clube. No final dos anos 80 treze grandes clubes do futebol brasileiro se uniram para reivindicar junto da CBF a modernização da estrutura administrativa do futebol nacional. A partir desse momento decorreu uma verdadeira batalha jurídica resultando na extinção do passe somente em 1998, por meio da Lei nº 9.615 de 03 de Julho de 1998. O objetivo principal desta lei foi o de romper com o intervencionismo estatal.

[.2] Segundo Alcântara (2006), o negócio do futebol passou a ter um impacto sobre as exportações brasileiras. A venda de jogadores para o exterior gerou algo em torno de USA \$ 6.4 bilhões em 2005.

Parece-me que estas “escolinhas de futebol” oferecem uma chance praticamente nula de integração destes atletas no mercado profissional. Uma vez que além de não disporem de recursos materiais suficientes para cumprirem este propósito, os projetos são frequentemente interrompidos dada sua dependência por recursos públicos ou de patrocinadores, levando à frustração destas crianças e adolescentes pobres em alcançar o

objetivo anulado de uma carreira profissional, estado agravado ainda pela precoce proletarização destes jovens que cedo são atirados ao mercado de trabalho para garantirem o sustento da família.

O Brasil tornou-se para o mundo um celeiro de craques com uma bem-sucedida produção de atletas para o futebol internacional, porém isto deve-se a contribuição de alguns fatores, tais como: uma legião de meninos dispostos e desejosos de construir uma carreira como atleta profissional e dispostos a todo tipo de sacrifício que lhes forem exigidos. Todavia, apenas uma parcela muito pequena destes garotos conseguem superar as barreiras socialmente impostas e transitarem das escolinhas ou da rua, para um centro de treinamento.

É certo que muitas destas escolinhas são frequentadas por “olheiros” e outros agentes que angariam talentos para os clubes profissionais, mas de fato, o caminho da profissionalização acontece de maneira bem diversa e ocorre nos chamados “centros de formação”, para os quais os eleitos são recrutados bem mais cedo e onde existe um forte investimento em ciência e tecnologia no treinamento desportivo.

Atualmente e muito em voga no Brasil, os grandes clubes possuem ou estão associados a empresas que formam os atletas em “centros de excelência”. Estas organizações são estruturadas de forma a verdadeiramente propiciar a formação dos talentos. Suas instalações são dotadas de um refinado aparato tecnológico e nele estão integrados um corpo de técnicos (psicólogos, advogados, assistentes sociais, professores de educação física, nutricionistas, médicos, fisioterapeutas, etc.) que estão habilitados a lidar com as questões relacionadas a uma formação verdadeiramente elitizada. Mesmo em Portugal, o Grupo Desportivo Estoril Praia é nada mais do que um centro de formação de talentos, sendo toda estrutura importada e gerida por brasileiros.

Desde 2009, o Grupo Desportivo Estoril Praia estabeleceu um contrato com a Traffic Sports Europe, uma das subsidiárias da Traffic Sports, transferindo a gestão do clube para esta organização, esta parceria incluía a possibilidade de compra de parte do clube, caso os objetivos da Traffic se fizessem, ou seja, se o Grupo Desportivo Estoril Praia chegasse à elite do futebol português, o que de fato se confirmou no final da temporada de 2012, com o acesso do clube à primeira divisão.

A Traffic Sports, é um grupo que atua no mercado do marketing desportivo há trinta anos, contando cada vez mais com maior abrangência no mercado, expandindo seus negócios para a área das telecomunicações, nomeadamente para a compra de antenas de TV concessionadas pela Rede Globo. Esta mesma empresa, nos últimos anos, reuniu um grupo de cotistas que investem USA \$ 20 milhões de dólares anualmente na compra e preparação de jovens talentos para serem comercializados tanto no mercado interno, como externo.

Os tentáculos desta mega-organização, que também mantém um clube-empresa – o Desportivo do Brasil – seguem para outros cantos do mundo mantendo subsidiárias nos Estados Unidos, através da Traffic Sports USA e na Europa. Todo o futebol do Continente Americano é controlado por esta empresa, sendo ela líder na organização e comercialização dos principais eventos de futebol nas Américas do Norte, Central e Caribe, estando associada enquanto parceira comercial da UNCAT (União Centro-Americana de Futebol) e da CFC (União de Futebol do Caribe). Na Europa a Traffic Sports tem representações em dois países: Holanda e Portugal.

Para se ter noção do envolvimento da Traffic Sports com o desenvolvimento do futebol brasileiro, um dos melhores Centros Desportivos de Excelência é o do Corinthians Futebol Clube, que possui a maior claque brasileira e é equipado com: laboratório de fisiologia do esforço, laboratório de biomecânica, sala de fisioterapia, ginásio, sala de musculação, aparelhagem sofisticada e de alta tecnologia quase sempre importada, piscina, jacuzzi, tanque frio, caixa de areia, relvado com a mesma qualidade de estádios de campeonatos mundiais, área de lazer, hotel, biblioteca, área de lazer, sala de convivência, sala de imprensa, os atletas dispõem de material desportivo de primeira qualidade e refeitório. Mesmo assim é bom lembrar que é um clube cuja gestão é toda feita por uma empresa de nome Traffic Sports, de forma que o amadorismo das gestões ficou para trás com a modernização da legislação realizada a partir do final da década de 90.

O Brasil tendo um Estado de tradição centralizadora e “paternalista” teve que alterar completamente sua legislação acerca dos desportos e do futebol em particular, para tornar os mecanismos de mercado livres para

comandar a empresa capitalista. O fim do “passe[.1]” representou tanto a flexibilização do trabalho, como o aumento das facilidades de transferência dos jogadores dentro e fora do país. Por outro lado, o encurtamento da carreira dos jogadores, bem como a precarização das relações de trabalho dentro do Brasil, levou muitos jogadores e seus empresários a buscarem alternativas fora do mercado nacional (Rodrigues, 2003).

A partir da década de 90, o futebol brasileiro se viu confrontado com a necessidade de conformar a gestão das organizações futebolísticas, aos processos de flexibilização das leis de trabalho no país. A nova estruturação que orientou esta mudança pode ser entendida como resultado das novas ocorrências económicas da globalização e do processo de transformação do futebol e sua relação com a indústria do entretenimento num processo de globalização.

O surgimento destas empresas, que investem na fabricação da mercadoria atleta, transformou as organizações, que além de disponibilizarem um aparato científico e burocrático complexo, possuem departamentos sofisticados de informação que organiza o historial dos jogadores, estatísticas e vídeos. A Traffic Sports, nome bastante sugestivo da verdadeira prática desta empresa, mantém um website que exhibe lances dos jogadores ligados a ela. Através deste recurso informático, seus usuários, mediante o pagamento de uma taxa, apresentam uma senha e podem obter diversas informações acerca dos atletas. Estas empresas, ao utilizarem esta ferramenta, operam como qualquer sistema digital na Internet para venda dos produtos mais vulgares e até mesmo a prostituição e o turismo sexual se valem deste modo de operar no mercado. Tão frequente é o uso deste recurso que o FC Porto e o Sevilla FC, também fazem uso de tal expediente.

As organizações voltadas para formação de atletas visando o mercado aplicam capital na formação de atletas dentro do modelo das bolsas de investimento, isto é, empresas que mantêm seus próprios centros de treinamento com a finalidade de exportar jogadores ou obter retorno financeiro através da negociação destes atletas no mercado nacional e internacional. A própria FIFA (Federação Internacional de Futebol) na tentativa de regulamentar esta estrutura organizacional profissionaliza agentes para atuarem no futebol. São os conhecidos “Agentes FIFA”, que recebem dentro da Escola de Altos Estudos João Havelange uma formação que consta de aprendizado em legislação, economia, gestão de carreira, marketing, bem como recebem uma visão das técnicas desportivas como requisito para identificação de talentos. Os ganhos destes agentes podem chegar, além do que recebem durante as transações, num total de 10% dos salários destes jogadores, tanto como de lucros procedentes do marketing e dos direitos de imagem.

Por isto, dentro da lógica da selvageria muitos atletas são expostos precocemente ao mercado, tendo o fim da carreira abreviado muito cedo. Mesmo por que a transformação de um talento em estado bruto para um potencial atleta de ponta é recorrente a um processo de “lapidação” do talento e implica numa perda de poder sobre o próprio corpo, já que estes jovens são colocados sob o comando de profissionais da saúde, da psicologia, de técnicos, dos burocratas e sobretudo dos empresários, uma vez que o principal objetivo é rentabilizá-los o quanto antes.

O desenvolvimento da carreira de um atleta pode ser caracterizado em sua primeira fase, que vai dos 10 anos de idade até os 14 e intensifica-se a partir daí até os 20 anos, como um longo período de formação física, técnico, tática e psicológica. Neste período e muito precocemente, talvez dado o perfil social destes jovens atletas, ocorre o despertar para a profissionalização, neste quadro tem grande influência sobre estes rapazes a comunicação social que divulga o estilo luxuoso de vida dos poucos jogadores que atingem o estrelato. Todavia, no decorrer desta fase muitos atletas abandonam precocemente o futebol em função das lesões, da falta de estruturas, falta de recursos financeiros e incumprimento dos clubes.

Segue-se um segundo ciclo de aprimoramento e participação no mercado de trabalho (aproximadamente entre os 17 anos e os 35 anos de idade), onde a atuação profissional sujeita às variações em termos de remuneração, prestígio e sucesso, podem levar ao abandono da carreira quando ainda teriam algum tempo no mercado de trabalho. Mesmo que a profissão traga consigo as marcas do ideal da masculinidade, chega um tempo em que muitos não conseguem manter a performance exigida, estando seu fim definido por limitações físicas (idade ou lesões graves) ou o desemprego crónico.

O grande problema destes jogadores é que todo o investimento feito em suas vidas volta-se exclusivamente para o futebol, ao contrário do modelo de outros países (França, por exemplo) em que os rapazes

necessariamente recebem um acompanhamento escolar no sentido de se preparem para uma futura carreira profissional que não o futebol, os atletas brasileiros não recebem qualquer atenção neste sentido, sendo a reconversão profissional, quando a carreira termina, é um processo difícil ou quase impossível.

Com o término da carreira, acabam-se as aparições públicas, o reconhecimento nos meios de comunicação social, as festas, as mulheres, o consumo de luxo, etc. Quem não as teve, nunca as terá. E mesmo os que conseguiram acumular o suficiente para uma vida confortável, sentirá a privação com o contato do público e das mídias.

Porém, ao contrário do que se imagina, a maioria dos jogadores brasileiros que vem jogar no exterior não vão para os grandes clubes. Dados da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) dão conta que em 2010 haviam cerca de 19.000 atletas profissionais federados. Destes 84% até USA \$400,00 dólares/mês, 13% recebem entre USA \$400,00 e USA \$3.500,00 dólares/mês e apenas 3% tem salários superiores a este montante.

É impossível para a maioria dos clubes brasileiros concorrerem com as propostas de clubes internacionais, ainda de acordo com a CBF, o fluxo de migração de atletas brasileiros para o exterior cresceu mais de 500% entre os anos de 1992 e 2000, a soma de todas as transferências de atletas brasileiros para clubes do exterior rendeu, entre os anos de 1994 e 2005 cerca de 1 bilhão de dólares (Proni, 2004).

“Assim sendo, os jovens brasileiros podem ser desterritorializados segundo as estratégias de clubes e agentes/empresários; submetidos a treinamentos extenuantes que os inviabilizam para outras atividades – diferente da formação francesa, que coloca a formação desportiva em paralelo com a formação educacional – recrutados e dispensados dos centros de formação/produção de acordo com a conveniência destes e tantos outros procedimentos (...)”(Damo, 2005, p. 170).

Além dos jogadores que migram para outros países de forma legal há outro tipo de transferência clandestina, ou seja, atletas amadores que se destacam e que são contratados por times europeus para clubes das divisões inferiores dos campeonatos nacionais, sendo Portugal um destino privilegiado para estes atletas. Contudo o mais admirável é que ao contrário do que se costuma pensar, a maioria dos jogadores exportados pelo Brasil não saem do país para jogarem nos grandes clubes, mas para os de segunda e terceira divisão e para países periféricos.

A nova estruturação conferida ao desporto em geral, pela lógica do mercado, advém de organizações baseadas em valores e tradições conjugadas aos critérios de eficiência e eficácia. Entretanto, os clubes de futebol devem gerir um dilema: ao mesmo instante em que é preciso maximizar lucros, também se deve adotar uma estratégia para rentabilizar a performance das equipas e dos atletas, no sentido de melhorar as oportunidades da conquista de títulos.

Assim sendo, os jogadores se transformam na parte mais importante do capital ativo da empresa. A ideia que existe de que os jogadores dispõem de um projeto pessoal é muito limitada. A noção de que o futebolista governa sua profissão, cai por terra quando se encara a faceta da circulação da mercadoria dentro de um processo de economia mundializada. Ao fim de um contrato um atleta nunca sabe ao certo em que parte do mundo vai parar ou mesmo se conseguirá trabalho.

Além dos fatores apontados, há outras questões a serem consideradas, tais como as dinâmicas da globalização no futebol, pois jogando na Europa o jogador ganha mais visibilidade o que aumenta suas chances de ser escalado para a seleção nacional. Outro fator decisivo na procura por clubes internacionais deve-se ao fato deles terem aperfeiçoado sua fontes de renda através de contratos com redes de televisão, ligação com patrocinadores, exploração comercial de arenas e marketing. Tudo isto torna o mercado internacional bem mais atraente para os atletas.

Bibliografia:

Azuaga, Feliciano e Rodrigues Francisco. Percepção de jogadores sobre as transferências internas e externas de futebolistas brasileiros depois do fim do passe. Cev.or.br/arquivo/biblioteca/analise-de-percepções-dos-jogadores-sobre-as-transferências

Cafruni, Cristina. Análise da carreira desportiva de atletas brasileiros: estudo da relação entre o processo de formação e o rendimento desportivo. Porto, Dissertação de Mestrado/UP, 2002.

Costa, V. T. Ferreira, R.M. Fases da transição na carreira esportiva: perspectiva de ex-atletas profissionais do futebol brasileiro. In: Conexões, revista da faculdade de educação Física da UNICAMP. Campinas, v. 8, n. 3, p. 84-103, set/dez, 2010.

Cristan de Lomba Viana, Mara Lúcia. Desporto: Religiões, Ritos e Mitos Afro-Brasileiros. Porto, Tese de Pós-Doutoramento em Antropologia do Desporto, Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, 2011. www.Lusofilia.eu/MLucia/POSDOCT.pdf. ISBN 978-972-99645-5-8 Edição Casa da Educação Física, Belo Horizonte (MG), Brasil.

Cristan, Mara Lúcia. Estrela Cadente: A gestão de esportes/lazer na SEME, durante a administração de Luíza Erundina (198/92). Tese de Doutorado em Administração, Universidade Federal da Bahia, 2002. Tese de Doutorado em Ciência do Desporto, FCDEF/Universidade do Porto, 2005.

Cristan, Mara. Esporte e Sociedade. Vitória, EDUFES, 1995.

Damo, Arlei Sander. Do Dom à Profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França. Porto Alegre, Tese de Doutorado/UFRGS, 2005.

www.lume.ufrgs.br/handle/10183/543

Guedes, Simone. Projetos sociais esportivos e novas trajetórias dos atletas profissionais. www.ludopedio.com.br/rc/upload/files/093655_Guedes

Guerra, Mário Oliveira. O que está em jogo? Reflexões sobre a transformação do jogo em um grande negócio. Ver. Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo ano 8, vol. Nº 21, p. 56-65 – Março de 2011. <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc>

Melo, Marcelo P. Esporte social esporte clube: contradições e dilemas em nosso tempo. www.ibase.br/userimagens/dv35_pay5.pdf

Palmieri, Julio Cesar Jatoba., Quanto vale um talento? Uma análise antropológica sobre a valorização e circulação dos jogadores de futebol profissional no mercado esportivo. São Carlos-SP, Dissertação de Mestrado UFSCAR, 2009. [www.ludopediocom.br/RC/UPOALAD/files/175924_Palmieri\(M\)-Quanto_vale_um_talento.pdf](http://www.ludopediocom.br/RC/UPOALAD/files/175924_Palmieri(M)-Quanto_vale_um_talento.pdf)

Pimenta, C. A. M., A construção do ídolo no fenómeno do futebol. Motriz: revista de Ed. Física (online). Vol 17, n 1, 2011.

Ravel, Loic. Demographic Study. CIES Football Observatory, 2012.

Rial, Carmen. Rodar: a circulação de jogadores de futebol brasileiros no exterior. Horizontes Antropológicos, vol. 14 nº 30, Porto Alegre, July/Dec, 2008 <http://dx.doi.org/101590/50104-7832008000200002>

Rodrigues, Francisco Xavier. A sociologia do trabalho e a sociologia do futebol: uma análise da flexibilização das relações de trabalho no futebol brasileiro.

<http://www.revista.ufg.br/index.php/fcf/article/viewfile/707/725>

_____, Modernização, disciplina e futebol: uma análise sociológica da produção social dos jogadores de futebol no Brasil. Sociologia [online].2004, nº 11. ISSN 1517-4522

Soares, António Jorge. Dificil reconversão: futebol, projeto e destino em meninos brasileiros.
<http://dx.doi.org/10.1590/50140-718320800020004>