

FUTEBOL-NEGÓCIO E ATIVISMOS TORCEDORES: NOTAS PARA UM ESTUDO DA POLÍTICA EM CLUBES DA EUROPA E AMÉRICA DO SUL

Irlan Simões¹

Resumo: Nesse artigo serão apontados elementos para um estudo da política nos clubes de futebol, estabelecendo conexões entre diferentes abordagens e realidades, sugerindo a viabilidade dessa vertente de estudos do futebol para o Brasil. Serão utilizados de seis casos que ilustram as distintas possibilidades de organização de torcedores, em especial aquelas que se propõem à defesa do clube: Os Belenenses (Portugal), Sevilla FC (Espanha), Hannover 96 (Alemanha), Racing Club (Argentina), Vitória (Brasil) e Colo-Colo (Chile). Os casos apresentam distintas realidades materiais e formações históricas, mas redundam igualmente em reivindicações de controle coletivo do clube pelo corpo de associados, pelo qual trataremos o pertencimento clubístico.

Palavras-chave: futebol; política; torcidas; pertencimento; clubes

Football business and supporter's activism: notes for a study in clubs politics in Europe and South America

Resumo: In this article elements for a study of the politics in football clubs will be listed to establish connections between different approaches and contexts in order to propose the viability of this line of studies in football in Brazil. This paper aims to work with six cases that illustrate the different possibilities of football supporter's organizations: Os Belenenses (Portugal), Sevilla FC (Spain), Hannover 96 (Germany), Racing Club (Argentina), Vitória (Brasil) e Colo-Colo (Chile). These cases have different material realities and historical structures, although they have in common the claim of collective ownership of the club by the association of supporters, by which it's known as the belonging to the club.

Keywords: football; politic; supporters; belonging; clubs

Fútbol-negocio y activismos de hinchas: notas para un estudio de la política en clubs de Europa y América del Sur

Resumo: En eso artículo se señalarán elementos para un estudio de la política en los clubs de fútbol, estableciendo conecciones entre diferentes enfoques y realidades, así sugiriendo la viabilidad de esa línea de estudios de fútbol en Brasil. Se utilizarán seis casos que ilustran las diferentes posibilidades de organización de hinchas, especialmente aquellos que se proponen a la defensa del club: Os Beleneneses (Portugal), Sevilla (España), Hannover 96 (Alemania), Racing (Argentina), Vitória (Brasil) e Colo-Colo (Chile). Los casos presentan distintas realidades materiales y antecedentes historicos, pero resultan igualmente en reclamos de control colectivo del club por parte del organismo de asociación, por el cual trataremos el pertenecimiento al club.

Palabras-clave: fútbol; política; hinchadas/afición; pertencimiento; clubes

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCom/UERJ) e membro do Grupo de Pesquisa Esporte e Cultura (FCS/UERJ). Rio de Janeiro, RJ, Brasil. iirlansimoes@gmail.com.

Introdução

Ao longo de anos os aspectos político-institucionais do futebol chamaram a atenção da academia em todo o mundo, dado o alto potencial de instrumentalização do “esporte das massas” para fins de propaganda e publicidade, na sua capacidade de articular atores políticos e mover fundos para projetos grandiosos. Iniciada na Inglaterra, uma vertente de estudos propõe outra perspectiva: a investigação de experiências de ativismos torcedores, enfatizando o crescimento desse fenômeno com os intensos processos de (*hyper*)mercantilização do futebol nas primeiras décadas século XXI (GIULIANOTTI, 2002).

Nesse artigo buscaremos trazer elementos para um estudo da política nos clubes de futebol, estabelecendo conexões entre diferentes abordagens e realidades, sugerindo a viabilidade dessa vertente de estudos do futebol para o Brasil. Interessa contribuir com uma abordagem que não se restrinja aos altos círculos decisórios do clube, percebendo torcedores comuns, reunidos em coletivos, movimentos ou agrupamentos, como atores importantes na definição dos rumos de uma agremiação.

Nos valeremos de seis casos – previamente investigados em um processo mais amplo de pesquisa de doutorado em curso – que ilustram as distintas possibilidades de organização de torcedores, em especial, aquelas que se propõem à defesa do clube: Os Belenenses (Portugal), Sevilla (Espanha), Hannover 96 (Alemanha), Racing (Argentina) e Vitória (Brasil). O objetivo do artigo é descrever esses casos a partir de suas características mais importantes, buscando traçar um cenário panorâmico sobre esse tema. Ao se pretender à descrição mais ampla do objeto em análise, o artigo não se dedica ao aprofundamento de um único caso (como a tese em questão faz). O interesse de destacar as conexões entre as muitas formas ativas do torcer, ainda que oriundas de ambientes muito distintos, demandaram uma descrição mais sintética do plural *corpus* do objeto.

Aponta-se aqui o pertencimento clubístico como um elemento crucial de análise, dado que os casos apresentam distintas realidades materiais e formações históricas, mas redundam em reivindicações de controle coletivo do clube pelo corpo de associados. Aqui não temos o objetivo de rediscutir teoricamente o pertencimento clubístico, como já fez Arlei Damo (1998), naquela que é uma das principais referências dos estudos do futebol no Brasil. Interessa aqui perceber como o pertencimento clubístico também é capaz de mobilizar os sujeitos para fins definitivamente políticos, em uma expectativa coletiva de defesa de interesses e direitos.

No artigo “Paixão partilhada e participativa – o caso do futebol”, Damo (2012) faz uma releitura da sua trajetória acadêmica no estudo da relação entre torcedores e política, espaço em que reafirma as suas percepções na criação desse conceito. O “pertencimento clubístico” aparece como chave central para designar uma “modalidade de vínculo intensa, duradoura e exclusiva” de relação entre torcedores e clubes, e mesmo torcedores entre si. O termo ocupa o lugar da “identidade” por denotar uma relação de traços mais profundos e caracterizados por uma relação ativa do torcer, onde o “engajamento” é um elemento de distinção.

É desse segmento do público que derivam as experiências coletivas às quais nos dedicamos, ainda que recorramos a algo ainda mais específico do que o sugerido por Damo. Os seis países escolhidos permitirão perceber como esse “motor” de mobilização dos torcedores, que é o pertencimento ao clube, se expressa em variadas formas, materializando-se em experiências coletivas de formatos distintos. Dessa forma, esse artigo resultará como uma contribuição aos estudos políticos no campo do futebol.

A discussão aqui proposta servirá para perceber a torcida para além da massa de consumidores dos produtos futebolísticos, percebendo-a como um conjunto de relações sociais e agrupamentos com interesses e em constante negociação e conflito, dinâmica que interfere de forma menos visível nos círculos decisórios “legitimados” de um clube de futebol. Avaliaremos os distintos níveis dessa ação torcedora.

Mais adiante faremos uma breve contextualização da economia política do futebol nesses seis países, para entender como se estrutura a indústria local, quais os processos históricos-chaves ocorridos em cada um deles, de modo que poderemos compreender o caráter jurídico dos clubes em questão. Essa contextualização é o que vai facilitar a análise das estratégias e modelos de organização elaborados pelos torcedores dos clubes escolhidos, uma vez que essas experiências se moldam à sua conjuntura específica.

Nessa altura introdutória já nos vale demarcar que não trabalharemos com casos de clubes da Inglaterra, dado que, diferente dos outros seis locais, o país que criou o futebol como conhecemos, apenas estabeleceu clubes em formatos associativos por um breve período, constituindo-os como empresas desde os primórdios da sua popularização. Isso, obviamente, não priva o futebol inglês de testemunhar intensos e volumosos movimentos de torcedores, mas estabelece um conjunto de relações sociais à parte, principalmente pela ausência da histórica figura do “sócio”.

Apesar de diferenças materiais consideráveis entre o papel histórico do clube social e esportivo na formação da sociedade civil alemã, em comparação com o contexto ibérico e ibero-americano (MERKEL, 2012; TOMLINSON e YOUNG, 2006; GIULIANOTTI, 2002), a estrutura político-estatutária ainda resguarda algumas possibilidades comparativas, pois permitem aproximações ao papel de torcedor, associado, membro/conselheiro e corpo diretivo, além da percepção do impacto do processo de empresarização dos clubes, mesmo com a ressalva legal alemã.

Futebol-negócio e política da arquibancada

A faceta do processo mais relevante do século XXI, ou seja, nas últimas duas décadas, tem sido a intensificação do processo de clientelização do torcedor. Uma vez alijados dos círculos decisórios de muitos desses clubes, o torcedor “perde” sua relevância diante da demanda pela formação de um maior público “consumidor” do “espetáculo esportivo”, que mirou no alcance de mercados cada vez mais distantes da cidade onde reside um clube e o seu estádio. O processo de clientelização, a grosso modo, busca também a formação de um imenso público consumidor do futebol de forma expansiva,

sem amarras sentimentais a uma única agremiação, disposto a consumir todo e qualquer produto relacionado a esse mercado.

A empresarização dos clubes fora da Inglaterra remonta a outros períodos de desenvolvimento da indústria do futebol (SANTOS, 2017, p.84). Teve seus primórdios ainda em 1981 na Itália, quando da conversão do caráter dos clubes de associação civil sem fins lucrativos para a adoção do modelo de sociedade anônima com acionistas. Desse marco para os dias atuais foram diversos os países que adotaram paulatinamente legislações de caráter semelhante, tornando esse um modelo quase hegemônico no futebol europeu (PRONI, 1998). Como veremos mais especificamente adiante, na América do Sul o modelo ainda sofre resistências em alguns países como Brasil, Argentina e Uruguai.

Na lógica que buscou fazer o clube virar empresa e o torcedor virar cliente, o distanciamento foi desejado, mas não necessariamente se consumou. Ao que constam as observações feitas por essa pesquisa, no jogo duplo da mercantilização do futebol, onde a fidelização do cliente é ao mesmo tempo o apassivamento do torcedor, percebe-se que as relações sociais mais orgânicas de agrupamentos sociais com um clube de futebol ainda são muito presentes, mesmo na Europa.

Diversos autores já levantaram a questão de uma “sensação de posse sobre os clubes”, a exemplo de Peter Millward (2011); ou a “posse moral e simbólica” que os torcedores acreditam ter sobre essas instituições, encontrados em textos de Ramon Llopis-Goig (2012) e Peter Kennedy (2012). Ainda que se trate de uma questão mais ilustrativa, inclusive contando com a rejeição dessa abordagem por alguns autores, o que nos interessa aqui é perceber esse elemento a partir da ação concreta dos torcedores, não apenas como um sentimento que se expressa nos cantos ou nas declarações apaixonadas.

Uma análise sobre as formas de expressão política dos torcedores demanda um olhar mais aguçado para as práticas da vida cotidiana, deslocando-o de um espaço superestrutural, institucional ou correspondente apenas aos grandes grupos políticos e econômicos, para perceber esses processos de mudanças em suas ocorrências menores, simplórias, tateis, quando essas mudanças ocorrem no plano do cotidiano.

Recorre-se então ao cotidiano como um conceito operacional que permite uma análise crítica do real, onde se detecta o “vivido” no processo de produção do espaço (LEFEBVRE, 2008, p.22). É onde percebem-se as relações de dominação e de apropriação: a imposição normativa de ordem política e econômica frente às formas de subversão muitas vezes silenciosas e subterrâneas, mas decisivas na transformação do espaço (LEFEBVRE, 1991, p.31).

A todo instante, torcedores de futebol demonstram reações, insatisfações, desvios e inquietações aos padrões impostos pelo processo de mercantilização, principalmente no que tange à faceta mais recente do futebol-negócio. Pequenas reações individuais, como reagir aos maus resultados, estão intimamente ligadas às transgressões corpóreas coletivas, como o ato de se recusar a assistir a um jogo sentado, como reza a cartilha das novas arenas. Invadir o campo de jogo para a comemoração de um título, igualmente transgressor, é uma ação coletiva que pode mobilizar os mesmos segmentos

da torcida que protestam contra a mudança do estádio do clube. O uso excessivo do álcool antes de uma partida onde o seu consumo é proibido, talvez sinalize potências contestadoras significativas, como a luta contra a venda do clube para um investidor estrangeiro.

Optar por analisar o cotidiano como espaço político possibilita compreender as diferentes formas de mobilizações torcedoras dentro da mesma chave: sejam elas reações individuais ou coletivas, revoltas violentas ou pacíficas, movimentos espontâneos ou organizados, empreitadas vitoriosas ou fracassadas, restritas a uma única circunstância ou planejadas ao longo de anos, a abordagem sugerida é a percepção do papel dos torcedores dentro da dinâmica de apropriação do espaço na dinâmica de produção do clube e do estádio.

Michel de Certeau (1998, p.97), outro pensador do cotidiano, muito influenciado pela filosofia do supracitado Henri Lefebvre, define os conceitos de “estratégias” para alinhar, dentre outras possibilidades e ao que nos interessa, o estabelecimento de uma ordem, um cálculo de relação de forças, uma base de funcionamento dado por alguém ou algo que detém poder. As “táticas”, de maneira contrária, são as possibilidades de desvios e brechas dentro desse contexto. Essa diáde foi utilizada para pensar as relações estabelecidas entre os produtores e “não produtores” da cultura, sugerindo uma dinâmica muito mais complexa na esfera do consumo da indústria cultural, pertinente ao período histórico de formulações que especulavam sobre a decadente passividade dos consumidores das culturas de massas. Certeau entendia por “artes do fazer” esses “procedimentos populares (também ‘minúsculos’ e cotidianos)” que “jogam com os mecanismos de disciplina e não se conformam com ela a não ser para alterá-los” (1998, p.41), os processos mudos aos quais os dominados contrariam a ordenação sociopolítica.

Distinguia, entretanto, essa “arte” do que seria a “ação”, medidas organizadas e planejadas por uma organização de pessoas. O que aqui se defende é que a “ação” está sempre relacionada e alimentada pela “arte”, dado que a primeira não existe sem a segunda. É quando se tem uma compreensão mais profunda dos anseios e desgostos do sujeito comum que se potencializa a mobilização social. Traduzindo para o caso aqui estudado: é no domínio das dinâmicas da identidade relacionada ao pertencimento clubístico (e também ao afeto pelo estádio) que se formam os ativismos torcedores que contestam os processos de mercantilização do futebol e a clientelização do público.

Antes de iniciar nossa incursão sobre os casos de mobilizações de torcedores em seis países, primeiro passaremos por uma contextualização das suas materialidades político-econômicas, que determinam as possibilidades dessas organizações.

Contextos político-econômicos

Um estudo político dos clubes de futebol demanda um domínio mais amplo dos contextos político-econômicos nos quais eles estão inseridos. Tanto do ponto de vista macroeconômico, quanto na esfera da análise da indústria do futebol local (o que em outras abordagens poderia se chamar “cadeia

produtiva”), essas particularidades são cruciais para a compreensão de determinados fenômenos de caráter particular, e de outros mais gerais. Aqui vamos focar nas leis (ou na ausência delas) que buscaram converter os clubes em empresas. O processo de empresarização dos clubes, como dito anteriormente, iniciado na Itália, não se reproduz da mesma forma nos países europeus e sul-americanos, ganhando ressalvas jurídicas, modelos híbridos ou compensações diversas (SUPPORTERS DIRECT, 2009).

Embora o Brasil tenha experimentado, sem sucesso, alguns casos de clube em formato de sociedade anônima nos anos 1990, o panorama geral ainda é de uma imensa maioria de clubes em formato de associação civil. Desse modo, os principais clubes do Brasil estão sob o caráter jurídico de associação civil sem fins lucrativos, onde quase não há a situação de aderência aos preceitos aplicados pela Lei 9615/1998, também conhecida como Lei Pelé, que buscava implantar o modelo de clube-empresa no país. A expectativa não se consumou (uma vez que deixou de ser obrigatória, passada a sua discussão no Congresso), e essas instituições seguem assentadas em um modelo em que os sócios elegem ou compõem um conselho deliberativo e um conselho diretor.

Diferente do que acontece (ou acontecia) em outros países aqui listados, as associações civis brasileiras são mais restritivas quando se trata do acesso aos “direitos políticos”. Os “sócio-torcedores” não gozam dos mesmos direitos que títulos como “sócio proprietário”, “sócio remido”, etc; fazendo com que os clubes brasileiros preservem um antigo caráter elitista e restritivo (SANTOS e SANTOS, 2018). O tema das sociedades anônimas no futebol voltou à baila no ano de 2019, mas sem definição mais concreta até o fechamento desse artigo.

Na Argentina o panorama já é distinto, uma vez que as associações civis são em grande medida relacionadas a clubes com grande quadro associativo. Com um panorama mais democrático e acessível, os sócios dos clubes argentinos participam de eleições com colégios, em alguns casos, vinte vezes maior do que os clubes com as maiores torcidas do Brasil. Essas eleições são promovidas em assembleias eleitorais que ultrapassam os 20 mil votantes, em grandes mobilizações políticas que determinam os rumos do clube. Esse histórico de inserção dos sócios nos debates políticos do clube está na raiz da incapacidade de determinados atores políticos e econômicos argentinos de implantar uma lei de transformação dos clubes em sociedades anônimas até hoje, como falaremos mais adiante (DASKAL e MOREIRA, 2018).

O Chile, apesar de não ter sido o primeiro país a aprovar uma lei nesse sentido, foi o pioneiro nesse processo, quando promulgou em dezembro de 2005 a lei das “*sociedades anónimas deportivas profesionales*” (SADP). Sua estrutura associativa era até então muito próxima à argentina, mas uma série de movimentações políticas – algumas inclusive suspeitas – acabou por tornar os clubes locais em sociedades anônimas, nas quais as associações civis (clubes sociais) passaram a ser acionistas minoritárias e ter um peso quase que insignificante nessas empresas. Essa situação, junto a uma série de medidas internas aos clubes, mudou o cenário do futebol chileno, causando um esvaziamento drástico dos quadros associativos dos clubes e um afastamento cada vez maior do torcedor dos seus círculos decisórios. O caso que trataremos adiante se remete exatamente a esse fenômeno (MUÑOS e GONZALEZ, 2015).

Passando para os países europeus, perceberemos três diferentes vertentes do processo de empresarização dos clubes. Em Portugal a lei, desde 1996, obrigou aos clubes do primeiro e segundo escalão nacional a adotar a figura jurídica de Sociedade Anônima Desportiva (SAD). Diante da dificuldade de muitas dessas agremiações em viabilizar suas SADs, aprovou-se uma nova legislação posterior que criava a figura de Sociedade Anônima Unipessoal por Quotas (SDUQ), que permitia ao clube fundador (a associação) ser o acionista unitário da empresa futebolística. Na primeira divisão nacional, a ampla maioria adota o modelo de SAD, onde associação e alguns investidores privados compartilham as ações em variados graus, sendo que alguns ainda estão sob o controle majoritário da associação civil. Enquanto isso, outros estão sob o controle majoritário de um investidor, o que ocorre em boa parte dos clubes de médio e pequeno porte. Por lei, as ações das SAD's devem pertencer à associação civil em ao menos 10% (SUPPORTERS DIRECT, 2009).

Na Espanha, em 1990 se cria a lei de sociedades anônimas desportivas (SAD) que, assim como em Portugal, obriga os clubes de primeira e segunda divisão a se converterem em empresas. A diferença crucial reside no fato de que toda a instituição deveria ser inserida nessa nova empresa, diferente dos portugueses, que puderam escolher o que poderia permanecer como patrimônio da associação (como estádio, categoria de base, etc), para além do futebol profissional. Só estariam liberados de converter-se interiramente em SAD aqueles clubes que estivessem com suas contas saneadas desde 1985 – e nesse caso nos referimos apenas a Real Madrid, Barcelona, Athletic Bilbao e Osasuna. A todos os outros, restou uma compensação: os então sócios foram priorizados na compra das ações, tornando-se agora um grande conjunto de pequenos acionistas da SAD do clube. Com o tempo, como já se esperava, imensa parte dessas ações foram vendidas para grandes investidores, enquanto uma pequena parte restou pulverizada em centenas de torcedores-acionistas (LLOPIS-GOIG, 2015).

Na Alemanha, o debate de transformação dos clubes em empresas ganha contornos políticos intensos, pois confronta a própria constituição histórica das associações civis, que vão muito além dos clubes esportivos. Em 1996 estabelece-se a Lei dos 50%+1, que exige que das ações da empresa, a parte majoritária, e portanto controladora, pertença à associação civil. Com algumas poucas exceções a se considerar, a ampla maioria dos clubes importantes do país seguem essa regra, apenas negociando ações para eventuais investidores sob a tutela e controle dos associados. Apesar de algumas investidas recentes para a alteração na lei, o quadro geral é de manutenção (MERKEL, 2012).

Dentro dos nossos seis casos, podemos estabelecer um escalonamento em dois sentidos: a) a configuração jurídica dos clubes e b) o grau de participação dos torcedores nos ciclos decisórios das instituições.

Quanto à configuração jurídica dos clubes, podemos assim sintetizar os principais clubes nos países escolhidos: 1) Brasil e Argentina mantiveram o formato de associação civil; 2) Portugal e Chile adotaram o modelo de sociedades anônimas desportivas onde a associação civil pode ser uma acionista; 3) A Alemanha elaborou uma legislação onde a associação civil tem a obrigatoriedade de manter-se dona da maior parte das ações do clube; e 4)

A Espanha eliminou a associação civil, convertendo o clube como um todo em uma sociedade anônima.

Já quanto ao grau de participação dos torcedores nos ciclos decisórios: 1) Espanha não possui qualquer margem para controle do clube pelos torcedores, apenas acionistas da sociedade anônima; 2) Brasil possui associações, em sua maioria, pouco acessíveis e permissivas ao direito político para torcedores comuns; 3) Portugal e Chile mantêm eleições para a associação civil, mas nem sempre essa detém o controle da sociedade anônima, sendo menor o grau de participação no país sul-americano; 4) Alemanha mantêm eleições amplas para a associação civil e ela dita as regras da sociedade anônima pela força da lei e 5) A Argentina possui um grau mais amplo de participação dos sócios na eleição das novas diretorias, possuindo eleições massivas.

Dada a contextualização, podemos entender como se dão as formações de movimentos de torcedores nesses países, a partir da análise de seis clubes.

Ativismos torcedores

Algumas obras reúnem pesquisas sobre “ativismos torcedores”, onde reflexões sobre as mobilizações são colocadas em evidência diante de uma perspectiva mais ampla. Boa parte delas está relacionada às reações quanto ao processo de mercantilização do futebol na atualidade, onde se insere a clientelização do público, com provocações quanto ao poder de decisão dos torcedores mais ativos. Dessas obras, vale destacar *“Football Fans, Activism and Social Change”*, de Dino Numerato (2018); *“Collective Action and Football Fandom”*, de Jaime Cleland (et al, 2018); *“Fútbol, modelos jurídicos y mercado”*, de Verónica Moreira e Rodrigo Daskal (2018), *“Spanish football and social change”*, de Ramón Llopis-Goig (2015); *“L’autre visage du supportérisme: autorégulations, mobilisations collectives et mouvements sociaux”*, de Thomas Busset (et al, 2014); *“Football Supporters and the Commercialisation of Football”*, de David Kennedy e Peter Kennedy (2013).

Essas obras contribuem para a composição do último passo desse artigo, que é a apreciação das formas de organização dos torcedores no Brasil, Argentina, Chile, Portugal, Espanha e Alemanha. Importante entender que dentro desses contextos também podemos encontrar grande variedade de estruturas de clubes, fazendo dos nossos exemplos, portanto, experiências que ajudam apenas a ilustrar um panorama mais amplo. As informações aqui contidas fazem parte de uma pesquisa doutoral que se desenvolvia quando da produção desse artigo, e dado o pouco espaço em um único artigo, serão sintetizadas ao máximo.

Diante dos nossos objetivos, vale iniciar a partir do caso do Hannover 96, clube de médio porte da Alemanha que vivenciou ao longo de anos uma tentativa de burla da lei dos 50%+1. Um megaempresário local, Martin Kind, acionista e então presidente do clube, travou longa batalha com a associação civil para ganhar o direito de compra total do clube, tornando-se um acionista majoritário, ao alegar que se enquadrava na exceção da regra que autorizava tal feito por um patrocinador que provasse ter mais de 20 anos na instituição. Essa brecha existiu para não excluir antigos clubes pertencentes a grandes

empresas locais, a exemplo do Wolfsburg (Wolksvagen) e do Leverkusen (Bayer), mas definitivamente não se enquadrava ao caso do Hannover 96. Mobilizados, sócios do clube recorreram à justiça e à mobilização em massa, protagonizando imensos protestos nos jogos, agregando apoio de diversos outros clubes europeus. Kind chegou a colocar em votação na própria Bundesliga a alteração da lei, mas não foi seguido por absolutamente nenhum outro presidente, sofrendo dura derrota.

O conceito por trás da lei alemã é “estabilidade, continuidade e proximidade dos torcedores”, o que nos leva a entender a importância da constante mobilização desses em reforço à regra dos 50%+1. Os sócios do Hannover 96 saíram vitoriosos contra Martin Kind principalmente por conta de uma estrutura política que lhes dá poder frente aos interesses de grandes investidores e que articula o pertencimento clubístico diante dos argumentos financeiros e suas promessas de grandes realizações esportivas. A fixação de limites sobre ao controle privado dos clubes serviu ao longo de mais de 20 anos como elemento central para a organização e resistência desses torcedores associados, movidos apenas pelo desejo de manter-se parte de um clube.

Passando então para o caso do Clube de Futebol Os Belenenses de Portugal, que nos serve a nível de comparação e melhor compreensão das diferenças entre os casos. A sua SAD, criada em 1999, passava por problemas financeiros, quando aprovou-se a venda de seu capital para a empresa CodeCity Sports Management, pertencente ao empresário Rui Pedro Soares. O clube decidiu vender as ações apenas do futebol profissional, resguardando o controle sobre a categoria de base e do Estádio do Jamor. No acordo inicial, previa-se que após determinado tempo o clube poderia recomprar essas ações, principalmente em caso de não alcance de algumas metas estabelecidas. Em uma dessas tentativas de recompra abriu-se uma batalha judicial onde a associação civil teve seus direitos negados com base em decisões suspeitas de um Tribunal Arbitral, que agiu a favor da empresa, rasgando o contrato inicial, com base em motivações totalmente descabidas.

Indignados com a derrota e a parcialidade da decisão, sócios de Os Belenenses, em decisão unânime tomaram a drástica medida de expulsar o time da SAD do Jamor, e criar uma equipe para atuar na última divisão do futebol português. Apelando para o sentimento clubístico, as lideranças do movimento conquistaram apoio da Fúria Azul e Grupo da Grade, as duas principais “cliques” do clube, deslegitimaram o clube da SAD, e atraíram os torcedores para os jogos da nova equipe que detinha os direitos sobre os símbolos históricos de Os Belenenses. A ação que parecia extrema e perigosa se consumou em uma pequena “revolução” dentro do futebol português, dado que os torcedores compraram a batalha, mantiveram-se associados e continuaram em apoio ao time que representa associação civil, negando-se a apoiar a equipe da Codecity.

Como pode se ver, o caso de Os Belenenses – apesar de não ser uma regra local – seria impensável na Alemanha. Mas serve para compreender a situação ainda mais grave que ocorre nos clubes da Espanha. Lá, partimos da experiência ocorrida no Sevilla Fútbol Club. Como dito anteriormente, a Lei das SAD espanhola garantiu aos antigos sócios do clube a passo de pequenas participações acionárias. No caso do Sevilla, cerca de 30% das ações do clube continuaram sobre o controle dos “acionistas de base”, como são chamados

os torcedores que resguardaram as suas participações. Para garantir uma cota acionária de 5%, e com isso possuir cadeiras nas assembleias de acionistas da SAD, esses torcedores promovem o processo de “sindicación de acciones”, configurando-se como uma espécie de representação política dos torcedores. Movidos pelo termo “sevillismo”, que provoca o pertencimento clubístico e a relação de confiança desses pequenos acionistas junto ao conjunto dos “aficionados”, o grupo Accionistas Unidos SFC promoveu protestos ao longo de 2019.

Suspeitava-se que os principais acionistas da SAD estavam promovendo a transferência do controle do clube para um grande investidor estrangeiro através da instalação de uma empresa no paraíso fiscal de Delaware. Caso se consumasse a aquisição de 50% das ações por um mesmo investidor, o histórico estádio Ramón Sánchez-Pizjuan, construído com doações dos torcedores na década de 1970 (quando o Sevilla ainda era uma associação), estaria passível de venda, dando que o controle do seu terreno estaria legalmente disponível para isso. Grandes manifestações com o mote “El Sevilla no se Vende” mobilizaram milhares de torcedores, dentre eles a Biris Norte, principal torcida do clube, o que freou as negociações e provocou manifestações públicas de diversos partidos políticos locais a favor dos torcedores, em compromisso com a proteção do estádio.

A Federación de Accionistas y Socios del Fútbol Español reúne hoje mais de 26 associações de acionistas minoritários, formando uma grande rede de apoio mútuo e luta por clubes democráticos. Essa característica muito particular espanhola, em que pesem as dificuldades de se conter o poder dos investidores frente à difícil tarefa de mobilizar torcedores detentores de ações (portanto, patrimônios financeiros de suas famílias), configura um aspecto muito interessante observação de mobilização política dos torcedores.

Na América do Sul o contexto das sociedades anônimas nos casos escolhidos se resume ao Chile, onde podemos destacar o ocorrido com o Club Social e Deportivo Colo-Colo. Como destacam Muños e González (2015) não é possível entender a transformação promovida no futebol chileno sem perceber a figura de Sebastián Piñera. Então senador, promoveu um processo de reinterpretação legal sobre a tributação dos valores de prêmios e contratos de clubes com jogadores, datado do ano de 1970. Essa mudança abrupta provocou um implacável endividamento dessas instituições, que não à toa foi acompanhado pela impulsão da lei das SADP pelo próprio Piñera, que já havia adquirido cerca de 8% das ações da empresa Blanco y Negro S.A, aquela que detinha a concessão do então “falido” Colo-Colo. Como sócio majoritário do clube mais popular do país, apesar de ser torcedor do clube Universidade Católica, Sebastián Piñera se elegeu presidente do Chile.

Em um plano mais amplo, a transformação dos clubes chilenos em empresas praticamente desestruturou suas associações, esvaziando-as. Se por um lado as estruturas físicas foram vendidas ou fechadas aos sócios, por outro a possibilidade de mudar os rumos da instituição eram quase ínfimas. Surge então o movimento de torcedores e sócios “Colo Colo de Todos”, que buscava reestabelecer a cultura associativa do clube, ao passo que contestava a Blanco y Negro S.A. Na segunda eleição disputada, o Colo Colo de Todos assume a diretoria, promovendo uma série de medidas para reestabelecer o quadro associativo da instituição, para buscar a recompra das ações da S.A e

para impulsionar um novo debate acerca da lei. Quase 15 anos após a sua promulgação, a lei das SADP chilenas vive seu momento de maior contestação, dado que os resultados esportivos são ínfimos no contexto internacional, os resultados financeiros são ainda piores, com clubes duas vezes mais endividados que antes e com total falta de transparência das empresas frente aos órgãos fiscalizadores. A reorganização das associações civis se mostra, então, como um passo importante dentro desse processo.

Por fim, em contextos distintos, as associações civis de Brasil e Argentina não lidam com a perda de seus controles sobre os clubes, mas também encontram conflitos de interesses entre torcedores e dirigentes. Como dito anteriormente, na Argentina as eleições são massivas, transformando os clubes em verdadeiras instituições públicas capazes de atrair interesses políticos diversos. Ao longo dos anos 2017 e 2018, uma intensa campanha de transformação dos clubes argentinos em sociedades anônimas desportivas se estabeleceu no governo do presidente Mauricio Macri, ele mesmo um ex-presidente do Boca Juniors, um dos maiores clubes nacionais. Macri passou a investir em grandes acordos com dirigentes de clubes, já que esse projeto deveria passar obrigatoriamente por aprovação na assembleia dos clubes da Asociación del Fútbol Argentina.

Esse projeto já havia sido rechaçado pelos torcedores nos anos 1990, e voltou a ser alvo de grandes mobilizações, principalmente através de uma organização chamada Coordinadora de Hinchas. Apesar dos grandes protestos desses, é importante entender que o foco maior das mobilizações precisava ser dentro dos clubes, juntos aos associados com poder de voto. Nesse caso se destaca o Racing Club de Avellaneda, que após uma grande crise nos anos 1990, chegou a instalar uma SAD “provisória”, medida que não deu grandes resultados e ficou como aprendizado.

Um dos maiores clubes do país, o Racing, era dirigido à época pelo empresário Victor Blanco, ao mesmo tempo um competente gestor que saneou as contas do clube e o tirou de um longo jejum de títulos, e também um declarado “macrista”. Seu voto, que parecia que seria decisivo a favor do projeto do seu aliado político, acabou por ser uma das primeiras e mais incisivas manifestações públicas de voto contrário à aprovação da lei das SAD. Contrariando alguns esperados interesses políticos do dirigente, a decisão acabou por acatar o interesse dos torcedores expressado com todas as letras no comunicado oficial do clube em 18 de outubro de 2018: o Racing “*expresa su deseo de continuar construyendo su destino a partir de la voluntad de su gente*”.

A nota seria divulgada após o anúncio feito em uma assembleia convocada pelos sócios com tal finalidade. Experiência pouco provável em grande parte dos clubes brasileiros, cujo “colégio eleitoral” é restrito a poucos sócios e mediado controlado por um conselho deliberativo ainda mais restritivo.

Para finalizar, vale apreciar o caso do Esporte Clube Vitória. Um dos poucos (e mais dramáticos) casos de clubes de massa brasileiros que criaram uma sociedade anônima no ano 2000, a agremiação passou por uma série de crises que lhe custaram o inédito rebaixamento para a Série C do Campeonato Brasileiro em 2005. Ainda que constituído por um quadro de sócios restritivo e um conselho formado por famílias que se perpetuavam no controle do clube

– dentre algumas delas os sobrenomes que fundaram o clube em 1899 –, o EC Vitória recomprou as ações do “Vitória S.A” e encerrou suas atividades. Voltaria a ter total controle do seu futebol profissional e da divisão de base.

Em 2010, uma série de agrupamentos de sócio-torcedores do clube se reúne para fundar o “Movimento Somos Mais Vitória”, que começa a discutir o processo de democratização da instituição. Mesmo com previsões estatutárias presentes na reforma do estatuto ocorrida no ano de 2008 (que visava enquadrar o clube no novo Código Civil, a Lei 10406/02), os sócios-torcedores eram alijados da participação no clube – ou mesmo, sequer sabiam desse direito. Após diversas derrotas e golpes políticos, com acesso negado a assembleias e processos eleitorais, apenas em 2016 os torcedores conseguem agregar alguns conselheiros para garantir nova regras eleitorais para o pleito daquele ano. Reunidos em uma mesma chapa, esses grupos garantem a vitória eleitoral, promovem uma imediata reforma estatutária, e garantem direitos políticos de voto e elegibilidade para todos os sócios-torcedores, que agora passariam a escolher um novo conselho deliberativo e um novo conselho diretor a cada 3 anos.

Em que pesem as sérias disputas políticas que ocorreram no clube nos anos seguintes – com a queda de dois presidentes em 2 anos –, a escolha de uma nova direção ocorreu pelo crivo dos seus sócios, boa parte deles egressos das arquibancadas do estádio do Barradão. Um caso raro no futebol brasileiro de clube que adotou um estatuto democrático e aberto, após um longo processo de mobilização da torcida.

Considerações finais

Como vimos, as últimas décadas marcaram a consolidação de um conceito de futebol-negócio que visa converter clubes em empresas e a desestimular o pertencimento clubístico em detrimento de uma relação mais fluida e comercial. Ainda assim, testemunha intensos processos de mobilização coletiva que se respaldam em sentimentos coletivos de legítima propriedade sobre a instituição.

Neste artigo buscou-se oferecer apontamentos para um estudo político dos clubes de futebol em três frentes: na abordagem do cotidiano como um conceito operacional que desloca as análises políticas para uma outra esfera, das relações das pessoas comuns movidas por seus anseios e interesses; na investigação dos contextos político-econômicos nos quais estão inseridos os clubes a serem estudados, compreendendo as suas configurações jurídicas e estatutárias, que podem variar entre associações civis sem fins lucrativos ou sociedades anônimas desportivas; e, por fim, na observação das experiências de ativismos torcedores, que dependem do item anterior, mas estabelecem relações particulares aos seus clubes, às suas histórias e às suas capacidades de trabalhar com os sentimentos de pertencimento ao clube e afeto pelo estádio frente à massa dos torcedores.

Trabalhou-se com os casos do Hannover 96 da Alemanha, do Sevilla Fútbol Club, na Espanha, com o Clube de Futebol Os Belenenses, em Portugal, com o Club Social e Deportivo Colo-Colo, no Chile com o Racing Club de Avellaneda, na Argentina e com o Esporte Clube Vitória, no Brasil. A

diversidade dos países escolhidos permite uma leitura mais ampla, capaz de exemplificar diferentes realidades onde esses ativismos torcedores se estabelecem, atingindo os objetivos propostos pelo artigo.

O estudo da política no futebol permite diversas abordagens, dentro das quais esse artigo oferece uma nova linha, onde julga-se o crescimento das experiências a serem estudadas e apreciadas no Brasil, principalmente após o ciclo de megaeventos esportivos, da instalação de novos equipamentos que são as arenas multiuso, e da constante influência das perspectivas dessa atual fase do futebol-negócio.

Referências bibliográficas

BUSSET, Thomas; BESSON, Roger; JACCOUD, Christophe (Orgs.). *L'autre visage du supportérisme: autorégulations, mobilisations collectives et mouvements sociaux*. Berne: Peter Lang, 2014. 160 p. (Savoirs Sportifs, v. 6)

CLELAND, Jaime; DOIDGE, Mark; MILLWARD, Peter & WIDDOP, Paul. *Collective Action and Football Fandom: A Relational Sociological Approach*. Palgrave Studies in Relational Sociology. Palgrave MacMillan, Basingstoke, 2018.

DAMO, Arlei Sander. *Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores*. 1998. 247 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

DAMO, Arlei. Paixão partilhada e participativa – o caso do futebol. In: *História: Questões & Debates*, Curitiba, n. 57, p. 45-72, UFPR, 2012.

DASKAL, Rodrigo e MOREIRA, Veronica. *Clubes argentinos*. Debates sobre un modelo. UNSAM edit. Buenos Aires, 2017.

GIULIANOTTI, R. Fanáticos, seguidores, fans e flaneurs: uma taxonomia de indentidades do torcedor no futebol. *Revista História do Esporte*, 5, p. 25-46. 2012.

LLOPIS-GOIG, Ramón. *Spanish football and social change – Sociological investigations*. Londres, Palgrave Mcmillan, 2015.

KENNEDY, Peter e KENNEDY, David. *Football Supporters and the Commercialisation of Football: Comparative Responses across Europe*. EUA e Canada: Routledge, 2013.

LEFEBVRE, Henri. *The Production of Space*. Oxford, RU e Cambridge, EUA: Blackwell, 1991.

LEFEBVRE, Henri. *Critique of Everyday Life, Volume III: From Modernity to Modernism*. Trad. Gregory Elliott. Londres: Verso, 2008.

MERKEL, Udo. Football fans and clubs in Germany: Conflicts, crises and compromises. *Soccer & Society*, vol. 13, n. 3, p. 359-376, 2012.

MUÑOZ, Sebastián Campos e GONZÁLEZ, Patricio González. *Sociedades anónimas deportivas: el ocaso del fútbol social*. Santiago, Chile: Universidad de Chile - Instituto de Comunicación e Imagen, 2015

NUMERATO, Dino. *Football Fans, Activism and Social Change*. Abingdon: Routledge, 2018.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *Esporte-Espetáculo e Futebol-Empresa*. 1998. 275 f. Tese (Doutorado em Educação Física). Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Democracia torcedora versus Vantagens consumistas: uma análise da associação clubística em tempos de futebol-negócio. *Mosaico*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 14, p. 246-261, jul. 2018. ISSN 2176-8943. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/mosaico/article/view/74084/73215>>. Acesso em: 01 Jul. 2019. doi:<http://dx.doi.org/10.12660/rm.v9n14.2018.74084>.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz. *Clientes versus Rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno*. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SUPPORTERS DIRECT. *What is the Feasibility of a Supporters Direct Europe?*. Londres, 2009.

TOLEDO, L. H. Políticas da Corporalidade: Socialidade Torcedora entre 1990-2010. In: TOLEDO, L. H.; MALAIA, J.; HOLLANDA, B. Buarque de; MELO, V. Andrade de (org.). *A Torcida Brasileira*. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2012.

TOMLINSON, Alan; YOUNG, Christopher (orgs). *German Football: History, Culture, Society and the World Cup 2006*. Abingdon, Oxford, UK: Routledge, 2006.

Recebido em 13 de setembro de 2019
Aprovado em 21 de novembro de 2020