

“Quanto vale um talento? Uma análise antropológica sobre o dom no futebol”

Autor: Júlio César Jatobá Palmiéri¹ – PPGAS - UFSCar

Os jogadores de futebol profissional são possuidores de talentos variáveis, fator que os distingue numa escala mercadológica que dinamiza a troca no universo futebolístico. Sob a ótica do futebol modernizado e do clubismo, ao talento, que é algo inato e intransferível, são agregados muitos outros valores, sobretudo de ordem simbólica. Na tentativa de aproximar algumas das relações propostas pelo dom *maussiano* ao quadro sócio-político e econômico da modernidade, veremos que são diversos os fatores que influenciam no processo de valorização dos atletas e, consequentemente, na sua circulação pelo mercado esportivo.

O que os tornam objetos de desejo de um clube de futebol é seu dom, aqui denominado *dom futebolístico*, arraigado principalmente pelos capitais futebolísticos e reconhecido pelo conjunto de atores que circunscrevem o campo do futebol de espetáculo. Esse dom é visto de diferentes maneiras por dirigentes, torcedores, cronistas esportivos e, mais ainda, familiares, que o buscam para viabilizar seu conteúdo simbólico na busca por dinheiro, *status* e prestígio com a conquista de taças e títulos ou numa possível negociação do vínculo trabalhista. Diante de uma rede social tecida pelos atores sociais definidos, essa dádiva, na modernidade, “está de certo modo embutida na compra e na venda, e não paralela ou independente desta” (Lanna, 2000).

Não é possível fazer qualquer análise sobre a teoria do dom sem que nos atentemos para outras sociedades que agregaram ao conhecimento antropológico, e por extensão e contraste ao modo de vida das sociedades ocidentais, um vasto conhecimento sobre formas de troca, as ditas sociedades primitivas. O escopo teórico da disciplina foi enriquecido quando nos dedicamos ao estudo desses povos e é necessária maior atenção ao menos em parte desses escritos antes de tentarmos problematizar o dom entre nós e, particularmente, no universo esportivo futebolístico. Muitos são os exemplos e temos

¹ Mestre em antropologia social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (UFSCar) e doutorando em Antropologia Social no PPGAS – UFSCar.

0068 - Júlio César Jatobá Palmiéri

condições de apenas relermos algumas dessas teorias; o objetivo aqui é analisar uma bibliografia que, embora não trate especificamente de um tema base para o presente trabalho, nos serve de reflexão sobre alguns conceitos chave, como dinheiro, troca, dom/dádiva e relações de mercado, ainda que em contextos etnográficos distintos. Como veremos, alguns destes textos discutem diretamente tais conceitos, e outros o fazem em relação direta à literatura *marxista* e *maussiana*, o que nos ajuda a entender como as ações de nossos atores influenciam na movimentação do mercado futebolístico atual.

Bevilaqua (2008) é uma das autoras que nos ajuda a entender melhor a questão ao escolher um certo caminho teórico quando busca analisar as distinções entre a troca de dons e a troca de mercadorias. Ela aponta que mesmo mercadorias tidas como dons, trocados dessa forma – como objetos de família, transferidos hereditariamente através das gerações – podem assumir um papel de objetos alienados e passarem a ser comercializados no mercado. Se Appadurai (2008) considera que a troca de dons é um tipo específico da troca de mercadorias, Bevilaqua defende a ideia de que ambos os tipos de troca seguem a linha de raciocínio estabelecida por Lévi-Strauss em sua leitura sobre os escritos de Mauss acerca da dádiva, qual seja, de que tais “arranjos institucionais antitéticos” mercadológicos têm suas profundas raízes na economia do dom, já que se tratam de relações inerentemente sociais. É a partir dessa ideia que a autora prefere contrastar-se a alguns autores e conceituar o mercado moderno como uma atualização particular do dom.

Esse caminho também foi tomado por Lanna (1995) quando buscou mostrar como a patronagem no nordeste brasileiro e o Estado ali presente se constituem por meio de “prestações totais” que resultam em reciprocidade e hierarquia, mesclando elementos tradicionais que se fundiram às ordens do mercado. Seguindo essa linha de pensamento, vemos o dom futebolístico inserido no mercado de trocas comerciais modernas: é algo inalienável e difícil de ser quantificado, mas que é colocado em circulação no mercado esportivo do futebol de várias maneiras, levando os jogadores a diversos caminhos e criando e desfazendo relações sociais neste percurso.

Ambos os mundos, o dos dons e o das mercadorias, são comparáveis se percebermos que há correspondência entre o fetichismo que lhes é imposto, da mesma forma que há correspondência entre tais fetichismos e aquele imposto ao dinheiro que é capaz de gerar mais dinheiro. Nas sociedades para o dom os objetos assumem o papel das pessoas ao circularem, se comportando como sujeitos. Em paisagens sociais

0068 - Júlio César Jatobá Palmiéri

capitalistas, onde há obrigação de vender e comprar, são as pessoas que são tratadas como objetos, o que parece ser o nosso caso. “Não são mais os seres humanos que agem uns sobre os outros, uns com os outros, por intermédio das coisas; são as coisas, e os espíritos que as animam, que agem doravante sobre elas mesmas, por intermédio dos humanos” (Godelier, 2001. p.162).

Para analisarmos o dom futebolístico e tentarmos quantificar seu valor, nos apoiamos em Godelier (Idem), que faz uma grande retomada dos conceitos de Mauss acerca do dom antes de apresentar suas próprias ideias. Dessa maneira, como estamos propondo neste trabalho, o dom futebolístico pode ser visto como o dom *maussiano*, já que o caráter pessoal do dom

“não desaparece necessariamente mesmo quando entre aquele que dá e aquele que recebe não existe nenhuma relação pessoal direta, nenhum conhecimento mútuo e mesmo quando há intervenção de intermediários” (Godelier, Idem, p.25).

Quando um jogador de futebol profissional se transfere de um clube a outro, “coisas e pessoas tomam o lugar umas das outras e estas transferências produzem, entre os indivíduos e os grupos que são seus protagonistas, relações sociais particulares, fontes de um conjunto de direitos e obrigações recíprocas” (idem, p. 70). Ao que nos parece, isso ocorre com jogadores e seus respectivos *dons*: são direitos inalienáveis, mas algo que pode ser cedido, ou melhor, seu uso pode ser cedido, mediante contraprestação monetária e outras formas de remuneração, digamos, mais intangíveis, porém não menos definidoras do talento, como carisma, dedicação nos treinamentos, profissionalismo dentro e fora das quatro linhas, etc. Temos diversos exemplos de sociedades antigas e modernas que pensam da mesma maneira sobre seus bens, como sobre a terra, por exemplo. Godelier, analisando as ideias de Mauss, afirma:

“A coisa ou a pessoa dada não é alienada. Dar é transferir uma pessoa ou uma coisa, da qual se cede o uso, mas não a propriedade (...) Dons e contradons criam um estado de endividamento e de dependência mútuos que oferece vantagens para cada uma das partes (...) O dom não é apenas um mecanismo que faz circular os bens e as pessoas (...) É também, mais profundamente, a condição da produção e da

reprodução das relações sociais que constituem o arcabouço específico de uma sociedade e caracterizam os laços que se tecem entre os indivíduos e os grupos” (Idem, pp. 75-76).

O *dom futebolístico* funciona da mesma maneira. Quando se transfere para um clube, o jogador cede seu *dom*, ou seja, cede sua capacidade de jogar profissionalmente. Em contrapartida, o clube lhe paga salário, não sem antes pagar uma quantia em dinheiro ao clube anterior, que lhe dá o direito de “alugar” os direitos federativos do atleta. A partir disso, relações são criadas entre atleta, clube e torcedores, relações essas que são exacerbadas pela mídia, atingindo cada vez mais pessoas.

Todas essas observações precisam ser analisadas tendo como base o que hoje se convencionou chamar de “futebol de espetáculo”. Copartícipe daquilo que Elias chama de processo civilizador, no qual não só o domínio dos entretenimentos e a dimensão lúdica, mas todas as demais esferas da vida social ao longo da Idade Moderna foram se coadunando com aquilo que o autor define por parlamentarização da vida pública, ou seja, a produção de mediações formais e informais, institucionalizadas (políticas) e comportamentais (etiquetas, por exemplo), coletivas e individuais (equilíbrio das pulsões), foram paulatinamente e de modo não planejado alterando o modo de vida moderno, levando às noções como igualdade e democratização. E no futebol tal processo o levaria ao regime profissional, com a conseqüente consolidação da indústria do espetáculo esportivo ao longo do século XX; neste período, foram fundadas as grandes confederações que dirigem o esporte no mundo: FIFA, as confederações continentais e as demais federações nacionais.

Esse futebol, assim, é organizado, de forma monopolista e globalizada, pela FIFA, que controla seis confederações continentais e duzentas e sete federações nacionais, associada à *International Board*, entidade coirmã que define as regras do esporte. Esse controle monopolista exercido pela FIFA à frente do futebol mundial é claro e incontestável, já que não há futebol profissional fora deste círculo mantido pela entidade. Além disso, temos hoje o futebol *flair play*, que impõe ao esporte e a seus profissionais um modo de jogar no qual as regras são seguidas à risca e tudo não passa de um jogo. Neste futebol há uma clara e forte divisão do trabalho, de atletas a dirigentes, passando por torcedores e imprensa. Esses atores estão envolvidos em todos os níveis da vida sócio-futebolística, direta e indiretamente, fazendo o mundo do futebol girar: torcedores que compram ingressos, produtos e notícias; dirigentes que

administram clubes e montam times; mídia especializada que acompanha e reproduz grande parte do que acontece, de forma cada vez mais detalhada; e atletas que fazem gols, são valorizados e circulam no mercado do futebol pelo *dom* que possuem.

Pesquisa de Campo

Após tratarmos o *dom* por um viés teórico, passemos agora a demonstrar, paralelamente, como todo esse arcabouço foi observado na prática, através da pesquisa de campo que foi realizada. Como fenômeno global da vida social moderna, o futebol obriga o pesquisador a estar atento às diferenças e semelhanças entre aspectos globais e locais. De acordo com Marcus (1991), etnografias que analisam sociedades modernas são obrigadas a abandonar uma análise que se debruça sobre a experiência vivenciada em nível local e adotam um ponto de vista global. Isso faz com que elas pensem como as identidades coletivas e individuais interagem nos lugares onde o pesquisador realiza sua pesquisa. Este parece ser nosso caso: “como, nos contextos locais convencionais conhecidos no curso da pesquisa etnográfica, uma diversidade paradoxal emerge em um mundo que é destacadamente transcultural” (Marcus, 1991, p. 200).

Dessa forma, e diante deste quadro, durante parte dos quase dois anos de pesquisa de campo, pude acompanhar de perto alguns dos jogos e treinamentos de quatro times do futebol brasileiro: o São Carlos FC, a AA Ponte Preta, o São Paulo FC e a SE Palmeiras. Os treinamentos acompanhados *in loco* confirmaram a noção de que são eventos que vivenciam uma escala reduzida do espetáculo. Durante a semana, os jogadores trabalham no campo, aprimorando o *dom* através do desenvolvimento de seus capitais futebolísticos, num processo que é influenciado pela imprensa esportiva, torcedores e familiares – quando sua presença é permitida pelo clube. Além de serem destinados a manutenção técnica e física dos atletas no cotidiano,

“eles [os treinamentos] constituem (...) um *lócus* simbólico privilegiado que se contrapõe ao domínio ritual das partidas, na medida em que consistem no avesso dos ritos, pois referendam a dimensão cotidiana como temporalidade privilegiada, o que, de certa maneira, contraria as análises mais canonizadas a respeito do futebol concebido predominantemente como um momento ritualizado” (Toledo, 2002, p.131).

Tais atividades se realizam, como vimos em três dos quatro clubes visitados, nos respectivos Centros de Treinamentos: estes são como laboratórios científicos (Latour, 1997) que permitem inúmeras maneiras de se treinar um conjunto de atletas e diferentes métodos a serem utilizados por treinadores, médicos, fisioterapeutas e fisiologistas, no constante processo de polimento do dom. A estrutura do clube é um fator a ser analisado, tão importante para a produção de atletas, a partir de seu dom, quanto à estrutura de um laboratório para produção científica. “Se o contador gama quebra, será difícil medir a radioatividade a olho nu” (Idem, p.62). Além disso, com seu advento, separou-se o local onde esse processo é afirmado dia após dia do assédio dos torcedores, dos sócios do clube e da própria imprensa, que precisa seguir regras impostas nestes lugares para exercer seu trabalho.

Além de etnografar o cotidiano de clubes profissionais de futebol em seus respectivos Centros de Treinamento, conversei também com alguns agentes de futebol, categoria essa cada vez mais responsável pela circulação de atletas pelo mercado esportivo. Com o fim do passe, a responsabilidade de conseguir um emprego em um clube caiu sobre as costas dos jogadores, pois basta que eles façam um bom trabalho, que joguem bem e conquistem títulos para serem reconhecidos e chamarem a atenção dos clubes para assinar um bom contrato. De certa maneira, os agentes se tornaram importantes exatamente neste momento, pois possuem contatos nos clubes e ajudam os atletas a “abrirem as portas” para a assinatura de um contrato vantajoso.

A profissão de agente de futebol foi regularizada pela entidade que comanda o futebol, criando os agentes FIFA. Há um teste anual no qual a FIFA se responsabiliza por formular quinze questões envolvendo legislação esportiva sobre transferências, regulamentos, portarias, etc. Outras cinco questões são formuladas pelas respectivas confederações nacionais, envolvendo a legislação específica do país. A prova toda vale quarenta pontos, com pesos diferentes, de um a três pontos. É necessário marcar vinte e seis pontos para ser aprovado. Uma vez credenciado, o agente precisa renovar sua licença a cada ano, através de pagamento à FIFA.

Segundo o site da FIFA, no Brasil há duzentos e cinquenta e cinco agentes cadastrados – em 2007, havia cento e noventa. Na Itália, país com maior número de profissionais deste tipo, são quinhentos e sessenta e dois. Muitos agentes estão buscando a credencial, já que os clubes europeus estão exigindo negociar apenas com agentes FIFA. Hoje em dia é praticamente impossível negociar jogadores com os

0068 - Júlio César Jatobá Palmiéri

chamados “clandestinos”, embora eles continuem a trabalhar no mercado, seja agenciando atletas como os credenciados fazem, seja trabalhando como olheiros/observadores de outros agentes ou clubes

Como apontado acima, o processo de lapidação do *dom futebolístico* é constante, exercitado diariamente por todos os envolvidos no entorno do jogador. Particularmente, os agentes podem ser vistos como sendo os técnicos fora de campo, ou seja, estariam numa posição simétrica àquela ocupada pelos treinadores, que se dedicam ao apuro técnico dos capitais futebolísticos, porém fora das quatro linhas. São como técnicos para o mercado, portanto, ajudando os atletas no controle de suas finanças, no trato com os torcedores e imprensa, no cotidiano de suas famílias etc. Nos CT's, os jogadores estão ouvidos ao treinador; fora deste local, são os agentes que ocupam essa lacuna.

As multifaces do dom futebolístico

A característica principal do *dom futebolístico* é mostrar-se multifacetado. Clubes, atletas, agentes, torcedores, imprensa e familiares dividem-se no diário processo de desenvolvimento do dom futebolístico ao longo da carreira dos jogadores. Esse caráter mostrou-se evidente quando da análise etnográfica: vimos, então, o tripé formado pelas noções de *valor*, *talento* e *carisma* que se ligam ao *dom* dos jogadores.

Aproximando a noção de *dom futebolístico* ao conceito de talento, Damo (2007) propõe que este seria o “algo”, o “jeito”, aquela “coisa a mais” que um garoto precisa ter para chamar atenção e se destacar entre os inúmeros que aspiram uma carreira de sucesso no mundo do futebol. Este termo preenche um espaço difícil de ser ocupado: é algo vazio de sentido, sendo que a situação faz definir seu real significado. O talento, aqui, é arraigado pelos capitais futebolísticos e diz respeito a capacidade técnica que o atleta precisa apresentar, além da posse de outros tipos de capitais (capital simbólico, principalmente), o acesso a um centro de formação (uma escolinha de futebol, por exemplo) e demais disposições físicas, psíquicas e sociais que vão além do fato de saber jogar futebol. Esse talento, assim, pode gerar dividendos econômicos à medida que é reconhecido, tornando-se trocável por dinheiro. É aqui que se inicia o processo de circulação e valorização dos talentos/dons dos jogadores de futebol. Para atuar num clube vencedor, disputar os principais campeonatos de futebol – nacionais ou internacionais – e ser reconhecido e idolatrado pelos torcedores, os jogadores precisam comprovar tal capacidade constantemente.

O segundo elemento diz respeito ao valor dos jogadores de futebol e está ligado aos agentes de atletas, que buscam jogadores ou aspirantes a jogadores que apresentem características que agreguem valor ao seu talento. Em todas as conversas que tive com agentes de futebol, ficou claro que, para agenciar um atleta, é necessário procurar perspectiva de valorização no futuro. É isso que faz com que, cada vez mais, crianças e adolescentes sejam assediados por agentes em busca de um contrato, mesmo quando a legislação não permite. Uma passagem relatada por um de nossos interlocutores mostra bem esse caso: a APK Sports, empresa de agenciamento de atletas que tem como um de seus sócios o agente FIFA Gianfranco Petruziello, levou para Curitiba um garoto de apenas doze anos de idade, junto com toda sua família, para jogar no Coritiba FC. Esse é apenas um dentre inúmeros exemplos de como funciona esse mercado de atletas.

O terceiro e último elemento a ser analisado é o que comumente denominamos carisma. De difícil definição, este conceito muitas vezes é associado à dimensão mais intangível do *dom*, àquilo que não conseguimos definir de forma exata e que pode ser encontrado em diversas sociedades, de maneiras variadas. Mauss (2003), ao analisar a circulação da dádiva em algumas sociedades ditas primitivas, fala em honra e prestígio. Pois bem, numa troca que envolve dons, quem angaria mais prestígio? Aqueles que possuem a capacidade de doar e não acumular de modo mesquinho. Os chefes tribais exercem muito bem este papel, pois seus atos prendem a todos numa teia de relações recíprocas ao doar algo que é de difícil retribuição. Aproximando essa noção de prestígio, ou de honra, das quais Mauss tanto fala, à noção de *carisma*, percebemos quão comumente este termo aparece. O *carisma* pressupõe a existência de uma aura mística que liga os atletas aos torcedores, definindo seu *status* perante aqueles que acompanham muitas vezes de modo fanático esse esporte.

Assim, o importante aqui é notarmos que essas três facetas que se relacionam ao *dom futebolístico* apontadas acima aparecem como ligação, pois comentam relações que não estão dadas *a priori*, mas que podem ser verificadas na sua operacionalidade. É importante notar que a apreensão destas relações precisa levar em consideração que elas, em alguma medida, se equivalem mas, ao mesmo tempo, se afastam na concretude das relações que as suportam. Esse quadro nos ajuda compreender um pouco melhor como o Valor do dom é definido e decantado pela observação. A categoria, portanto, é fatiada e aparece na forma de outras, pois somente assim captura alguma dinâmica das relações que são importantes para dar conta da complexidade que circunda o universo simbólico do futebol.

Referências Bibliográficas

AIDAR, A.C.K., LEONCINI, M.P., OLIVEIRA, J.J (Organizadores). **A nova gestão do futebol**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2002.

ALABARCES, P. (Compilador). **Peligro de gol: estudos sobre deporte y sociedad em America Latina**. Grupo de Trabalho: Deporte y Sociedad – Clacso (Consejo latinoamericano de Ciências Sociais), Buenos Aires, 2000.

APPADURAI, A. (Organizador). **A Vida Social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008.

ARAÚJO, R. B. **Os gênios da pelota: um estudo do futebol como profissão**. Dissertação de Mestrado, PPGAS-Museu Nacional, 1980.

BEVILAQUA, C. **O Consumidor e seus direitos: um estudo de conflitos no mercado de consumo**. São Paulo: Humanitas, 2008.

BOAS, F. **Antropologia Cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BOURDIEU, P. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

_____ **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2006.

_____ **Marginalia. Algumas notas adicionais sobre o dom**. Rio de Janeiro, Mana, Vol.2, N.2, 1996.

CARRIER, J. **Reconciling commodities and personal relations in industrial society**. J. Stor, Theory and Society, Vol. 19, N. 5, 1990, pp. 579-598.

_____ **Occidentalism: the world turned upside-down**. American Ethnologist, Vol. 19, N. 2, 1992, pp. 195-212.

COELHO, P. V. **Bola fora: a história do êxodo do futebol brasileiro**. São Paulo: Panda Books, 2009.

DA MATTA & ALLII. **Universo do futebol**. Rio Janeiro: Pinakothke, 1982.

DAMO, A. **Do Dom à Profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França**. São Paulo: Editora Hucitec, 2007.

0068 - Júlio César Jatobá Palmiéri

DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. **O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consume.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

ELIAS, N. & DUNNING, E. **A busca da excitação.** Lisboa: Diffel, 1992.

FAVRET-SAADA, J. **Ser Afetado.** In: Cadernos de Campo n.13, pp, 155-161.

FIRTH, R. **Economics of the New Zeland Maori.** Wellington: RE Owen, 1959, pp. 393-432.

_____. **Primitive Polynesian Economy.** J.Stor, American Anthropologist, New Series, Vol. 42, N. 3, 1940, Chapters IX-X.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir.** Petrópolis: Vozes, 1986.

FRANCISCHINI, S. **Campeonato Brasileiro de Futebol e a esportificação do futebol profissional (1971-1979).** São Carlos, Dissertação de Mestrado, PPGCSO-UFSCar, 2005.

GALEANO, E. **Futebol ao sol e à sombra.** Porto Alegre: L& PM, 2004.

GODELIER, M. **O Enigma do Dom.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GUEDES, S. **O futebol brasileiro. Instituição Zero.** Rio de Janeiro, Dissertação de Mestrado, PPGAS-Museu Nacional, 1977.

JACOBS, C.S. & DUARTE, F. **Futebol Exportação.** Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2006.

LANNA, M. **A Dívida Divina: troca e patronagem no nordeste brasileiro.** Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

_____. **Nota sobre Marcel Mauss e o Ensaio sobre a Dádiva.** Versão de artigo publicado em Revista de Sociologia e Política – UFPR, 2000.

LATOUR, B., WOOLGAR, S. **A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

LÉVI-STRAUSS, C. **Introdução à obra de Marcel Mauss.** In: MAUSS, Marcel. Sociologia e Antropologia. São Paulo: Cosac Naif, 2003.

0068 - Júlio César Jatobá Palmiéri

MAGNANI, J.G. **Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole.** In: MAGNANI, José Guilherme C. & TORRES, Lilian de Lucca. (orgs.). *Na Metrópole textos de antropologia urbana*, 2000.

MARCUS, G. **Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final no século XX ao nível mundial.** *Revista de Antropologia USP*, v.34, 1991.

MARX, K. **O Capital.** Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1975.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas.** In: *Sociologia e Antropologia* (vol. II). São Paulo: Cosac Naify, 2003.

PALMIERI, J.C.J. **Futebol e basquete *Made in Brazil*: uma análise antropológica do fluxo de jogadores para o exterior.** In: Luiz Henrique de Toledo & Carlos Eduardo Costa (orgs.). *Visão de jogo: antropologia das práticas esportivas*. São Paulo: Terceiro Nome/FAPESP, 2009.

PARRY, J., BLOCH, M (Editors). **Money and the morality of exchange.** Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

PEDERSEN, D. **Brief event: the value of getting to value in the era of 'globalization'.** University of California, San Diego, Sage Publications, 2008, pp. 57-77.

POLANYI, K. **A Grande Transformação: as origens da nossa época.** Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2000.

PRONI, M. W. Reflexões sobre o futebol empresa no Brasil. In: Márcia Regina Costa. (Org.). **Futebol: espetáculo do século.** São Paulo: Musa Editora, 1999, pp. 41-60.

REZENDE, A.J. **Estudo sobre as decisões identificadas na gestão de contratos de jogadores de futebol: o caso do Clube Atlético Paranaense.** Dissertação de Mestrado, FEA-USP, 2004.

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

SANTOS, C. J. **Futebol se aprende na escola: novas práticas de sociabilidade esportiva no contexto urbano.** Dissertação de Mestrado apresentada ao PPGCSO-UFSCar, 2007.

STYCER, M. **História do Lance!: Projeto e prática do jornalismo esportivo.** São Paulo: Alameda, 2009.

0068 - Júlio César Jatobá Palmiéri

TOLEDO, L. H. **Lógicas no futebol**. São Paulo: Hucitec/ Fapesp, 2002.

_____ TOLEDO e COSTA (orgs). **Visão de Jogo: antropologia das práticas esportivas**. São Paulo: Terceiro Nome/FAPESP, 2009.

TURNER, T. **Marxian value theory: an anthropological perspective**. Cornell University, Sage Publications, 2008, pp. 43-56.

WAIZBORT, L. **As aventuras de Georg Simmel**. São Paulo: Editora 34, 2000.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994 (1972).

_____ **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1963 (1946).