MOVIMENTO
ISSN: 1982-8918

ARTIGOS ORIGINAIS

INDÚSTRIA DO FUTEBOL E ACUMULAÇÃO CAPITALISTA: UM DEBATE A PARTIR DA ECONOMIA POLÍTICA DA *PREMIER LEAGUE*

FOOTBALL INDUSTRY AND CAPITALIST ACCUMULATION: A DEBATE FROM THE POLITICAL ECONOMY OF THE PREMIER LEAGUE

INDUSTRIA DEL FÚTBOL Y ACUMULACIÓN CAPITALISTA: UN DEBATE DESDE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA PREMIER LEAGUE

https://doi.org/10.22456/1982-8918.140847

Fernando Mascarenhas* <fernando.masca@outlook.com>

Nadson Santana Reis** <nadsonsr@hotmail.com>

Marcelo Resende Teixeira* <marinresende@yahoo.com.br>

* Universidade de Brasília (UnB). Brasília, DF, Brasil.

** Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Salvador, BA, Brasil.

Resumo: O objetivo deste texto consiste em debater a produção capitalista do futebol no contexto daquela que é sua liga mais desenvolvida, a *Premier League*. A partir do método da economia política marxista, discute-se o regime de acumulação da Indústria do Futebol. Constata-se a incapacidade dos clubes da liga de produzirem mais valia e lucro, tendo sua economia dominada pela finança, na qual a acumulação se dá sob os imperativos da propriedade. Desta forma, conclui-se que é a mais valia produzida pelo setor audiovisual, quando repartida, que garante renda aos clubes. O futebol-espetáculo se sustenta como um negócio pela convergência de processos envolvidos na produção das mercadorias dia de jogo e audiência, tornando parceiros rentistas e corporações de mídia, dependentes da publicidade que, como função de venda, atua na aceleração da rotação de capitais externos à modalidade.

Palavras-chave: Futebol. Indústria. Economia. Capitalismo.

Recebido em: 20 jun. 2024
Aprovado em: 22 out. 2024
Publicado em: 12 nov. 2024

Este é um artigo publicado sob a licença *Creative Commons* Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

1 INTRODUÇÃO[1]

O debate acerca da forma de organização do futebol profissional pressupõe, necessariamente, o entendimento de como essa modalidade vem sendo estruturada como um negócio orientado para a acumulação capitalista. Nessa perspectiva, conforme assinalado por Brohm (1982), a análise das determinações da instituição esportiva nos permite sintetizar, no nível da abstração, o esporte a partir do conceito de processo de produção esportiva. Esse conceito, por sua vez, possibilita compreender as estruturas, o funcionamento contraditório e a inserção do esporte no modo de produção capitalista, em seu estágio monopolista.

Nesse contexto, é notório o crescimento do volume de capitais investidos no processo de produção do esporte. Como evidenciado por REIS *et al.* (2020), os processos de integração entre a economia de mercado e a cultura de massa impulsionaram no setor esportivo a produção de um conjunto de mercadorias que interagem com vários outros setores produtivos. Neste cenário, o futebol vem se destacando como modalidade capaz de gerar uma série de oportunidades de negócios. Consequentemente, o processo de produção do futebol parece não conhecer as crises típicas do modo de produção capitalista.

Um exemplo a ser analisado é a *Premier League*[2], uma das mais destacadas ligas de futebol no mundo, com crescimento econômico impressionante. O aumento nas receitas de transmissão tem impulsionado esse crescimento, refletindo a audiência do campeonato. Além disso, seus clubes têm atraído investimentos significativos, resultando em transferências recordes no mercado de jogadores. A *Premier League*, como outras competições, constitui um espetáculo esportivo cuja produção tem sua base assentada nos clubes, mas que atrai variados investidores interessados em capitalizar sobre a popularidade da modalidade.

As pesquisas sobre a transformação do futebol em negócio anotam essas interações comerciais a partir da noção de Indústria do Futebol (Proni, 2000; Pilatti, 2006; Simões, 2017; Costa, 2023, dentre outros). Tal indústria se refere ao conjunto de atividades econômicas relacionadas com a produção, a transmissão e o consumo da modalidade, englobando mercados variados. Para Reis (2023) são incontestes as transformações que levaram a amplos processos de industrialização do futebol, movidos por um fluxo significativo de capitais externos, pela empresarização de clubes, por sua simbiose com o setor do audiovisual, pela abertura de um mercado de trabalho especializado e pela participação de diferentes agentes e corporações.

Segundo Santos (2019), o método da economia política indica três processos para a compreensão da indústria em questão: a mercantilização, a espacialização

1 Este artigo é um desdobramento de: REIS, Nadson Santana. **Esboço da crítica da economia política do futebol**. 2022. 304 f., il. Tese (Doutorado em Educação Física) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022.

2 A *Premier League* foi criada na Inglaterra em 1992, após a decisão dos clubes da *Football League First Division* de romperem com a *Football League*, visando sua autonomia para negociarem direitos transmissão e contratos de patrocínio (Robinson; De Clegg, 2020). Seus números são expressivos: na temporada 2021/2022, as receitas de seus clubes atingiram aproximadamente £5.5 bilhões, marcando um aumento em comparação com as temporadas anteriores; a venda de direitos de transmissão gerou cerca de £3 bilhões; além disso, os clubes da *Premier League* investiram aproximadamente £2 bilhões em transferências de jogadores, um recorde histórico (Delloite, 2023).

e a estruturação. Importa saber que tipo de mercadoria esta indústria produz, como ela está organizada no mapa da divisão internacional do trabalho e que relações socioeconômicas constitui. No âmbito deste trabalho, nossa atenção se concentra no terceiro processo, referente às relações socioeconômicas que a Industria do Futebol impõe como modo de produção. Conquanto, nosso objetivo consiste em debater a produção capitalista do futebol no contexto daquela que é sua liga mais desenvolvida, a *Premier League*, identificando as relações que processa e seu regime de acumulação.

2 DELINEAMENTO DO ESTUDO

Pode-se dizer que a economia política clássica se desenvolveu nos séculos XVII e XVIII a partir do estudo das relações sociais inerentes à produção dos bens materiais que visavam atender às necessidades humanas, identificando as leis que regiam tais relações, com especial atenção para categorias e instituições econômicas (propriedade privada, mercado, dinheiro, capital, lucro, salário, etc.). A partir do século XVIII, com a crítica da economia política marxista, tais categorias são historicizadas, o que se torna possível a partir do emprego de um novo método, o materialismo histórico-dialético (Paulo Netto; Braz, 2007).

A partir de sua crítica da economia política, Marx (1983, 2003, 2013, 2014, 2017) funda as bases para a apreensão da dinâmica da sociedade burguesa, uma vez que, nessa sociedade, a totalidade das relações sociais está subordinada ao comando do capital. Com isso, o objeto da economia política marxista constitui não só a produção de meios de subsistência, mas, também, as relações sociais que existem entre os seres humanos neste processo, isto é, sua estrutura social. Depreende-se dessa definição o entendimento de que a economia política do esporte tem como objeto a produção – incluso os momentos de distribuição, troca e consumo – dos bens e serviços relacionados ao esporte, bem como as relações sociais construídas entre os agentes que, com ele, interagem.

Em revisão aos estudos marxistas relacionados à crítica ao esporte, Rigauer (2000) localiza três vertentes: a teoria da reprodução, a teoria crítica e a teoria da hegemonia.[3] Todas, no entanto, dedicam-se às mediações do esporte com as superestruturas culturais e ideológicas do capitalismo, sem avançar no debate sobre sua economia política. Brohm (1982), que foi negligenciado na aludida revisão, consegue fazê-lo a partir do conceito de produção capitalista do esporte, articulando três eixos de análise: o político, o ideológico e o econômico. A partir do terceiro eixo, o autor lega ao marxismo um arsenal categorial importante à compreensão do modo de produção capitalista do esporte. Não obstante, há uma lacuna em sua análise que diz respeito, justamente, ao processo de valorização e acumulação de capitais no setor.

3 Para a primeira, trabalho e reprodução são mutuamente envolvidos numa interdependência histórica e dinâmica. O esporte deve ser considerado como um elemento das funções de reprodução alargadas da força de trabalho; para a segunda, nas condições do capitalismo industrial, o esporte, como parte integrante da superestrutura cultural e ideológica, reproduz características do comportamento social que estão funcional e normativamente enraizadas em processos de trabalho organizados de forma capitalista; a terceira enfatiza os efeitos dos processos de reprodução social do esporte nos níveis social, político e cultural dos conflitos de classe hegemónicos. (Rigauer, 2000).

No que toca ao futebol, o método da economia política vem sendo manejado por autores brasileiros como Santos (2014, 2019), Moura (2022), Matias (2020) e Reis (2023). Mas é na literatura internacional, a partir de Kennedy e Kennedy (2007, 2012, 2016),[4] que localizamos o debate mais original e polêmico acerca do processo de acumulação na Indústria do Futebol. À luz da economia política marxista, os referidos autores problematizam a produção de valor e os processos de acumulação inerentes à atividade, questionando a capacidade dos clubes da *Premier League* de realizar lucro, principalmente, em função das relações de trabalho estabelecidas com os jogadores, que lhes são desfavoráveis.

Defendem, assim, a tese da industrialização incompleta da Indústria do Futebol, definindo-a como quase-capitalista (Kennedy; Kennedy, 2016). Tomaremos esta polêmica como ponto de partida para nossa discussão. Assim, pode-se dizer que este estudo também opera a partir do método da economia política marxista. Quanto ao seu delineamento, dois momentos se espiralam e sustentam a construção do texto, quais sejam: o primeiro, referente à revisão de literatura; o segundo, voltado à discussão teórica, à análise categorial e ao debate político-econômico sobre a produção capitalista do futebol.

A revisão de literatura nos possibilitou desde a delimitação do objeto de investigação, passando pela identificação de interlocutores e a sustentação da discussão teórica, com a apropriação do quadro categorial da teoria da mais-valia (Marx, 1983; 2013) e da teoria da renda (Marx, 2017), com desenvolvimentos sobre o regime de acumulação no capitalismo monopolista (Harvey, 2011, 2013; Chesnais, 1996, 1998; Paulani, 2009, 2016). Essas teorias (mais-valia e renda) serão mobilizadas para a análise e discussão a ser apresentada.

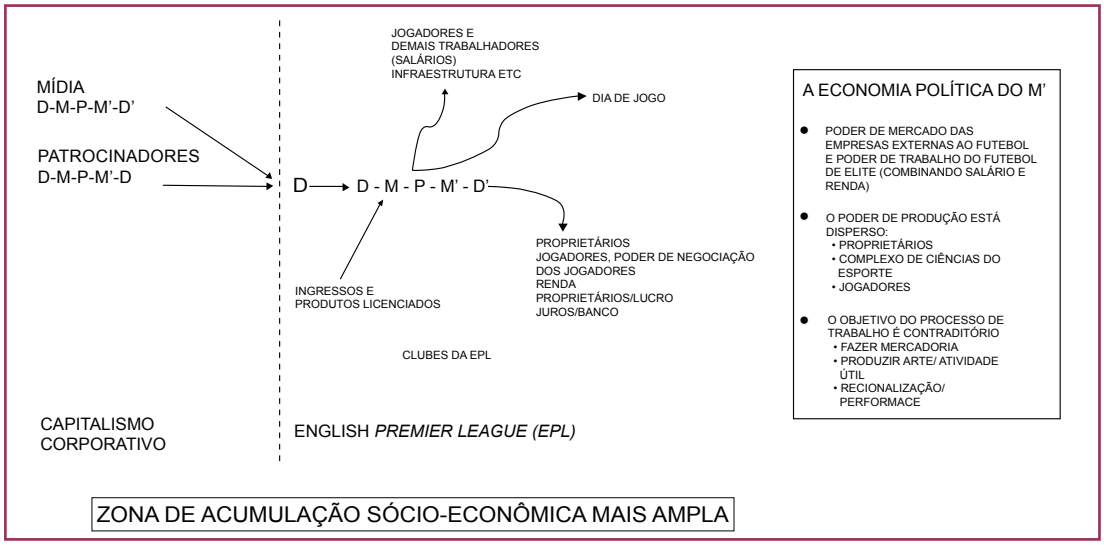
Exposto o delineamento do estudo, segue-se uma síntese da discussão de Kennedy e Kennedy (2016) sobre a Indústria do Esporte, com sua tese sobre a incompletude desta indústria. A secção posterior, à luz das teorias da mais-valia e da renda, apresenta o debate teórico-conceitual acerca dos diferentes processos de acumulação engendrados pela Indústria do Esporte, com especial atenção para a renda da propriedade. Por fim, anotam-se algumas considerações para o desenvolvimento de novas investigações.

3 INDUSTRIALIZAÇÃO INCOMPLETA DO FUTEBOL

Embora a Indústria do Futebol tenha se tornado símbolo da comercialização do esporte, constituindo um nicho de superacumulação e crescimento econômico, ela ainda parece estar aquém do objetivo central de qualquer organização capitalista, qual seja: transformar a mais-valia gerada em lucro. É sobre essa questão que Kennedy e Kennedy (2016) se debruçam, oferecendo uma crítica marxista original aos negócios do futebol. Para os autores, o processo de acumulação que envolve a produção capitalista do futebol tem caráter abrangente. Assim, para entendê-lo, toma como ponto de partida os circuitos de capital da *Premier League* (ver Figura 1).

4 Autores da área das Ciências Sociais, vinculados à *Glasgow Caledonian University*, Escócia.

Figura 1 – Zona de acumulação mais ampla (*Premier League*).



Fonte: Kennedy; Kennedy (2016); tradução nossa.

Para os autores, é fato que a *Premier League* constitui um negócio com receitas em crescimento desde sua criação. Não obstante, os circuitos identificados na Figura 1, como representação dos capitais que trafegam na liga, chamam a atenção para uma particularidade da Indústria do Futebol, qual seja: a maior parte de suas receitas são geradas externamente, ou seja, por meio da comercialização de direitos de transmissão e de cotas de patrocínios e publicidade. Por esta razão, apenas uma parte menor das receitas é gerada internamente, por meio da venda de bilhetes de acesso às arenas em dias de jogo.

Os autores explicam que o circuito D-M-P-M'-D' se refere à transferência de dinheiro (D; capital sob a forma de dinheiro) para a compra de mercadorias (M; que constituem instalações, equipamentos, matérias-primas e força de trabalho) para a implementação do processo de produção (P) de novas mercadorias (M') que, por sua vez, são vendidas por valores superiores (M'-D'). Entretanto, no caso da Premier League, segundo advertem, pouco ou nenhum valor representado por M'-D' deriva do espetáculo em dias de jogo (P), já que os salários dos jogadores comprometem significativamente os ganhos da produção de valor interna. Assim, o valor acrescentado, representado por M'-D', é resultado de investimento inicial feito por corporações externas aos clubes (M'), que participam do que denominam zona socioeconômica de acumulação mais ampla.

Esse regime envolve, então, duas áreas de acumulação: uma externa, dependente de capital corporativo (meios de comunicação e *marketing*); outra interna (clubes). Desta distinção, deriva o questionamento dos autores acerca da aparente incapacidade da Indústria do Futebol de transformar a mais-valia produzida em lucros.[5] Logo, entendem que a distinção entre mais-valia e lucro é fundamental para a compreensão da economia política do futebol. Segundo Marx (1983; 2013),

5 Todos os clubes da *Premier League* são de propriedade privada, envolvendo investidores internacionais, consórcios empresariais ou fundos de investimento que buscam tanto retorno financeiro quanto prestígio no cenário esportivo mundial. Sobre o processo e formas de empresarização do futebol contemporâneo, ver Simões (2023).

a mais-valia relaciona-se ao valor adicionado pela força de trabalho no processo de produção; já o lucro, corresponde apenas a uma parte da mais-valia que, após a venda da mercadoria, retorna às mãos do proprietário. A mais-valia abrange não só o lucro, mas, também, o dinheiro que o capitalista é obrigado a reservar para o funcionamento e desenvolvimento do seu negócio: compra de novas mercadorias que necessita para um novo ciclo de produção, pagamento de salários, de juros e de renda.

A partir dessa perspectiva, Kennedy e Kennedy (2016) destacam que, por um lado, a Indústria do Futebol extrai mais-valia através da exploração da força de trabalho; mas, por outro, os proprietários dos clubes não convertem esta mais-valia em lucro, uma vez que os jogadores de elite são remunerados por valor superior ao valor que produzem, portanto, consumindo uma proporção do valor que adentra os clubes a partir de fontes externas. Por tal razão, os autores alertam que, para que os clubes operem como um negócio lucrativo (senão, menos deficitário), é crucial que paguem aos jogadores salários mais próximos ao valor de sua força de trabalho.

O fato é que o capitalismo se baseia numa relação entre capital e trabalho a qual, necessariamente, deve estar comprometida com a expansão do capital através da extração de mais-valia da força de trabalho. Por conseguinte, para que o dinheiro inicial, na forma de capital, seja acrescido de valor, é formalizado um contrato para comprar força de trabalho e outras mercadorias, além, é claro, dos meios de produção que, dentro do processo produtivo, são combinadas para produzir novas mercadorias. Essas últimas, além de conservar o valor das primeiras, possuem um valor extra em relação ao valor do desembolso inicial, a mais-valia, que representa a diferença entre o salário pago e o valor produzido pelo trabalho.

Na visão de Kennedy e Kennedy (2016), este processo se configura como uma relação tipicamente capitalista. Dessa forma, advogam que para a Indústria do Futebol ser essencialmente capitalista, tal processo dever se completar. Ou seja, em uma empresa, quando as mercadorias produzidas (M') são vendidas, seu proprietário recupera o dinheiro que investiu, acrescido da mais-valia (D'). Contudo, a mercadoria da Indústria do Futebol, que para os autores é o dia de jogo, tem menos valor quando vendida do que o valor inicialmente investido na compra da força de trabalho dos jogadores e outras mercadorias necessária à sua produção.

Assim, a mais-valia criada é quase totalmente absorvida pelos custos laborais. Não obstante, os clubes sobrevivem por meio de receitas de outras indústrias que patrocinam o futebol, bem como endividamentos e socorro estatal. Nos escalões superiores da Indústria do Futebol, como é o caso da *Premier League*, a taxa de exploração, que é a razão entre a mais-valia e o valor da força de trabalho, é inferior a zero. Em regra, a competição entre capitalistas garante que a classe capitalista (como um todo) se concentre no controle e na exploração da força de trabalho para maximizar lucros. Mas, no contexto do futebol, a concorrência parece estar do avesso, pois, a fim de maximizar rendimento esportivo, os clubes competem para pagar salários cada vez maiores aos atletas.

Com isso posto, os autores recuperam o debate sobre as áreas de acumulação interna (clubes) e externa (patrocinadores e conglomerados midiáticos). Tal movimento possibilita captar os interesses dos clubes e, o mais importante, o fluxo de capitais que os conecta a uma zona socioeconômica mais ampla de acumulação. Ao analisarem o caso específico da *Premier League*, Kennedy e Kennedy (2016) afirmam que o fluxo de capitais da liga é gerado externamente (área de acumulação externa), principalmente, a partir dos direitos de mídia e patrocínio. Nesse contexto, a produção de valor gerada internamente (área de acumulação interna) se dá pela venda de ingressos e outras mercadorias em dias de jogo.

Ocorre que o valor gerado pela venda do dia de jogo, como já dito, em grande medida, é absorvido pelos salários dos jogadores. Logo, a mais-valia produzida na modalidade é transferida por meio da injeção de capital externo, deste modo, proveniente de uma zona socioeconômica mais ampla de acumulação. Nesse sentido, como o dinheiro externo é passível de flutuação, a conta normalmente não fecha, com frequente prejuízo para os clubes.

Segundo os autores, isso é tão verdadeiro que 70% da receita total da *Premier League* é consumida pela massa salarial dos jogadores. Em outras ligas de elite, como no caso da espanhola, italiana, alemã e francesa, mesmo que em proporções diferentes, a situação é bastante semelhante.[6] Os jogadores de elite do futebol europeu e mundial dominam a sua situação de mercado e, ao fazê-lo, demonstram a contradição existente entre a participação dos jogadores na criação de mais-valia. O poder que os jogadores de futebol atualmente concentram, indica que a correlação de forças estabelecida com os proprietários dos clubes lhes é favorável, realidade incomum em outros setores do mundo do trabalho.

Ademais, como a maior parte das receitas da modalidade não provém de valor gerado internamente, mas a partir da sua absorção de valor gerado externamente, os clubes são constrangidos a contratar grandes estrelas, jogadores capazes de produzir um bom espetáculo. Kennedy e Kennedy (2016) lembram que a posição de um clube na liga reflete sua capacidade de atrair os melhores negócios em direitos de transmissão, patrocínio e publicidade, bem como receitas de bilheteria. De tal modo, o sucesso esportivo exige a contratação dos melhores jogadores, desencadeando uma espécie de concorrência ao avesso.

Como se não bastasse, para os autores, a natureza dos clubes de futebol como quase-capitalistas torna-se ainda mais evidente quando se leva em conta o poder dos torcedores. Encaram os dirigentes e proprietários como guardiães de um bem comunitário, ao tempo que se consideram moralmente como os verdadeiros donos dos clubes, exigindo investimentos e contratações. A força da torcida se materializa também no seu reconhecimento como parte do espetáculo, criando a atmosfera de jogo. Os clubes guardam, portanto, essa contradição interna entre sua

6 Conforme dados da temporada 2021/2022, as receitas dos clubes da *Premier League* atingiram £5,5 bilhões. Ao mesmo tempo, os gastos salariais chegaram à £3,6 bilhões, aproximadamente 65% das receitas totais. (Deloitte, 2023). No entanto, é importante registrar que a relação varia de clube para clube, com alguns clubes superando a barreira de 70%, que é o limite nos regulamentos de *Fair Play* Financeiro da *Union of European Football Associations (UEFA)*.

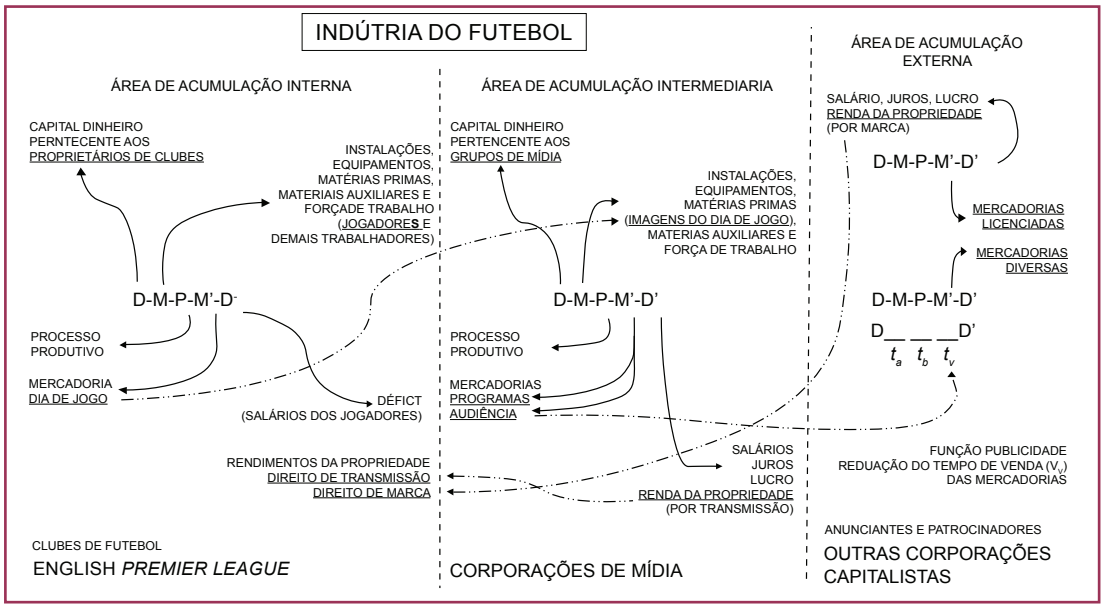
economia real, visando o rendimento econômico, e uma economia moral, calcada no rendimento esportivo.

É certo que os imperativos de valor são decisivos ao funcionamento dos clubes, mas não ditam totalmente a modalidade. Pelo exposto, Kennedy e Kennedy (2016) argumentam que a Indústria do Futebol é determinada por um conjunto crescente de contradições e conflitos que têm sua origem na sua incapacidade de resolver as disputas entre quem possui, controla, produz e consome o futebol como uma mercadoria, isto é, entre proprietários, jogadores e torcedores. Com efeito, o negócio do futebol não constitui uma indústria capitalista de pleno direito, está ancorado numa designação de quase-capitalista.

4 INDÚSTRIA DO FUTEBOL E RENTISMO

Kennedy e Kennedy (2016) entendem ser o espetáculo nas arenas a mercadoria final dessa indústria que tem os clubes como protagonistas. Todavia, segundo advertem, pouco ou nenhum valor representado por M'-D' deriva da comercialização dessa mercadoria, já que os salários dos jogadores comprometem significativamente os ganhos dos clubes (Figura1). Neste ponto, apresentamos um primeiro desacordo: ainda que identificando uma zona de acumulação mais ampla em torno do futebol, os autores negligenciam os processos de trabalho que envolvem o espetáculo de futebol midiático e a produção de audiência, mercadoria ligada à imagem do espetáculo presencial dos dias de jogo, mas que, pelo seu alto grau de reprodutibilidade, autonomiza-se como produto do setor audiovisual (ver Figura 2).

Figura 2 – Regime de acumulação (*Premier League*).



Fonte: Elaboração própria.

No Estado capitalista de direito, é vedado o uso da imagem de uma pessoa sem autorização. Assim, os jogadores, ao participarem de um jogo, devem autorizar a transmissão de sua imagem, o que fazem através de seus empregadores, os proprietários dos clubes. Em cada Estado nacional capitalista, existem legislações

que regulam a licença e o uso de imagem, o que instrumentaliza, no esporte, o chamado direito de transmissão.[7] As imagens do dia de jogo, como matéria prima das corporações de mídia, derivam à produção de conteúdo audiovisual e audiências com fins de publicidade. Por isso, tais direitos são gerenciados estrategicamente pelos clubes e órgãos de governança do futebol, constituindo sua principal fonte de receita.[8]

Na tradição da economia política da comunicação, o tema da audiência é central. Segundo Bolaño (2000), o conceito de audiência está intimamente relacionado ao modelo publicitário de financiamento das indústrias culturais. Num sistema comercial de mídia, a audiência tem sempre um preço, constituindo a mercadoria mais importante para o setor do audiovisual sob o ponto de vista da valorização do capital. É a produção dessa mercadoria peculiar que permite o desenvolvimento da Indústria do Futebol, conferindo-lhe relevo no contexto do sistema capitalista. Os compradores da audiência produzida por dias de jogo e programas de futebol para fins de publicidade são, justamente, os anunciantes e patrocinadores.[9]

Configura-se, de tal modo, uma área de acumulação interna, cujos principais agentes são os proprietários de clubes, e uma externa, da qual, para fins de publicidade, tomam parte variadas corporações. No intermédio entre estas duas áreas, transformando o capital simbólico representado pelas imagens do futebol em capital econômico, resultante da comercialização de audiência, situam-se as corporações de mídia. As transmissões de um dia de jogo da *Premier League* têm a capacidade de transformar multidões dispersas pelo mundo em audiência para sustentar a máquina publicitária, instrumento fundamental de apoio à presença e à competição dos produtores e comerciantes nos mercados. Esse processo se materializa, sobretudo, como função de venda, acelerando a rotação do capital.

Segundo Marx (2014), o movimento do capital se constitui a partir de três momentos sucessivos e em conexão (Figura 2). Inicialmente, o capital tem a forma de dinheiro, com a qual o capitalista adquire meios de produção e força de trabalho para produzir mercadorias (1º momento: D-M). Ato contínuo, o capital sai da esfera da circulação e ingressa na esfera da produção, quando os trabalhadores operam os meios de produção e produzem novas mercadorias (2º: M-P-M'). Por fim, estas novas mercadorias retornam à esfera da circulação, completando o ciclo apenas quando se realizam, ou seja, quando são vendidas e tomam novamente a forma de capital dinheiro, acrescido em valor (3º: M'-D'). Esses três momentos, como processos contínuos e periódicos, constituem a rotação do capital.

7 O direito de transmissão no futebol inglês é regulado a partir de várias legislações e acordos comerciais que buscam evitar abuso de posição dominante. A *Premier League* centraliza a venda dos direitos de transmissão, permitindo uma distribuição mais equitativa das receitas entre os clubes. Os direitos são vendidos em pacotes para diferentes plataformas, incluindo televisão e *streaming online*, para o mercado doméstico e internacional. Para saber mais, ver: DANTAS, Maurício. **Futebol inglês**: como funcionam as transmissões? Disponível em: https://premierleaguebrasil.com.br/transmissoes-futebol-ingles/. Acesso em: 30 mai. 2024.

8 Junto aos direitos de imagem, os direitos de marca (proteção legal dos nomes, logotipos, mascotes e outros símbolos) também constituem uma fonte importante de receita para os clubes, pois podem ser licenciados para empresas que desejam associar produtos ou serviços ao clube.

9 A publicidade (num sentido lato, comunicação com o mercado) representa todas as ações e produções midiáticas que objetivam informar ou atrair a atenção de determinado público para um produto, um serviço, uma marca etc, incitando-o a adotar comportamentos de consumo desejados pelos anunciantes e patrocinadores (Zozzoli, 2010).

O tempo de rotação de um determinado capital consiste na soma de seu tempo de produção (tp) e tempo de circulação, esse último, representado pelo tempo de aquisição (ta) somado ao tempo de venda (tv). Como o objetivo da reprodução de capital em escala cada vez mais ampliada é o que interessa ao capitalista, o maior número de rotações de capital no menor espaço de tempo é sempre requisitado. A publicidade atua aí, contribuindo para a diminuição do tempo de venda das mercadorias a fim de precipitar sua realização e acelerar a rotação do capital. É com esta intenção que anunciantes e patrocinadores de variadas corporações, a partir de uma área de acumulação externa ao negócio do futebol, buscam expor suas marcas, serviços e produtos.

Identificadas essas três diferentes áreas de acumulação e retomando o debate com Kennedy e Kennedy (2016), abrimos um segundo ponto de discordância. Voltando nossa atenção para a área de acumulação interna, podemos dizer que os autores estão certos ao afirmarem que os salários dos jogadores comprometem significativamente os ganhos dos clubes. No entanto, ainda que parcialmente, discordamos do argumento que sustenta tal afirmação, qual seja: o futebol extrai consistentemente mais-valia através da exploração da força de trabalho, contudo, os proprietários dos clubes não conseguem controlar esta mais-valia e os jogadores consomem todo o valor que criam, além de uma parte do valor pré-existente que flui de fontes externas. Para nós, o que ocorre, em verdade, é que no âmbito dos clubes, a acumulação se dá mais sob os imperativos da propriedade do que da produção de valor, num regime essencialmente rentista.

Antes de acionar a teoria da renda, examinemos a questão à luz da teoria da mais-valia. Segundo Marx (1983, 2013), a força de trabalho é uma mercadoria como outra qualquer, todavia, muito especial. Esta mercadoria possui a virtude de ser uma força criadora de valor. Os proprietários dos meios de produção, ao comprarem dos trabalhadores a sua força de trabalho, adquirem o direito de usá-la na produção de valor. Esse valor se divide numa parcela de tempo constituída pelo trabalho necessário e outra pelo trabalho excedente. Os salários correspondem à remuneração da primeira parcela, constituindo a porção do valor produzido que é necessária para reproduzir a força de trabalho. Tudo aquilo que ultrapassa essa porção de valor é trabalho excedente não pago que, tomando inicialmente a forma de mais-valia, converte-se posteriormente em lucro para os proprietários.

Na teoria marxista, portanto, o conceito de mais-valia é central para a compreensão do processo de exploração dos trabalhadores, correspondendo ao valor gerado pelo trabalho excedente. Em geral, a força de trabalho produz um valor maior do que o necessário para reproduzi-la, isto é, um valor superior ao que custa. A mais-valia representa, justamente, essa diferença. Logo, pode ser entendida como o tempo de trabalho não pago ao trabalhador. Os salários, por sua vez, correspondem ao valor pago pela força de trabalho, seu preço. E esse preço, como de qualquer outra mercadoria, também flutua a depender das determinações do mercado, podendo estar abaixo ou acima de seu valor.

Na divisão capitalista do trabalho, os trabalhadores altamente especializados estão em uma posição de força para negociarem com os proprietários. Entretanto, quando o proprietário compra a força de trabalho, sempre tem em perspectiva a produção de um valor superior ao que desembolsou para comprá-la, caso contrário, diante de um prejuízo certo, não a compraria. Mas essa não parece ser a realidade na relação proprietários de clube versus jogadores. Isso acontece porque os primeiros pagam aos segundos valores superiores ao valor que produziram, ou seja, a massa salarial paga aos jogadores é superior ao valor da mercadoria produzida, o dia de jogo. Não há, assim, pelo menos no contexto da Premier League, produção de mais-valia a ser apropriada pelos proprietários dos clubes, tampouco lucro.

De outro lado, o conceito de monopólio também nos ajuda a entender essa situação. O que acontece é que a qualidade excepcional representada pelas habilidades dos jogadores de elite permite que sua força de trabalho seja vendida por um preço cuja determinação não é dada pelo trabalho socialmente necessário. Trata-se de um preço de monopólio, que não é determinado nem pelo valor da força de trabalho e nem pelo preço de produção, mas pela necessidade e pela capacidade de pagar dos compradores, com isso, é a escassez que o determina.10 Os jogadores se beneficiam do fato do preço de mercado de sua força de trabalho se configurar como um típico preço de monopólio, cujo limite é estabelecido pela disposição a pagar dos potenciais compradores dessa mercadoria, ou seja, pela competição entre os proprietários de clubes.

Pode-se dizer, portanto, que não há no espetáculo de um dia de jogo produção de valor acima do que é necessário para realizar os preços de sua produção, o que faz com que os clubes operem em déficit (D-). Como, então, explicar o investimento dos proprietários de clubes na produção deste tipo de mercadoria? Acontece que o ganho dos clubes provém de renda, uma renda da imagem do espetáculo que se sustenta na produção do dia de jogo, mesmo que comercialmente deficitária. A partir da propriedade juridicamente garantida que ergue barreiras à utilização da imagem do dia de jogo, os clubes exigem uma renda para liberá-la para transmissão. Como se pode depreender de Chesnais (1996, 1998), Harvey (2011, 2013) e Paulani (2009, 2016), trata-se de uma forma moderna de renda de propriedade, característica do regime de acumulação contemporâneo, crescentemente articulado em torno do pagamento de rendas.

De acordo com Paulani (2016, p. 518), "[...] dá-se o nome de renda ao rendimento que deriva da mera propriedade, ou seja, é rentista todo aquele que tem direito a uma parcela do valor socialmente produzido pelo mero fato de ser proprietário".11 Proprietário de clube é, também, rentista, graças à propriedade dos direitos de

10 Para Marx (2017), o preço de monopólio caracteriza uma competição imperfeita, correspondendo ao preço mais alto que se pode pagar por uma determinada mercadoria, o que se dá, neste caso, em função da escassez da oferta. A posição monopolista consente a retenção do excesso de valor que tal condição propicia, o que não existiria na inexistência dessa condição especial.

11 Segundo Paulani (2016), as possíveis configurações dos rendimentos a partir da teoria da renda de Marx são: renda diferencial de dois tipos, renda absoluta e renda de monopólio, mais o juro, o lucro, o sobrelucro e o salário. O conceito de renda de propriedade é uma atualização da autora frente ao regime de acumulação com dominância da valorização financeira.

imagem e transmissão do dia de jogo. Pensando com Marx (2017), capturam parte do valor gerado pela transformação da imagem do jogo em audiência e se apropriam dele sob a forma de renda. A imagem, como insumo principal para a produção de audiência pelas corporações do setor audiovisual, obriga a transformação de parte da mais-valia produzida por este setor em renda devida aos proprietários dos clubes.

Apesar de aparecer formalmente como lucro nos balanços contábeis dos clubes, tal ganho é, na verdade, renda que deriva da propriedade. Conclui-se, de tal modo, que os clubes da Premier League são dominados pela finança, onde a acumulação se dá sob os imperativos da propriedade, mais do que da produção. Seus rendimentos não se relacionam com a atividade de explorar a força de trabalho dos jogadores, derivam dos direitos conferidos pela propriedade da imagem. Sob o ponto de vista da configuração dos rendimentos, a propriedade é a base da remuneração do capital investido pelos proprietários de clubes. Por óbvio, constitui o regime de acumulação que prevalece no contexto daquilo que Kennedy e Kennedy (2016) denominaram área de acumulação interna da Indústria do Futebol, quando considerada a realidade dos clubes.

Somente como criação do capital, o direito de imagem se torna condição de acumulação e fonte de renda, por conseguinte, uma esfera de investimentos. A renda da propriedade, diferentemente do lucro, não está diretamente relacionada ao processo de produção do dia de jogo enquanto tal, mas à propriedade privada da imagem, o que se conecta à produção da audiência, essa, sim, um processo que resulta em mais valia e lucro. Desta forma, é a mais valia produzida pelo setor audiovisual, quando repartida, que garante renda aos clubes. O futebol-espetáculo, como um negócio, ascende desta relação sinérgica dos clubes com o setor audiovisual, visto aqui como uma área de acumulação intermediária.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a convergência de interesses e processos envolvidos na produção daquelas que são as principais mercadorias futebolísticas, dia de jogo e audiência, pode-se dizer, segundo Reis (2023), que há uma unidade produtiva formada entre clubes e mídia,[12] tanto que controladores das corporações de mídia, ainda que numa posição intermediária, acabam por comandar muitas das decisões atinentes à produção do dia de jogo, numa governança que torna parceiros rentistas e gerentes de processos produtivos da mídia. Em nosso juízo, a chamada Indústria do Futebol abarca esta unidade produtiva formada entre clubes e mídia, para além de outros setores.

Por isso é questionável o argumento de Kennedy e Kennedy (2016) de que a Indústria do Futebol deve ser entendida como quase-capitalista. Ainda que seja impossível compreender totalmente a forma contemporânea de operar do capital, conforme aponta Paulani (2016), pode-se afirmar que é tendência do sistema que a

12 O autor define esta unidade como um “complexo cultural de futebol e mídia”, elaboração lastreada nas leituras de Rowe e Gilmour (2010), Moragas, Kennett e Ginesta (2011) e Portet (2011).

acumulação financeira avance, mais liberta que é perante a acumulação produtiva. Para a autora, a transferência em escala cada vez maior da produção para a propriedade como base da remuneração do capital, é a forma mais ajustada, na perspectiva da configuração dos rendimentos, de dar conta dessa etapa avançada do capitalismo.

Harvey (2013) assegura que os direitos de propriedade, mantidos a partir de leis socioeconômicas internacionais, que disciplinam o comércio global, se tornaram um importante campo de batalha da concorrência intercapitalista. E arremata: a desavergonhada transformação de tudo, inclusive da propriedade, em artigos comercializáveis é, afinal, indicadora de nossos tempos, impelindo a financeirização da produção cultural. Isso é tão verdadeiro que Kennedy e Kennedy (2016) reconhecem que o futebol está cada vez mais preso ao mundo do capital financeiro, visto que a Indústria do Futebol oferece muitas áreas onde podem ser obtidos retornos de investimento, desafiando-nos a novos estudos.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec; Polis, 2000.

BROHM, Jean Marie. **Sociología politica del deporte**. México: Fondo e Cultura Económica, 1982.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CHESNAIS, François. **A mundialização financeira**: gênese, custos e riscos. São Paulo: Xamã, 1998.

COSTA, Fernando Nogueira da. Economia do futebol. **Texto para Discussão**, n. 452, jun. 2023. Disponível em: https://www.eco.unicamp.br/images/arquivos/artigos/TD/TD452.pdf. Acesso em: 14 mai. 2024.

DELOITTE. **Annual Review of Football Finance 2023**. Londres: Deloitte, 2023. Disponível em: https://www.deloitte.com/uk/en/services/financial-advisory/research/annual-review-of-football-finance-europe.html. Acesso em: 20 mai. 2024.

HARVEY, David. **O enigma do capita**l: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.

HARVEY, David. **Os limites do capital**. São Paulo: Boitempo, 2013.

KENNEDY, Peter; KENNEDY, David. **Football in neo-liberal times**. A Marxist perspective on the European football industry. New York: Routledge, 2016.

KENNEDY, Peter; KENNEDY, David. Football supporters and the commercialisation of football: comparative responses across Europe. **Soccer & Society**, v.13, n. 3, p. 327-340, 2012. DOI: https://doi.org/10.1080/14660970.2012.655503

KENNEDY, Peter; KENNEDY, David. Preserving and extending the commodification of football supporter relations: a cultural economy of supporters direct. **Sociological Research Online**, v. 12, n.1, p. 12-25, jan. 2007. DOI: https://doi.org/10.5153/sro.1479

MARX, Karl. **Contribuição à crítica da economia política**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MARX, Karl. **O capital. Livro I** – O processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013.

MARX, Karl. **O capital. Livro II** – O processo de circulação do capital. São Paulo: Boitempo, 2014.

MARX, Karl. **O capital. Livro III** – O processo global da produção capitalista. São Paulo: Boitempo, 2017.

MARX, Karl. O rendimento e suas fontes (teorias da mais valia). *In*: MARX, Karl. **Para a crítica da economia política; Do capital; O rendimento e suas fontes**. São Paulo: Abril cultural, 1983. Coleção Os pensadores.

MATIAS, Wagner Barbosa. **Futebol de espetáculo**. Curitiba: Appris, 2020.

MORAGAS, Miquel; KENNETT, Chris; GINESTA, Xavier. Football and media in Europe: a new sport paradigm for the global era. *In*.: TOMLINSON, Alan; YOUNG, Christopher; HOLT, Richard (org.). **Sport and the transformation of modern Europe**: States, media and markets 1950-2010. Londres: Routledge, 2011. p. 128-149

MOURA, Denise. Capital financeiro e espetáculo: o controle do futebol por corporações mediáticas. *In*: DANTAS, Marcos *et al*. **O valor da informação**: de como o capital se apropria do trabalho social na era do espetáculo e da internet. São Paulo: Boitempo, 2022. p. 213-268.

PAULANI, Leda Maria. A crise do regime de acumulação com dominância da valorização financeira e a situação do Brasil. **Estudos Avançados**, v. 23, n. 66, p. 25-39, 2009. DOI: https://doi.org/10.1590/S0103-40142009000200003

PAULANI, Leda Maria. Acumulação e rentismo: resgatando a teoria da renda de Marx para pensar o capitalismo contemporâneo. **Revista de Economia Política**, v. 36, n. 3, p. 514-535, jul./set. 2016. DOI: https://doi.org/10.1590/0101-31572016v36n03a04

PAULO NETTO, José; BRAZ, Marcelo. **Economia política**: uma introdução crítica. 3.ed. São Paulo, Cortez: 2007.

PILATTI, Luiz Alberto. A lógica da produção do espetáculo: o esporte inserido na indústria do entretenimento. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, n. 8, v. 2, mai./ago. 2006. Disponível em: https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/278. Acesso em: 14 mai. 2024.

PORTET, Xavier Ginesta. El fútbol y el negocio del entretenimiento global. Los clubes como multinacionales del ócio. **Comunicación y Sociedad**, v. 24, n. 1, p. 141-166, 2011. Disponível em: https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36228. Acesso em: 14 mai. 2024.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **A metamorfose do futebol**. Campinas: Unicamp, 2000.

REIS, Nadson Santana. **Esboço da crítica da economia política do futebol**. Curitiba: CRV, 2023.

REIS, Nadson Santana *et al*. O esporte no capitalismo tardio: imbricações entre cultura esportiva, economia e mercado. **Educación** Física y **Ciencia**, v. 22, n. 3, e143, jul./set. 2020. DOI: https://doi.org/10.24215/23142561e143

RIGAUER, Bero. Marxist theories. *In*: COAKLEY, Jay; DUNNING, Eric. **Handbook of sports studies**. Londres: Sage, 2000. p. 28-47.

ROBINSON, Joshua; DE CLEGG, Jonathan. A Liga: como a Premier League se tornou o negócio mais rico e revolucionário do esporte mundial. Rio de Janeiro: Versal, 2020.

ROWE, David; GILMOUR, Callum. Sport, media and consumption in Asia: a merchandized milieu. **The American Behavioral Scientist**, v. 53, n. 10, p. 1530–1548. 2010. DOI: https://doi.org/10.1177/0002764210368083

SANTOS, Anderson David Gomes dos. Os três pontos de entrada da economia política do futebol. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 36, n. 2, abr./jun. 2014. DOI: https://doi.org/10.1590/S0101-32892014000200019

SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol**. Curitiba: Appris, 2019.

SIMÕES, Irlan. **A produção do clube**: poder, negócio e comunidade no futebol. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2023.

SIMÕES, Irlan. **Clientes versus rebeldes**: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno. Rio de Janeiro: Multifoco, 2017.

ZOZZOLI, Jean-Charles Jacques. Publicidade. *In*: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. **Enciclopédia INTERCOM de comunicação**. São Paulo: Intercom, 2010. p. 980-982.

Abstract: The objective of this text is to debate the capitalist production of football in the context of its most developed league, the Premier League. Using the Marxist political economy method, the accumulation regime of the Football Industry is discussed. The league's clubs are incapable of producing surplus value and profit, with their economy dominated by finance, in which accumulation takes place under the imperatives of property. In this way, It is concluded that the surplus value produced by the audiovisual sector, when distributed, guarantees income for the clubs. Spectacle football is sustained as a business by the convergence of processes involved in the production of game day and audience merchandise, making rent-seeking partners and media corporations dependent on advertising, which, as a sales function, acts to accelerate the rotation of external capital to the modality.

Keywords: Football. Industry. Economy. Capitalism.

Resumen: El objetivo de este texto es debatir la producción capitalista del fútbol en el contexto de su liga más desarrollada, la *Premier League*. Utilizando el método de la economía política marxista, se discute el régimen de acumulación de la industria del fútbol. Los clubes de la liga son incapaces de producir plusvalía y ganancias, con su economía dominada por las finanzas, en la cual la acumulación se lleva a cabo bajo los imperativos de la propiedad. De esta forma, se concluye que es la plusvalía que produce el sector audiovisual, cuando se distribuye, el que garantiza ingresos a los clubes. El fútbol de espectáculo se sostiene como negocio por la convergencia de los procesos implicados en la producción de productos para el día del partido y para el público, lo que hace que los socios buscadores de rentas y las corporaciones de medios dependan de la publicidad que, como función de ventas, actúa para acelerar la rotación del capital externo hacia la modalidad.

Palabras clave: Fútbol. Industria. Economía. Capitalismo

LICENÇA DE USO

Este é um artigo publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons* Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, desde que o trabalho original seja corretamente citado. Mais informações em: https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

CONFLITO DE INTERESSES

Os autores declararam que não existe nenhum conflito de interesses neste trabalho.

CONTRIBUIÇÕES AUTORAIS

Fernando Mascarenhas: Conceitualização; Análise; Investigação; Desenvolvimento da metodologia; Supervisão; Escrita – rascunho original; Escrita - análise e edição.

Nadson Santana Reis: Conceitualização; Análise; Investigação; Desenvolvimento da metodologia; Escrita - análise e edição.

Marcelo Resende Teixeira: Conceitualização; Análise; Investigação; Desenvolvimento da metodologia; Escrita - análise e edição

FINANCIAMENTO

O presente trabalho foi realizado sem o apoio de fontes financiadoras.

COMO REFERENCIAR

MASCARENHAS, Fernando; REIS, Nadson Santana; TEIXEIRA, Marcelo Resende. Indústria do futebol e acumulação capitalista: um debate a partir da economia política da *Premier League*. **Movimento**, v. 30, p. e30049, jan./dez. 2024. DOI: https://doi.org/10.22456/1982-8918.140847

RESPONSABILIDADE EDITORIAL

Alex Branco Fraga*, Elisandro Schultz Wittizorecki*, Mauro Myskiw*, Raquel da Silveira*

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança, Porto Alegre, RS, Brasil.