

Uma breve análise das relações entre intermediários e jogadores de futebol menores de 16 anos

A brief analysis of the relationship between intermediaries and football players under the age of 16

Walter Reyes Boehl, Mauro Myskiw

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, Brasil

HISTÓRICO DO ARTIGO

Recebido: 08 abril 2021

Revisado: 09 maio 2021

Aprovado: 09 maio 2021

PALAVRAS-CHAVE:

Agentes de Futebol; Atletas de Futebol; Adolescentes.

KEYWORDS:

Football intermediary; Football Players; Teenagers.

RESUMO

INTRODUÇÃO: As relações entre intermediários e jogadores de futebol de base maiores de 16 anos têm demonstrado maiores relevâncias, principalmente por fatores como o aumento das transferências e o incremento dos salários.

OBJETIVO: Analisar como são iniciadas, sustentadas e encerradas as relações entre intermediários de futebol e jogadores de base menores de 16 anos de idade.

MÉTODOS: Caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa com delineamento exploratório. A seleção da amostra foi não probabilística, de modo intencional, por conveniência. Participaram deste estudo 04 intermediários, homens com idades entre 36 e 42 anos. Para coleta de informações, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas, as quais foram gravadas e posteriormente transcritas.

RESULTADOS: Emergiram das entrevistas 187 unidades de registro, sendo alocadas em categorias e subcategorias, em conformidade com os pressupostos da análise de conteúdo. Considerou-se que as relações se iniciam a partir da análise de jogadores e os primeiros contatos entre agente e família do jogador. Sustentam-se à base da confiança e através da oferta de benefícios materiais e de serviço por parte do intermediário. O encerramento das relações pode ocorrer por motivos alheios antes da celebração do primeiro contrato profissional.

CONCLUSÃO: Conclui-se que o principal interesse dos intermediários é fidelizar o jogador para lucrar financeiramente quando esse se profissionalizar.

ABSTRACT

BACKGROUND: The relations between intermediaries and base football players over 16 years old have shown greater relevance, mainly due to factors such as the increase in transfers and the increase in wages.

OBJECTIVE: To analyze how the relations between soccer intermediaries and youth players under 16 years old are initiated, sustained and ended.

METHODS: It is characterized as a qualitative research with an exploratory design, which allowed the interpretation of the results found. The sample selection was non-probabilistic, intentionally, for convenience. Four intermediaries, men, aged between 36 and 42 years, participated in this study. To collect information, semi-structured interviews were used, which were recorded and later transcribed.

RESULTS: 187 record units emerged from the interviews, being allocated into categories and subcategories, in accordance with the assumptions of content analysis. It was considered that the relationships start from the analysis of players and the first contacts between the player's agent and family. They are sustained on the basis of trust and through the offer of material benefits and service by the intermediary. The termination of relationships may occur for other reasons before the conclusion of the first professional contract.

CONCLUSION: The main interest of intermediaries is to retain the player to profit financially when he becomes professional.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa faz parte do trabalho de conclusão de curso intitulado “Intermediários de futebol: as relações com os jogadores de base (menores de 16 anos)”, que teve como interesse analisar como são constituídas as relações profissionais dos intermediários¹ com jogadores de futebol de base menores de 16 anos. A partir desse estudo, como meio de circulação de conhecimento, optou-se pela constituição deste artigo.

A relação entre intermediários e jogadores de futebol de base é um fenômeno emergente, notabilizado, nos últimos tempos, por conta das novas legislações e regulamentos. Com o fim do passe², por meio do advento da Lei Pelé (BRASIL, 1998) e a publicação do Regulamento Nacional dos Intermediários (RNI) (CBF, 2015), o número de intermediários aumentou exponencialmente.

A explosão comercial e as cifras envolvidas nas transações entre futebolistas e clubes, conforme Ezabella (2009) foram o suficiente para que esses profissionais ocupassem função de larga importância nesse campo. Para Cardoso (2017), a função do intermediário ganhou importância para o sistema, a partir do aumento expressivo dos valores de salários e transferências de jogadores.

Conforme regulamentação da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), a função do intermediário é representação na elaboração e revisão de contratos entre atletas e clubes e a transação nas transferências. Todavia, outras funções também são desempenhadas, como a negociação e prospecção de contratos de licença de uso de imagem, de patrocínio, publicidade e de material esportivo (EZABELLA, 2009).

No Brasil, a Lei Pelé estabelece que o primeiro contrato profissional do futebolista só pode ser materializado após os 16 anos de idade. Embora haja a possibilidade de pagamento de auxílio financeiro, por clubes e entidades de prática desportiva, a partir de 14 anos, esse é em nível de bolsa (BRASIL, 1998). Afora isso, o jogador deve ter uma rede relacional de modo a maximizar seu capital esportivo, estruturada muitas vezes pela expertise de intermediários, para atingir a profissionalização desejada (SPAGGIARI, 2014).

Nesse sentido, este estudo justifica-se pela baixa produção literária no Brasil acerca do tema. Como problematização, tem-se a análise de como os intermediários estabelecem, sustentam, mantêm e desfazem as relações com jogadores de futebol de base menores de 16 anos. Como o objetivo geral, buscou-se analisar como são constituídas as relações profissionais dos intermediários com jogadores de futebol de base menores de 16 anos de idade.

Como objetivos específicos, tem-se a compreensão de como as relações são estabelecidas entre os agentes e estes jovens; observar quais são as análises e os critérios adotados pelos intermediários ao selecionar um atleta para representá-lo; entender por que os intermediários constroem essas relações profissionais; perceber quais são as estratégias utilizadas para sustentarem os laços profissionais e, por fim, que modo essas relações findam.

¹ O termo “intermediário” é a forma como a Federação Internacional de Futebol (FIFA) e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) definem, desde 2015, o sujeito que representa o jogador de futebol mediante clubes e entidades esportivas. Antes deste designio, o operador era conhecido popularmente como “empresário” ou “agente”.

² Passe era o contrato de vinculação exclusiva do jogador de futebol com o clube.

MÉTODOS

Para esta investigação, foi adotada a abordagem qualitativa com delineamento exploratório, no qual, participaram como sujeitos da pesquisa quatro (n=04) intermediários, cadastrados junto à CBF. Esses sujeitos, com idades entre 36 e 42 anos e experiência profissional de mais de 05 anos, tinham como características ser representantes de futebolistas de base, menores de 16 anos, vinculados a clubes de futebol do Rio Grande do Sul. Apenas um possuía formação superior completa em educação física, os demais iniciaram esse mesmo curso, porém não o concluíram.

Aos entrevistados, foi apresentado e entregue um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e Declaração de Esclarecimento e de Consentimento. A coleta de informações junto aos sujeitos da amostra foi realizada por meio de entrevista semiestruturada, em um tempo médio de 15 a 30 minutos, no qual responderam de maneira espontânea as seguintes questões: como são estabelecidos os primeiros contatos com o atleta e como chegam a ele? É feito algum contrato expresso (escrito) ou somente verbal com os pais ou responsável pelo atleta não profissional? O que você disponibiliza para o atleta, isto é, oferece aos pais/responsáveis do jogador para ter a sua procuração ou contrato de representação? Quais são os seus interesses ao representar um jogador de futebol não profissional menor de 16 anos? Descreva sucintamente quais análises são feitas sobre o atleta de base para acreditar que vale investir em sua representação. Ao final, ao entrevistado foi concedido fazer qualquer colocação pertinente ao tema, sendo apontado como “outro(s) dado(s) que julgar útil(eis)”.

Após as transcrições das entrevistas, os dados foram submetidos à metodologia de análise de conteúdo de Bardin (1999), sendo extraídas 187 unidades de sentido dos textos das entrevistas, alocando em categorias e subcategorias. Essa conduta possibilitou o cruzamento de dados, com suas respectivas significações, permitindo observar eventuais relações contextuais. Essas unidades de sentido foram alocadas e subalocadas, em devidas categorias e subcategorias, as quais são apresentadas numericamente, entre parênteses, ao longo do artigo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os achados apresentados a seguir foram estruturados a partir de subsídios coletados junto aos intermediários entrevistados. As categorizações das unidades de registros foram a posteriori, conforme a liberação das unidades de registros dos textos. Nesse sentido, formaram-se três categorias: Estabelecimentos, Sustentações e Encerramentos. A primeira categoria foi decomposta por duas subcategorias: Contatos Iniciais e Análises de Jogadores. Logo, a segunda categoria Sustentações foi constituída de outras três subcategorias: Vínculos, Recompensas e Interesses dos Intermediários. A última categoria Encerramentos foi formada pelas subcategorias Partindo do Atleta/Familiares e Partindo do Intermediário (Quadro 1).

Para a categoria Estabelecimentos, foram extraídas 58 unidades de registro da questão: “descreva sucintamente quais análises são feitas sobre o atleta de base para acreditar que vale investir em sua representação e como são estabelecidos os primeiros contatos com o atleta e como chegam a ele”. Dessa

categoria, surgiram duas subcategorias: Análises de Jogadores (44) e Contatos Iniciais (19).

A subcategoria Análises de Jogadores surge a partir da constatação que alguns critérios são importantes na escolha do atleta a ser intermediado. Foram alocadas nesse campo as unidades de registro Observação de Vídeo (06), Talento (13), Convicção (03), Observação de Campo (09) in loco, Maturação Biológica (04), *Scout* (03) e Comportamento Extracampo (06).

Quadro 1. Categorias e subcategorias das análises de conteúdo.

CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS (Unidades de registro)
Estabelecimentos (63)	Análises de Jogadores (44)
	Contatos Iniciais (19)
Sustentações (103)	Vínculos (16)
	Recompensas (50)
	Interesses dos Intermediários (37)
Encerramentos (21)	Partindo do Atleta/Família (12)
	Partindo do Intermediário (09)

Fonte: elaboração do autor.

O método de observar jogadores por vídeos de melhores momentos serve para uma ideia inicial. Em seguida, passam para apreciações em vídeos integrais. Entretanto, a análise final do desempenho não termina somente com a observação desse material, ela segue com as Observações de Campo e com as devidas análises de *Scouts*.

A unidade de registro talento emergiu como principal fator na busca do jovem atleta. Esse elemento denota ser o principal motivo na visão do intermediário. Além disso, percebe-se que a principal tática utilizada para captação do jogador talentoso é a observação de campo, in loco. A estratégia de diagnóstico em situação de jogo serve para contribuir com o conjunto formador de convicção. Apesar disso, nem sempre o agente tem tempo para apresentar opinião formada sobre o atleta. Esse pensamento é sustentado pelas constatações de Spaggiari (2009), o qual infere que a análise realizada em tempo diminuto impede que valores e características importantes sejam mais bem analisados. No temor de perder o negócio, o intermediário aumenta os riscos de realizar um mau negócio.

A categoria maturação biológica apresentou-se como um dos critérios decisivos para a escolha pelo jogador. Esse fator é tão importante que se busca jogadores com o nível técnico próximo, mas preferindo os de menor maturação biológica (LIMA et al., 2008).

Em relação ao *scout*³, compreende-se como um instrumento interessante para a o conjunto formativo de convicção sobre o potencial. Diferentemente das observações in loco, que são mais subjetivos, esse ferramental fornece dados objetivos sobre o comportamento em campo. O fator conduta do jogador fora dos gramados também se caracterizou como primordial na hora da seleção. Percebe-se que o interesse dos intermediários está em captar atletas com qualidades técnicas e táticas acima da média, quando dentro dos campos, todavia que tenha um comportamento exemplar externamente.

A unidade de registro indicação é uma das formas de começar relações deste campo. A indicação surge a partir de obser-

vadores amigos ou dos próprios jogadores/clientes. Nesse sentido, o intermediário busca as informações pertinentes sobre o atleta junto aos seus familiares.

A subcategoria Contatos Iniciais (19) apresenta como começam as relações entre intermediários e jogadores de futebol. Normalmente, os agentes, ao se interessarem por algum jogador, Procuram os Pais ou Responsáveis (04), podendo ser através das Redes Sociais (06) ou por meio de Outros Intermediados (03). No entanto, antes buscam informações sobre algum Envolvimento com Intermediário (03). Ainda, pode ser realizado o Contato Direto com os Atletas/Responsáveis (03).

Sobre o primeiro contato com os familiares via Redes Sociais, o intermediário procura saber o perfil do menino nas redes sociais digitais. O segundo passo é descobrir quem é o seu responsável para contatá-lo, de acordo com Antônio: “Hoje, fica muito fácil o acesso em rede social. A gente acha as pessoas ali e ali a gente pede o telefone do responsável. Marca uma reunião... se conhece, né”.

A subcategoria Representante/Intermediário relaciona-se com a busca da informação sobre a existência de que o menino já possua empresário para contatá-lo ou não. Apesar disso, percebe-se que a existência de um intermediário trabalhando com o atleta não pode ser considerada um empecilho para uma aproximação, como relata Antônio: “[...] se tem alguém, a gente... se for um cara forte de mercado, procura fazer uma parceria”. Além das unidades de registros extraídas dos textos, as informações supracitadas demonstram que o fator contatar jogadores sem representante não seja tão significante.

Sobre o contato inicial partir do atleta ou responsável, ficou demonstrado através das respostas dos entrevistados que as redes sociais digitais, o site Google, o e-mail, o telefone, conseguido através de outro atleta cliente, são os instrumentos mais comuns para começar um diálogo. Compreendemos que o jogador ou a família ao procurar pelos serviços do intermediário esteja imaginando que a relação facilitará da vida esportiva dentro do clube. Dessa forma, observamos que não há uma dependência de ordem entre a análise do jogador e o contato inicial. Esse último pode ocorrer tanto antes quanto depois da observação técnica. O fato depende de quem provoca a ação.

Na categoria Sustentações, surgem (107) unidades de registros, através das perguntas: é feito algum contrato expresso ou somente verbal com os pais ou responsável pelo atleta não profissional, o que se disponibiliza para o atleta, isto é, oferece aos pais/responsáveis do jogador para ter a sua procuração ou contrato de representação e quais são os seus interesses ao representar um jogador de futebol não profissional menor de 16 anos. Dessa categoria, nasceram três subcategorias: Vínculos (16), Recompensas (50) e Interesses dos Intermediários (37).

A subcategoria Vínculos deseja expor como se mantém conectadas as relações, apresentando dispositivos que constituem uma lógica de interdependência. Das entrevistas, apuraram-se duas unidades de contexto, o Contrato Escrito (05) e o Contrato Verbal (11).

O contrato escrito ou expresso é um documento confeccionado e assinado pelos interessados como processo de garantia que os acordos sejam cumpridos de ambas as partes. Todavia, conforme as regulamentações da CBF (2018), é veementemente proibida a celebração de qualquer tipo de contrato de representação entre intermediários e jogadores de futebol não pro-

³Método de registro das informações e análise do jogo e de atletas.

fissionais menores de idade mesmo não sendo permitidos pela CBF (2018), os intermediários costumam realizar acordos verbais com os atletas e seus responsáveis. No entanto, alguns intermediários ignoram o regramento. Os entrevistados admitem existir acordos velados entre as partes, que, apenas, deixam de registrar os seus acordos em cartório ou na CBF.

Nesse sentido, os intermediários não possuem garantia por força contratual que o atleta ao chegar à idade de assinar contrato profissional vai procurá-lo para manter os seus serviços. Para o agente Márcio, a segurança está na confiança. Conforme Seto (2017), a palavra do intermediário que goza de grande reputação junto ao mercado é o suficiente para que os acordos prevaleçam.

Na subcategoria Recompensas (50), percebe-se como um conjunto de ofertas de materiais e de serviços que o intermediário disponibiliza para o jovem atleta, bem como para sua família em troca da fidelidade da parceria. Incluso nas possibilidades de agradados, surgiram através das entrevistas, Ajuda de Custo (08), Moradia (04), Automóvel (05), Clubes Maiores (03), Materiais Esportivos (13), Negociações de Contratos (03), Gestão de Carreira (08), Publicidade (03) e Serviços de Saúde (03).

Em relação à Ajuda de Custo, o patrocínio financeiro mensal ao atleta ou alguma contribuição pecuniária inicial surgiram dos textos, sendo método eficaz para manter a relação de parceria. O intermediário se dispõe a bancar mensalmente uma contribuição financeira. Por outro lado, o intermediário Antônio afirma categoricamente que o seu escritório é contrário a essa prática para manter as relações intactas: “[...] o mercado hoje tá bem complicado. Muita gente paga para ser empresário de jogadores. Nós não trabalhamos assim”. Ao contrário da afirmação de Antônio, o interrogado Sílvio indica que a prática de pagar salários para os menores, através de suas famílias, é uma alternativa recorrente para fidelização.

Segundo Franciosi (2012), a ajuda de custo mensal é uma prática convencionada entre intermediários e jovens atletas, sendo método de sustentar a relação entre as partes até chegar à profissionalização do atleta. O regalo também pode ser veículo: dar como presente ao pai do menino um automóvel (FRANCIOSI, 2012). Além disso, é muito comum os intermediários pagarem aluguel de moradia ou darem casas para os seus clientes enquanto jovens, como forma de fidelizar.

Segundo Guerra e Souza (2008), é comum ofertar para família do atleta, casa, emprego aos pais, escola particular, plano de saúde, entre outras coisas. Nesse sentido, Franciosi (2012), aponta que o intermediário Gilmar Veloz admitiu ter perdido alguns imóveis em negócios sem sucessos, o que confirma a ideia de ofertar residências, para jovens jogadores. Ainda, o intermediário Jorge Machado gastaria algo em torno R\$ 300 mil mensais com cerca de 200 meninos, o qual ajuda a sustentar, pagando aluguel, entre outras coisas (FRANCIOSI, 2012).

Dentro das possibilidades no pacote de ofertas dos intermediários, encontra-se a unidade de registro clubes maiores. Esse arranjo seria a transferência do aspirante de um clube menor para um melhor. Em suma, ao jogador é prometido tirá-lo de um clube mais modesto, para uma equipe de maior visibilidade. Neste momento, percebemos o expediente o qual os intermediários se valem para conquistar e/ou manter o seu cliente. A proposta sedutora de sempre procurar elevar a condição esportiva do atleta, na forma de alocando em clubes melhores, além

de servir como tal, igualmente é um processo de valorização do seu jogador.

A unidade de registro Materiais Esportivos é o espaço que dá conta de compreender como os benefícios de fornecer chuteiras, caneleiras, luvas de goleiros conseguem manter as relações. Nesse campo, quase todos os entrevistados afirmaram que fornecem materiais esportivos, demonstrando que essa ação visa possibilitar a prática esportiva para configurar um melhor desempenhando desportivo.

As Recompensas podem ser exemplificadas com a informação sobre o intermediário Jorge Moreira Machado que investe pelo menos R\$ 300 mil mensais com cerca de 200 meninos, pagando aluguel, médico, dentista, roupa, chuteira (FRANCIOSI, 2012). Ainda, segundo Carvalho (2018), quando o intermediário não compra as chuteiras, viabiliza através de empresas de material esportivo.

A unidade de registro Negociações de Contratos se notabiliza por ser principal a causa da existência dos intermediários. Esse serviço pauta-se na confecção de contratos de formação entre clubes e atletas. Pelas entrevistas, evidenciamos que essa prática está mais para o campo profissional, não se afamando como oferta para o espaço amador. Desse modo, percebemos que essa unidade encontra-se no arcabouço da gestão de carreira.

O Planejamento de Carreira para essa idade apresenta-se dentro das Recompensas oferecidas pelos agentes como primordial para a realização do sonho do aspirante. Nesse sentido, o intermediário Fernando acrescenta:

“muitos materiais e serviços são oferecidas ao jogador, mas para mim a gestão de carreira é a mais importante e que eles e as famílias deveriam levar mais em consideração”.

O serviço de Publicidade é outra benfeitoria envolvida nas relações. Nesse campo, seria o serviço de propaganda nas mídias sociais, através de *cards*⁴, assessorias publicitárias, fotografias e informações sobre o atleta no website da empresa. Porém, essa unidade de registro não se apresentou com tanta força. Para dar conta de um campo em que os clubes deixam a desejar, os intermediários entram com o que pode ser compreendido como serviços de saúde. O intermediário Antônio, sobre este assunto, afirma que casualmente oferecem:

[...] atletas que precisam de psicólogo. O psicólogo do clube não dá conta. Tem exceções que a gente paga um psicólogo. Ah, o meu filho tá doente. Questão de saúde. A gente tenta organizar alguma coisa quando não tem para onde correr [...].

A possibilidade desse serviço-extra se evidencia por meio do discurso do entrevistado Antônio. Porém, a manifestação do intermediário Fernando torna mais nítida tal situação:

Se o menino precisar de um psicólogo, de um dentista, de um médico, onde o clube não tem, nós podemos disponibilizar. Mas isso não é uma regra. Não costumamos oferecer quando acertamos com o atleta.

Essa condição que engloba a contratação de serviços profissionais na área, como psicólogos, dentistas, médicos, entre outros, em relação aos outros fatores, ficou evidente que não

⁴ Peça publicitária normalmente veiculada em redes sociais digitais, com informações sumárias sobre participação do atleta em jogos ou competições.

surge com a mesma força tal quais as outras unidades de significado.

Diante desse conjunto de motivações, evidenciou-se que são inúmeros os bens materiais e de serviços ofertados, com a intenção de manter o jogador de futebol de base dentro do acordo. Entretanto, a unidade de registro materiais esportivos dentro da presente subcategoria esteve mais intensa em consideração às outras. Dessa forma, pudemos perceber que materiais esportivos destacam-se.

Os conteúdos alocados na subcategoria Interesses dos Intermediários se apresentam com extrema relevância à medida que fornecem subsídios para compreendermos quais são as vantagens visadas nessas associações por parte dos empresários. Nesse sentido, os elementos analíticos servem para clarificar quais são os benefícios almejados por esses profissionais. Dentro dessa subcategoria, libertaram-se espontaneamente das entrevistas os Fatores Fidelização (12), Retorno Financeiro (21) e Fazer o Bem (04).

No sentido mercadológico, o jogador não profissional se tornaria fiel ao serviço prestado até então, transcendendo a assinatura do seu primeiro contrato profissional. Para tal, o atleta tem a sua carreira gerida e sustentada economicamente pelo intermediário. Por questão moral, quando acontece a proposta de contrato profissional pelo clube, o jogador moralmente obriga-se a assinar contrato de prestação de serviço com o agente.

A unidade de registro Retorno Financeiro foi a que mais teve ocorrência dentro da subcategoria Interesses dos Intermediários. Dentro da lógica econômica, percebe-se a evidência uma situação que nos pareceu um tanto óbvia, pois permeia uma dialética mercantilista que envolve o futebol dos últimos tempos. A própria figura do intermediário, conforme Soares (2015), emerge à medida que esse passa a articular os acordos financeiros entre clubes e jogadores, sendo o representante destes últimos. Nesse sentido, não existe razão de se pensar de outro modo que o fator principal quando se fala em interesse de um intermediário em representar um jogador de futebol em início de carreira na base é no futuro lucrar economicamente.

Na perspectiva de aposta, fica evidente que não se pode investir em qualquer atleta. Busca-se pelo jogador que tenha potencial para, preferencialmente, ser negociado com clubes europeus. Diante dos fatos, esse fator indica que o escopo primordial por parte do intermediário ao contrair laços com o aspirante a futebolista objetiva um capital econômico futuro. Como seu representante nas futuras negociações, a ele caberá comissionamento. Além disso, poderá receber percentual da remuneração do atleta (EZABELLA, 2009).

O fator Fazer o Bem, dentro dessa subcategoria, nos pareceu não conter a mesma potência que as outras unidades de registro. No entanto, os entrevistados expuseram de forma que pudesse ser considerada dentro desse contexto. O intermediário Fernando destaca:

Óbvio, que vamos Fazer o Bem. Afinal, estamos tirando o menino, tirando a família da pobreza. Estamos entregando uma vida digna e dando esperança que sejam pessoas de sucesso.

Todavia, a fala indica que o interesse em Fazer o Bem seria uma atividade secundária, sendo um mero desfecho paralelo aos interesses primários. Todos os entrevistados, nesse cenário,

foram unânimes em dizer que dentre suas ações e interesses há a característica de Fazer o Bem ao menino e extensivamente à sua família. Entretanto, as intenções parecem não ser a mesma. Enquanto, uns admitem que o Fazer o Bem é reflexo secundário dos seus interesses, outros propalam que antes de qualquer coisa as relações são humanas. Apesar disso, esse fator permite perceber que o fazer bem de fato é intrínseco às atividades de intermediação do futebol.

Na subcategoria Interesses do Intermediário, verificamos que o fator Retorno Financeiro emergiu com maior intensidade em relação aos outros componentes. Em seguida, surge a fidelização e logo depois o Fazer o Bem, o que pode denotar que os intermediários têm como interesse preponderante o lucro econômico. De certo modo, esses fatores não conseguem estar desassociados, pois existe uma interdependência entre os mesmos.

A categoria Encerramentos apresenta (21) as unidades de registros, que foram alocadas de forma que signifiquem como as relações comerciais entre as partes tendem a ser finalizadas. Percebemos que os elementos que tensionam as relações, para que as mesmas findem, podem advir tanto dos interesses do jogador e da sua família, como dos intermediários. Nesse sentido, emergiram dessas unidades de contexto duas subcategorias - Partindo do Atleta/Família (12) e Partindo do Intermediário (09). A presente subcategoria tem como ideal entender como as relações podem ser descontinuadas. Através das análises das entrevistas, percebemos que as dissoluções de contratos quase sempre tendem ser unilaterais, podendo ser por decisão do atleta/família ou pelo intermediário. Para dar conta da análise, emergiram 02 (duas) subcategorias: Partindo do Atleta/Família (12), Partindo do Intermediário (09).

A subcategoria Partindo do Atleta/Família apresentou os fatores que influenciam na decisão do jogador de base, juntamente com seus familiares/representantes, em romper a relação. Nesse âmbito, aparecem dois fatores aliciamentos e pedidos negados. Em relação a aliciamentos, como nessa idade, não há contrato escrito que impeça a troca de intermediário pelo jogador, o menor e sua família/responsável tem total liberdade para mudar bem quando quiser. Diante disso, alguns intermediários costumam oferecer vantagens melhores. Essa realidade pareceu ser bem comum no meio das intermediações. A continuidade relacional se dá mais pelas benesses estendidas, como adverte Myskiw (2006), se os benefícios não são importantes, as partes não estarão interessadas em desenvolver esforços para manter e reforçar o relacionamento.

Nessa lógica, o assédio aos jovens é quase inevitável. Com a possibilidade de quebrar o pacto por condições financeiras melhores, muitas vezes a família do jogador decide abandonar o intermediário atual para se vincular a outro que lhe proporcione melhores condições. Outra situação que surgiu através das falas dos entrevistados sobre o fim da relação partindo do atleta é quando passam a exigir além do que fora inicialmente acordado. Esse fator emerge da ideia que os intermediários nem sempre podem ou devem atender os desejos e luxos do seu cliente. A falta de consideração por parte do jogador pode ser outro indicativo para o final de parceria. Isso poder representar a fragilidade dos relacionamentos.

A subcategoria partindo dos intermediários notabiliza-se pela decisão de rompimento de relacionamento com o atleta/

família por parte do intermediário. Esse campo visa demonstrar como ocorrem os termos dos acordos de forma unilateral pelos intermediários. Dois elementos se destacaram como justificativa para o desacordo: pais parasitas e chantagens.

O fator pais parasitas (03) enseja demonstrar que, para os intermediários, os pais não podem viver à custa de seus filhos, pois são apenas crianças e não devem ser exploradas. O intermediário Antônio apresenta:

[...] Hoje em dia a gente vai numa arquibancada, tem jogo segunda, terça, quarta, quinta, sexta. Três da tarde, o pai e a mãe estão ali em todos os jogos. Não trabalham. Eu acho que o pai e a mãe tem que seguir a sua vida. O atleta tem um sonho. Um menino, uma criança, ele tem que viver os sonhos dele. Tem que estudar, tem que descansar. Eu acho que essas pessoas acabam atrapalhando. Dando essa verba pro pai e pra mãe, o pai e a mãe deixam de trabalhar. Deixam de fazer as coisas. Tão vivendo um sonho junto com o filho. Meu filho vai ser um Neymar. Não é. De dez milhões um vira.

Todavia, entendemos que toda essa preocupação por parte dos intermediários com a vida familiar do seu cliente não é em vão. Como os agentes doam mensalmente uma ajuda de custo para o menino, esse valor não se resume no desenvolvimento e na formação do atleta, mas no sustento da casa. Portanto, o pagamento não está cumprindo a sua finalidade. Sendo assim, o familiar, que vive desse dinheiro, mais cedo ou mais tarde, deverá pedir um aumento na ajuda de custo, o que não é interessante para o representante. Dessa forma, os agentes preferem desfazer o pacto antes que chegue a um nível de investimento que gere prejuízos.

A outra unidade de significado a chantagens alguns entrevistados suscitaram que os intermediários preferem encerrar a relação quando começam a ser pressionados pelos familiares/responsáveis. Normalmente, esses ameaçam trocar de intermediário se não receberem valores maiores, ou uma casa ou um carro melhor. Dessa forma, constatamos que as relações são rompidas pelos intermediários quando não cedem às chantagens e preferem o desfazimento do acordo.

CONCLUSÃO

Considera-se que uma das maneiras de iniciar relacionamentos entre intermediários e jogadores, fase de Estabelecimentos, parte da intenção do intermediário em representá-lo, quando o primeiro tem convicção sobre o potencial futebolístico no que tange uma futura profissionalização. Dessa forma, os intermediários buscam os jogadores com as capacidades futebolísticas que julgam possuírem potencial de evolução esportiva. Sendo assim, somente após as devidas análises de potencial que irão propor o fechamento de parceria, em que o empresário se tornará o representante e assumirá em contrapartida algumas responsabilidades econômicas para com o atleta. De outra forma, há a existência da parceria ser proposta a partir do desejo do atleta. Nessa, o jogador é quem toma a iniciativa. Contudo, o intermediário necessita antes de qualquer combinação analisar as capacidades dos atletas, no sentido de evolução desportiva e, por consequência, para lucrar financeiramente quando o atleta tornar-se profissional.

O segundo estágio nas relações dos intermediários com os adolescentes denomina-se de Sustentações. É o momento em que as relações se mantêm através de estratégias adotadas tanto pelos intermediários quanto pelos jogadores. Nesse período,

as relações são sustentadas a partir de um contrato tácito, na qual existe uma promessa implícita ou explícita de continuidade relacional entre os parceiros, que perdure até e durante a vida profissional do atleta. Como não há hipótese de formalização expressa de contrato neste período, em que possa ser cobrado nas esferas competentes, qualquer tipo de rompimento, os vínculos costumam ser frágeis.

Como forma de fortalecimento, os intermediários costumam disponibilizar benefícios materiais, como chuteiras, caneleiras, roupas, e serviços ao jogador e extensivamente à família. Os desfazimentos das relações, fase dos Encerramentos, costumam acontecer quando os intermediários não compactuam com a conduta de familiar ou responsável do seu representado, por meio de "chantagens". Na categoria Encerramentos, o término da parceria também pode ocorrer a partir do desejo do jogador, que ao não ter o seu desejo/interesse atendido junto ao seu representante, decida encerrar a relação e buscar, se ainda não tiver sido procurado, por outro intermediário.

As relações entre intermediários e jogadores de categorias de base vedados de assinarem contratos profissionais com clubes são de certa maneira heterogêneas. Existem muitas peculiaridades que devem ser consideradas, desde o tamanho da instituição até o circuito futebolístico a qual está integrado, para que se alcance a dimensão desejada. Esta pesquisa procurou apontar para alguns fenômenos que ocorrem no Rio Grande do Sul. Portanto, são inferências para as devidas circunstâncias. Assim, como sugestões para novas pesquisas ter-se-ia duas: pesquisar esses tipos de relações em outras regiões brasileiras ou, quiçá, em outros países que tenham legislação esportiva semelhante a do Brasil e/ou realizar um estudo sobre os interesses dos intermediários nas relações com futebolistas profissionais e com dirigentes de instituições esportivas.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1999.
- BRASIL. **Decreto-Lei nº 9.615**, de 24 de março de 1998. Institui normas gerais sobre o desporto e dá outras providências. Presidência da República, Brasília, 1998. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1998/lei-9615-24-marco-1998-351240-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acessado em: 02 de maio de 2021.
- CARDOSO, N. M. S. **Intermediário FIFA: percurso para o sucesso**. 2016. 63f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 2017.
- CARVALHO, B. **"Arde no bolso"**: Sem patrocínio, atletas têm que comprar chuteira própria. UOL. São Paulo, abr. 2018. <<https://navitrine.blogosfera.uol.com.br/2018/04/20/arde-no-bolso-sem-patrocínio-atletas-tem-que-comprar-chuteira-propria/>>. Acessado em: 03 de maio de 2018.
- CBF. Confederação Brasileira de Futebol. **Regulamento Nacional de Intermediários 2018**. Disponível em: <https://cdn.cbf.com.br/content/201712/20171221163653_0.pdf>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2018.
- EZABELLA, F. L. **O agente FIFA à luz do direito civil brasileiro**. 2009. 148f. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- FRANCIOSI, A. **Jorge Machado e Gilmar Veloz**: empresários dos milhões. Gaúchazh, Porto Alegre, nov. 2012. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/noticia/2012/11/jorge-machado-e-gilmar-veloz-em-presarios-dos-milhoes-3946320.html>>. Acessado em: 10 de março de 2020.
- GUERRA, R. A. P.; SOUZA, M. J. Fatores que influenciam a não profissionalização de jovens talentos no futebol. **Revista Brasileira de Futebol**, Viçosa, v. 1, n. 2, p. 30-37, 2008.
- LIMA, D. A. Estrada, L. F. G., MASSA, M., HIROTA, V. B. A maturação sexual e a idade cronológica durante um processo de detecção, seleção e promoção do talento esportivo nas categorias de base do futebol de campo. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 83-90, 2008.

MYSKIW, M. **Marketing esportivo no futebol**: um olhar à luz do paradigma do marketing de relacionamento. 2006. 125f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2006.

SETO, G. **Sem holofotes, empresário contam como atuam no futebol brasileiro**. Folha de São Paulo, São Paulo, fev. 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/02/1860057-empresarios-influencas-explicam-como-atuam-no-futebol-brasileiro.shtml>>. Acessado em: 03 de maio de 2018.

SOARES, D. N. G. **Do agente de jogadores ao intermediário**: a problemática

da regulação FIFA. 2015. 77f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Desporto) - Universidade de Lisboa, Lisboa, 2015.

SPAGGIARI, E. **Tem que ter categoria**: construção do saber futebolístico. 2009. 265f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

SPAGGIARI, E. **Família joga bola**: constituição de jovens futebolistas na várzea paulistana. 2014. 470f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem aos empresários de futebol que se dispuseram em atendê-los.

CONFLITO DE INTERESSE

Os autores do estudo declaram não haver conflito de interesses

FINANCIAMENTO

Este estudo não teve apoio financeiro.

ORCID E E-MAIL DOS AUTORES

Walter Reyes Boehl (Autor Correspondente)

ORCID: 0000-0001-9655-4080.

E-mail: neco.boehl@gmail.com

Mauro Myskiw

ORCID: 0000-0003-4689-3804.

E-mail: Mmyskiw@hotmail.com