



FIFA, corrupção e capitalismo

Sérgio Veloso

serg.vsjr@gmail.com

Há dias do início da Copa do Mundo do Qatar, estreou na Netflix documentário "Esquemas da FIFA". Ao longo de quatro episódios, são retratados esquemas de corrupção dentro da autoridade mais alta do mundo do futebol. O documentário concentra atenção nos esquemas de compra de votos para escolha do Qatar como sede da Copa de 2022, reservando um episódio inteiro para entrevista com Phaedra Almajid, que, em 2014, denunciou ao jornal inglês The Guardian todos os bastidores do processo. Também retrata com riqueza de detalhes as várias negociatas, recheadas de propinas distribuídas em envelopes cheios de dinheiro, que marcam o cotidiano das disputas de poder dentro do Comitê Executivo.

O que os vários registros veiculados pelo documentário deixam claro é que todo o processo de tomada de decisão da autoridade mais alta do mundo do futebol acontece por meio de propina e compra direta de votos. Com efeito, em 2015, o FBI deu início a uma série de investigações que resultaram na prisão de vários dos mais altos executivos da FIFA. O escândalo ficou conhecido pela imprensa como *Fifagate*. Todavia, é interessante perceber, mesmo cravada de escândalos de corrupção a FIFA segue com seu poder e autoridade sobre o futebol inabalados. Afinal de contas, por mais corrupta que a FIFA possa ser, não há chances de sequer imaginar o cancelamento de uma edição do maior torneio de futebol do planeta. Ainda que provada a corrupção, o

Qatar segue como sede e o evento já começou.

É inegável, portanto, que a FIFA é extremamente resiliente, mantendo-se firme diante de tempestades perfeitas de escândalos de corrupção e prisões. A pergunta que fica, então, é o que faz da FIFA essa organização tão poderosa e resiliente capaz de passar praticamente intacta por tantos escândalos de corrupção? Neste breve texto tentarei refletir sobre essa questão analisando a estrutura de poder e autoridade da FIFA e sua importância não só para o jogo futebol, mas, acima de tudo, para tudo que aquilo que o futebol - enquanto um dos mais lucrativos negócios do planeta sob controle direto da FIFA - significa para sustentação do capitalismo contemporâneo.

FIFA: ENTIDADE GLOBAL E SUPRATERRITORIAL

A *Fédération Internationale de Football Association*, ou FIFA, foi fundada em 1904 e, desde então, é o órgão que governa a prática competitiva do futebol em todo o Mundo. Já no seu estatuto, a FIFA clama para si todo e qualquer poder e autoridade sobre absolutamente tudo que diz respeito ao futebol, amador ou profissional, dentro e fora de campo.

À FIFA cabe “controlar o futebol tomando as medidas que julgar necessárias ou aconselháveis para impedir infrações aos estatutos ou regulamentações”¹; decidir sobre a escolha de seus membros – federações nacionais que também se organizam em federações regionais e continentais; implementar padrões técnicos a respeito da transmissão midiática dos jogos; estabelecer idiomas oficiais; organizar competições internacionais, entre elas a Copa do Mundo da FIFA; estabelecer padrões para suspensões e expulsões de jogadores e membros; controlar o status e o processo de compra e venda de jogadores, atuando, então, como reguladora de um mercado de jogadores profissionais; e, por último, mas não menos importante, criar as regras do jogo.

No período em que foi fundada, a FIFA contava com apenas sete membros. Hoje representa 209 associações nacionais de futebol, 17 membros a mais do que a Organização das Nações Unidas. As federações nacionais se organizam em seis confederações, uma para cada continente, são elas: Confederação Asiática de Futebol – AFC; Confederação Africana de Futebol – CAF; Confederação da América do Norte, Central e Caribe de Futebol – CONCACAF; Confederação Sul-americana de Futebol – CONMEBOL; Confederação de Futebol da Oceania – OFC; e a União das Associações Europeias de Futebol – UEFA.

Ao mesmo tempo em que os interesses e padrões de governança do mundo do futebol são decididos no concerto dessas federações e confederações nacionais e, portanto, territoriais, esse concerto se articula no interior da FIFA. Partes fundamentais da estrutura de poder e autoridade da FIFA, essas federações e confederações funcionam como organizações guarda-chuvas, representando e fazendo valer as decisões e parâmetros construídos na FIFA dentro dos territórios em que atuam.

Assim, ainda que seja sediada em Zurique, Suíça, e, por isso, deva se adequar aos imperativos legais daquele país², a FIFA não deve ser compreendida simplesmente como uma entidade suíça, mas sim como uma entidade supraterritorial de alcance global. Sua estrutura de autoridade é constituída por e difundida em mais de duas dezenas de países espalhados por todos os continentes, atravessando, portanto, fronteiras territoriais e sendo capaz de se projetar como poder e autoridade dentro delas. Fato é que a FIFA opera de modo sincronizado e simultâneo em todo espaço planetário. Sendo, na sua natureza, uma organização global em alcance e escala.

O poder e alcance da FIFA, e de outras federações e organizações esportivas, como o COI, é tão grande que a União Europeia as considera como entidades quasi-públicas, e como consequência argumenta que

elas deveriam se submeter a princípios como separação de poderes, transparência e democracia³, algo que, obviamente, não acontece. Se o mundo internacional se caracteriza pela anarquia estrutural, ou seja, pela ausência de um poder soberano que se sobreponha como autoridade sobre Estados soberanos, não se pode dizer o mesmo sobre o mundo do futebol: a FIFA é a autoridade suprema, uma espécie de Leviatã que controla tudo que diz respeito ao mundo do futebol. Não é absurdo dizer que a FIFA é a única dona do futebol. Sua existência transforma tal prática esportiva em propriedade privada com altíssimo poder econômico, comercial, cultural e político.

Organizações esportivas, como FIFA e COI, que controlam, respectivamente, o futebol e jogos olímpicos, detêm o poder de regulamentar toda e qualquer atividade que envolva os esportes que elas representam e controlam. Essas organizações fazem com que todo e qualquer negócio que envolva práticas esportivas sejam concentradas nas mãos de um só ator, no caso a organização que detém controle e autoridade sobre o esporte. Nesse cenário, as negociações e fechamentos de contratos encontram caminhos mais otimizados e facilitados para ocorrerem, uma vez que aqueles interessados em explorar a esporte enquanto negócio sabem exatamente com quem devem se relacionar e a quem devem se associar.

A existência desse tipo de organização é, portanto, fundamental para que práticas esportivas sejam convertidas em commodities negociadas em contratos bilionários que resultam em megaeventos com grande apelo comercial e capaz de atrair a atenção de pessoas em todos os lugares do planeta. Dito de outra forma, a FIFA transforma o futebol em um bilionário negócio global, que, como veremos na seção abaixo, movimenta não só a si mesmo, mas múltiplas outras marcas e negócios das mais variadas áreas e mercados.

A meu ver, a resiliência da FIFA, que faz com que seja capaz de passar quase ileso por tantos escândalos de corrupção advém dessa imensa capacidade sinérgica de movimentar não só um esporte, mas um mercado bilionário, gerando receita não só para si, mas para uma série de inúmeros atores econômicos, esportivos e não esportivos. A estrutura de poder supraterritorial e global da FIFA é condição para a formação de um complexo esportivo-midiático-comercial que move e sustenta parte considerável do capitalismo global. A FIFA é parte fundamental não para a existência de um esporte, mas para a manutenção de todo um modo de acumulação que move o capitalismo contemporâneo.

COMPLEXO ESPORTIVO-MIDIÁTICO-COMERCIAL

Futebol é hoje um dos esportes mais lucrativos, rentáveis e praticados em todo o mundo. Por isso, certos autores, como Giulianotti e Robertson⁴, argumentam que já não é mais possível compreendê-lo como uma prática esportiva simplesmente, e sim como um negócio capaz de mobilizar bilhões de dólares, assim como diversos atores e interesses, privados e públicos. Sendo a principal autoridade a regulamentar sua atividade não só dentro de campo, mas também fora dele, a FIFA se mostra como um poderoso ator político e econômico, capaz de exercer influência e autoridade sobre investidores e países, tanto no que diz respeito à prática de futebol dentro de territórios nacionais, quanto aos limites e regulamentações das atividades e transações econômicas inerentes ao mundo bilionário do mercado de futebol.

A organização de uma Copa do Mundo, propriedade mais valiosa da FIFA, envolve acordos e contratos de parceria, patrocínio e compras de direitos de transmissão que atravessam todo ecossistema de empresas do capitalismo global. Desde empresas de bebidas, como Coca-Cola ou Ambev, passando por grandes conglomerados midiáticos a empresas de aviação e cursos de línguas, o rol de empresas que se associam à FIFA em busca de faturar com futebol é variado e numeroso. Não há como dissociar a importância da FIFA do sucesso de marcas como Coca Cola ou até mesmo de empresas de mídia como a Globo, no Brasil, e diversas outras mundo afora. Assim, não parece arriscado argumentar que a FIFA, dada a natureza supraterritorial de seu poder e autoridade, que garante o alcance global de suas iniciativas e negócios, é peça chave para a sustentação não só do mundo do futebol, mas de parte do próprio capitalismo em sua forma global.

Parte considerável do apelo comercial do futebol está no fato que as pessoas não só gostam de praticar o esporte, mas parecem gostar ainda mais de assistir e torcer pelos seus times e equipes de preferência. A FIFA entendeu isso já há algumas décadas e desde a presidência de João Havelange (1974 - 1998) consolidou sua capacidade de controle midiático e de venda de direitos exclusivos de transmissão e marketing de tudo relacionado ao futebol. Na literatura sobre megaeventos esportivos, há um sólido consenso que o sucesso de eventos como Copa do Mundo se dá pela formação de um *complexo esportivo-midiático*.

O desenvolvimento de tecnologias de mídias de massa, principalmente o rádio e televisão, fez com

a venda de direitos exclusivos de transmissão de práticas esportivas ao vivo, gravada ou na forma de notícias, imagens ou análises, tenha-se tornado a mais importante, se não a principal fonte de receita para organizações e clubes esportivos⁵. Concomitantemente, jogos e competições esportivas tornaram-se programas decisivos e centrais na grade de programação de emissoras de televisão e rádio. O fato é que cada vez mais calendários estáveis e continuados de competições esportivas de todos os tipos ocupam lugar central em estratégias de redes de televisão e de mídia em geral para atração de audiência, patrocinadores e investidores. Alguns autores, como Robert Bellamy Jr.⁶, conferem tanta importância a essa relação simbiótica de benefício mútuo entre mídia e esporte que a caracterizam como uma das instituições mais fundamentais da modernidade.

Por meio de contratos que garantem a exploração exclusiva das potencialidades econômicas e comerciais do futebol por parceiros previamente selecionados, o *complexo esportivo-midiático* amplifica a capacidade de canalização sinérgica inerente ao futebol enquanto negócio. Amplificado pelo poder de transmissão da mídia, o esporte comodificado e a marca Copa do Mundo da FIFA tornam-se mais atraentes para outros atores, não necessariamente midiáticos ou esportivos, que passam a ver no megaevento uma grande oportunidade de expandir e projetar seus próprios negócios e marcas.

Sem o poder de transmissão e projeção que a mídia oferece a megaeventos, empresas puramente comerciais, como, por exemplo, Coca-Cola, Emirates ou MasterCard, não teriam tanto interesse em oferecer patrocínios e investir em eventos esportivos. Quando marcas e empresas que não têm, necessariamente, nenhuma relação com a atividade esportiva, investem suas capacidades e recursos na organização do espetáculo, elas procuram o mesmo tipo de projeção e transmissão midiática conferida ao conteúdo esportivo. Assim, a consolidação do *complexo esportivo-midiático* dotado de grande capacidade de geração, projeção e transmissão de conteúdos esportivos serve à interesses de expansão e fortalecimento de marcas não-esportivas. Pois quando empresas não-esportivas se associam às organizações esportivas, toda a exposição conferida ao evento esportivo é também conferida a suas marcas e produtos. Um campeonato de futebol como a Copa do Mundo, assistido por bilhões de pessoas, é, acima de tudo, uma das vitrines mais rentáveis do planeta.

Dada essa amplificação da sinergia inerente a megaeventos esportivos como Copa do Mundo, o que era um *complexo esportivo-midiático* se expande em um *complexo esportivo-midiático-comercial*. A figura

abaixo busca representar graficamente a estrutura das associações estabelecidas nesse amplo complexo. As setas demonstram o que cada parte oferece a outra, o que também pode ser compreendido como a função de cada parte na organização do evento esportivo, que deixa de ser um empreendimento exclusivo da FIFA, tornando-se responsabilidade de todos envolvidos.

de campo, esse negócio extremamente lucrativo que transborda os limites do esporte em si simplesmente não existiria. De modo geral, não é arriscado dizer que a FIFA detém controle soberano sobre todos os aspectos técnicos, políticos e econômicos que fazem do futebol uma commodity central de um dos mais lucrativos modos de acumulação do capitalismo con



FIGURA 1: COMPLEXO ESPORTIVO-MIDIÁTICO-COMERCIAL

Para além das associações que se estabelecem entre as organizações esportivas e seus parceiros, as organizações midiáticas e comerciais também se associam entre si. Aparentemente, essa associação não passaria pelo controle direto da autoridade esportiva. No entanto, uma vez que o objeto que possibilita essa associação midiática-comercial é o evento esportivo, que existe enquanto propriedade privada da organização esportiva, a relação entre as partes comerciais e midiáticas também são regidas por padrões técnicos e contratuais ditados pela autoridade esportiva.

Essa associação entre partes midiáticas e comerciais é importante para fazer circular a receita necessária para a transmissão dos jogos, que é passada das organizações comerciais para as midiáticas por meio de contratos de propaganda, através dos quais as organizações comerciais exploram, também de forma exclusiva, os espaços de propaganda das transmissões dos jogos.⁷ Nessa interdependência complexa triangular, todos saem fortalecidos, assim como fortalece-se a hegemonia da lógica comercial de exploração do esporte, transformando campeonatos esportivos em megaeventos altamente lucrativos.

Por óbvio, organizações esportivas como a FIFA se fortalecem ainda mais com a sinergia estabelecida entre parceiros comerciais e midiáticos, uma vez que sem a regulação soberana que a FIFA exerce sobre o futebol e todos os parâmetros técnicos dentro e fora

temporâneo. Sem a FIFA, esse modo de acumulação e toda receita gerada por ele para todos os parceiros que fazem parte do complexo midiático-esportivo-comercial simplesmente não existiria.

CONCLUSÃO

Mesmo ferida por uma série de escândalos de corrupção, que levaram a cadeia boa parte de seus mais altos executivos, a FIFA segue com seu poder e capacidade de realizar negócios em todo o planeta inabalados. Enquanto instituição, nenhum desses escândalos resultou na redução de seu poder, autoridade e capacidade de atrair a atenção de diversos atores interessados em participar dos gigantescos negócios e megaeventos que é capaz de organizar. Ela segue sendo a cabeça de um poderoso complexo e de um modo de acumulação bastante bem-sucedido.

Talvez a natureza supraterritorial e o alcance global de seu poder explique parte do fato dessa instituição, ainda que investigada e condenada, mantenha quase intocada seu poder e suas capacidades. A FIFA não é uma empresa ou corporação como qualquer outra. Seu produto, o futebol, não é tangível e não pode ser comercializado sem a participação direta de uma série de incontáveis parceiros comerciais, todos adequados a padrões técnicos determinados pela própria FIFA. Por mais corrupta que seja, destruir a

FIFA não parece ser do interesse de ninguém no planeta. Pois, no atual contexto, destruir a FIFA seria destruir o futebol enquanto o bilionário negócio que se tornou ao longo da segunda metade do século XX. Ou seja, destruir a FIFA seria muito mais que destruir uma organização, seria o mesmo que destruir um modo de acumulação central ao capitalismo global, capaz de produzir fluxos globais de investimentos, pessoas e capital tão gigantes que praticamente nenhum outro megaevento esportivo é capaz de produzir.

Diferente da experiência brasileira recente com a Operação Lava Jato, que destruiu boa parte da capacidade capitalista brasileira para lutar contra a corrupção, gerando desemprego, recessão e fazendo a cadela do fascismo parir o presidente mais inepto de toda história brasileira, o resto do mundo não parece se comportar como paladinos da moralidade na cruzada anticorrupção. Poucos são aqueles dispostos a sacrificar o capitalismo em prol de moralidades. Anos depois de uma grande e meticulosa investigação, o FBI concluiu que a FIFA foi vítima da corrupção de seus mandatários. No fim das contas, a opção foi por não jogar o bebê fora com a água do banho.

Devido ao *Fifagate* um ou outro executivo caiu, alguns foram presos. Sepp Blatter, que presidiu a organização entre 1998 e 2016, foi levado a renunciar e banido do futebol até 2028. Mas a FIFA segue sendo o Leviatã do futebol, a cabeça da medusa que é o modo de acumulação sustentado pelo futebol

enquanto negócio. A Copa do Mundo segue sendo o maior megaevento esportivo de todo planeta e todos os contratos firmados para a realização da edição do Qatar, por mais que fechados por meio de propina e lavagem de dinheiro, seguem firme. A resiliência da FIFA, na verdade, não é propriamente da FIFA. É a resiliência do próprio capitalismo. O que parece ter ficado claro a partir dos escândalos de corrupção que atingiram a FIFA é que luta anticorrupção não é suficiente para abalar a estruturas que movem e sustentam o capitalismo contemporâneo.

REFERÊNCIAS:

1. FIFA, *Estatuto da FIFA* [Livro, 2012], p. s/p.
2. FIFA, *Estatuto da FIFA*, p. s/p.
3. Pieth Mark, Heller Damian e Handschin Lukas, *Governing FIFA* [Relatório] / Faculty of Law ; University of Basel. - 2011. - pp. 1 - 39.
4. Giulianotti Richard e Robertson Roland, *The Globalization of Football: a study in the glocalization of the 'serious life'* [Artigo] // *The British Journal of Sociology*. - London : Blackwell Publishing, 2004. - 4 : Vol. 55. - pp. 545 - 568.
5. Grant A. e Graeme R. *Does Television Crowd Out Spectators?: New evidence from the Scottish Premier League* [Diário] // *Journal of Sports Economics*. - 2008. - Vol. 9. - pp. 592-605.
6. Bellamy Jr. Robert V. *Sports Media: a modern institution* [Seção do Livro] // *Handbook of Sports and Media* / ed. Raney Arthur A. e Bryant Jennings. - London : Routledge, 2006.
7. Lefever K. *New Media and Sport* [Livro]. - The Hague : ASSER Press, 2012.

novembro de 2022



Instituto
de Relações
Internacionais



PUC
RIO

**Os pontos de vista, pensamentos e opiniões expressos neste texto pertencem somente ao autor, e não refletem necessariamente o posicionamento da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) ou de seu Instituto de Relações Internacionais (IRI/PUC-Rio)*

SIGA O

IRI

NAS REDES
SOCIAIS



@IRI.Rio



@iripucRio



@IRI_PUCRio



www.iri.puc-rio.br