

A EMPRESARIZAÇÃO E A TEORIA DO CAMPO PARA PENSAR O FUTEBOL

REGIS FERNANDO FREITAS DA SILVA¹; MARCIO SILVA RODRIGUES²;
ELAINE DA SILVEIRA LEITE³

¹Universidade Federal de Pelotas – regisfernandosilva@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas) – marciosilvarodrigues@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – esleite20@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente resumo busca propor uma reflexão conceitual sobre a empresarialização e a teoria social do campo, para tanto, importante salientar que o resumo é parte de uma pesquisa que está em um momento de construção teórica e tem no futebol o seu objeto de análise. Ao passo que a aproximação dessas duas teorias pretende em alguma medida dar luz se passa a chamar de empresarialização do campo no futebol.

A tentativa dessa aproximação é inovadora, pois não há pesquisas nesse sentido, bem como, a associação de empresarialização e campo, ainda mais voltada para o futebol. Nesse sentido, há um esforço em relacionar as abordagens para em alguma medida pensar processo de empresarização, o campo e o futebol. Ainda que o resumo acaba por apresentar alguns aspectos dessas teorias e sua relação.

Assim, para compreender a empresarialização se utiliza as discussões de Solé(2003), Abraham(2006) e Rodrigues(2019). Os dois primeiros autores têm influenciado algumas pesquisas no Brasil que abordam a temática da empresarialização do mundo, que se propõe demonstrar a crescente centralidade da empresa como modelo de referência para todas organizações e relações. Já o último avança em aspectos acerca da empresarialização, pois não trata apenas na influência permanente que a empresa ou seus modelos empresariais têm em atuar sobre os seres humanos e suas diversas organizações. Mas sim em um processo da modernidade que tem na empresarização uma forma de estar no mundo e está em constante avanço, assim produzindo novas subjetividades, formas de organização e visões de mundo.

Já a teoria social do campo se utiliza da discussão teórica de Pierre Bourdieu, que tem no campo um espaço de práticas específicas com relativa autonomia, com processo histórico próprio, que tem espaço de possibilidade que tende a orientar a busca dos agentes, ou seja, um lugar onde se constroem sentidos comuns (Bourdieu, 1989).

O campo sinaliza para a existência de peculiaridades dentro da sua constituição, que ao longo do tempo vão determinando como é produzido e reproduzida sua lógica. Para essa aproximação teórica é fundamental se atentar ao processo histórico e o sentido que essa relação que os agentes têm no campo, pois conduzem a dinâmica de organização e subjetividades. Sendo um conjunto de práticas que resultam em formas de maneiras de agir e naturalizar como se deve se relacionar com o mundo.

Sendo assim, o objetivo é a tentativa de associar as duas abordagens teóricas e com isso possibilitar uma análise do futebol como objeto. Uma vez que a

empresarização é incorporada no campo. Claro, que há uma necessidade de grande aprofundamento, porém o resumo busca sinalizar essa possibilidade.

2. METODOLOGIA

O desenvolvimento do resumo, teve como método a análise bibliográfica com o intuito de verificar como se dá este movimento relacional entre o processo a empresarização e a teoria do campo. Através da articulação teórica do processo de empresarização e o campo que se buscou fazer uma associação teórica, pois ambos os conceitos estão ligados com as relações dos indivíduos na sociedade.

No presente caso, como as teorias auxiliam na forma de compreender o sentido comum que essa relação gera e a forma como ela é reproduzida e orientada. E quando colocado o futebol como objeto há um resultado. Diante da relação conceitual desses pontos apresentados se estabelece que a empresarização no campo do futebol é o resultado de uma nova dinâmica que foi acometida no campo. Ainda que se admita o caráter teórico desse enfrentamento, acaba por ser factível ao objeto apresentado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A definição de empresarização é ampla e passa aqui por duas perspectivas inaugurais uma que considera a empresa como uma organização e outra que a trata como uma instituição. Assim, tem nas lições de Solé (2003) que estão ancoradas na empresa como a organização típica da modernidade. Após, há a discussão de Abraham (2006), que tem guarida na concepção da empresa entendida como uma instituição, aqui fica relacionado ao modo como ela consolida e impõe hábitos coletivos (maneiras de agir e pensar) típicos de nossa sociedade (RODRIGUES, 2019).

Para Solé(2003) a história da humanidade é construída através processos de criação e destruição de mundos, de modo geral em determinado tempo e espaço, assim os indivíduos convivem e enfrentam as dificuldades através de uma força organizadora, que nada mais é uma organização, por exemplo, a Igreja ou a empresa na modernidade. Uma vez que quanto mais nosso mundo se moderniza, mais dependemos das empresas para a realização das diversas atividades envolvidas em nosso cotidiano. E nessa singularidade que a sua organização é fundamental, assim denominado Mundo-Empresa (RODRIGUES, 2019)

Sendo esse um aspecto que resulta em uma crescente influência das empresas sobre os seres humanos e outras organizações, de modo que faz da empresa um modelo universal para todas as atividades humanas. Essa lógica faz com que as outras organizações passem a adotar características ou traços típicos do modelo empresarial (SOLÉ, 2003).

Já Abraham(2006) busca no modelo de instituição de Durkheim que está inscrito em conjunto de regras e procedimentos aceitos pela sociedade que tem o objetivo de manter a ordem e a coesão social. Assim, uma instituição tem como sentido estabelecer as maneiras de agir e de pensar, consagradas pela tradição e que a sociedade impõe aos indivíduos (RODRIGUES, 2019).

Ainda que demonstrado de modo incipiente, pois é uma densa construção teórica sobre empresarização, mas é possível perceber as nuances que os autores buscam compreender sobre esse o processo. Há um fator em comum que os autores corroboram, é que nossa sociedade além de inventar a economia como esfera autônoma, transformou-a no centro de toda vida moderna (RODRIGUES, 2019). Claro que o processo de empresarização não é apenas econômico, mas ocupa um lugar central e constitui a base de organização da sociedade. Ainda mais que existe uma associação à ideia de liberdade, igualdade e democracia, esse um aspecto defendido pela sociedade moderna.

Dito isso, é importante esclarecer que a empresarização é uma concepção mais profunda que tem outras nuances que essas duas abordagens não trantam, pois é bastante comum associar tal processo às suas manifestações mais evidentes, como o gerencialismo, o empreendedorismo, a privatização ou a mercadorização. Porém não pode, a ideia de empresa, ser vista de uma forma tão generalista, pois é muito mais do que isso.

Justamente nesse sentido que Rodrigues(2019) relaciona com a forma que ela contribui para construir e estabelecer as identidades, as posições dos sujeitos, os processos de subjetivação, as relações sociais e os sistemas de conhecimentos e crenças. Uma vez, decorre do processo lento que difunde a ideia de empresa por parte de indivíduos, organizações e instituições, as maneiras de agir e de pensar, além de forma de constituição, que tendem a se transformar em um conjunto de práticas históricas voltadas para naturalizar a maneira como cada um deve ou pode se posicionar e se relacionar em nosso mundo(RODRIGUES, 2019).

Nesse formato que a empresarização está posicionada e sua importância norteadoras nas relações e atividades humanas, a teoria do campo contribuir para observar como isso fica insculpido no seu conjunto de práticas, diante da lógica da constituição do campo. Essa perspectiva teórica auxilia na compreensão das relações entre agentes sociais em razão as crenças, e também as disputas de poder que estão envolvidos, além de trazer a reflexão das práticas sociais como lugares de produção simbólica (BOURDIEU, 1983). Ainda que seja um espaço relativamente autônomo, mas não se deve esquecer que é um lugar de forças que não aplicam só a ele, ou seja, é um lugar de diversas representações (BOURDIEU, 1990). E também um espaço para a construção de sentidos comuns.

É possível tentar estabelecer que a empresarização foi incorporada como método no campo, assim modificando a estrutura, bem como as sociabilidades. Quando essas reflexões teóricas são observadas para se relacionar com o objeto, no caso o futebol, acaba gerando o que se chama de empresarização do campo do futebol. O processo de empresarização reflete um conjunto de processos que vem cada vez mais aumentando seu impacto na sociedade, como dito, uma visão/percepção de mundo que vai acabar refletindo no futebol. Principalmente quando se compreende o campo e tem o futebol no horizonte como objeto.

Sendo assim, pretendeu-se refletir como essa associação de empresarização e campo, que resultam em uma nova forma de se relacionar as dinâmicas sociais e o quanto isso orienta a sociedade. E quando isso é visto pelo objeto que é o futebol, acaba tornando possível pensar uma empresarização do campo do futebol.

4. CONCLUSÕES

Desta forma, a tentativa foi estabelecer que uma associação entre empresarização e a teoria campo para uma possível articulação com o objeto. A

empresarização sendo uma forma de estar no mundo e produzindo subjetividades e novas forma de organizar, o campo como um espaço para a construção de sentido comum.

O processo que foi apresentado cria a empresarização do campo no futebol, pois se o futebol tinha uma cultura associativa, comunitária e integrativa, ela se modifica quando o futebol passa ser um negócio para ser explorado, de modo que começa utilizar os métodos e ferramentas empresariais, bem como essa percepção de forma de estar no mundo. Sendo assim, é possível perceber que a empresarização foi incorporada como método no campo, assim modificando a estrutura, bem como as sociabilidades no futebol. O processo que foi apresentado resulta na empresarização do campo no futebol, em alguma medida orienta a forma de agir, organização e visão do campo, assim trazendo subjetividades das mais diversas ordens.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAHAM, Yves-Marie. L'entreprise est-elle nécessaire? In: DUPUIS, Jean-Pierre (org.). Sociologie de l'entreprise. Montréal: Gaëtan Morin Editeur, 2006, p. 323-374.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. (2013). Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado. Estudos Avançados, 27(79), 133-144.

BOURDIEU, P. Coisas ditas. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BOURDIEU, P. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

RODRIGUES, M. S., & SILVA, R. C. da. (2019). Empresarização e modernidade: A ideia de empresa no centro do mundo. Revista Brasileira de Estudos Organizacionais, 6, 40-76.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. F. C. Empresarização no Figueirense Futebol Club e no Sport Club Internacional. Gestão. Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, v. 4, n. 3, 2006.

Rodrigues, Marcio Silva. Dissertação de mestrado: Os mercadores de emoção: um estudo sobre a empresarização de clubes de futebol no Brasil e sua configuração estrutural / Marcio Silva Rodrigues; orientadora Rosimeri de Fátima Carvalho da Silva. – Florianópolis, 2006.

SOLE, Andreu L'entreprise: une invention Latine? In: Colóquio Internacional Sobre Poder Local, II, 2003, Salvador. Anais... Salvador: NEPOL/UFBA, 2003.