

UMA MIRADA ACERCA DO PROCESSO POLÍTICO DE CONSTITUIÇÃO E VENDA DAS SAFS: DO PAPEL DA MÍDIA ESPORTIVA “TRADICIONAL” À INFLUÊNCIA DA “NOVA MÍDIA ESPORTIVA”

*AN OVERVIEW OF THE POLITICAL PROCESS OF ESTABLISHING
AND SELLING OF SAFS; FROM THE ROLE OF “TRADITIONAL”
SPORTS MEDIA TO INFLUENCE OF “NEW SPORTS MEDIA”*

IRLAN SIMÕES SANTOS¹
RONALDO GEORGE HELAL²
JONATHAN FERREIRA³
VINICIUS BORGES ALVIM⁴

RESUMO

Este artigo tem como objetivo levantar discussões acerca do processo de constituição e venda das sociedades anônimas do futebol (SAF), destacando as suas questões políticas e observando também o papel das mídias nessa dinâmica. A SAF é um novo tipo jurídico passível de ser adotado por clubes de futebol, criado pela Lei nº 14.193/2021, que provocou grandes expectativas quando das promessas de transformação profunda no futebol brasileiro, seja na atração de investimentos, seja na adoção de novas práticas de gestão. Essas altas expectativas entre os torcedores dos clubes, provocou, por sua vez, uma grande mobilização por parte das mídias esportivas na cobertura sobre SAFs, tanto as mídias “tradicionais, como as “novas mídias esportivas” - aqui entendidas como as plataformas de produção de conteúdo (não necessariamente jornalísticas e/ou profissionais) elaboradas por torcedores dedicadas a um determinado clube. Argumenta-se que essas novas mídias estariam ocupando um papel central na consolidação de discursos políticos favoráveis às SAFs, pela capacidade de comunicação direta com os torcedores, pela tendência de abordagem acrítica e pela forma como se relacionam com os dirigentes dos clubes. Tais discussões serão praticadas sobre dois casos concretos, sendo o primeiro o da SAF do Coritiba Foot Ball Clube, da cidade de Curitiba-PR; e o segundo o da SAF do Clube Atlético Mineiro, da cidade de Belo Horizonte-MG.

Palavras-chave: mídia; futebol; mídia esportiva; clubes de futebol; SAF

- 1 Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e pesquisador pós-doutorado FAPERJ. E-mail: iirlansimoes@gmail.com.
- 2 Professor titular da Faculdade de Comunicação Social e do Programa de Pós -Graduação da UERJ. Coordenador do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME). Pesquisador do CNPq. E-mail: rhelalfla13@gmail.com.
- 3 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UNESP e da Université libre de Bruxelles (CEVIPOL). E-mail: jonathan.ferreira@unesp.br.
- 4 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP. E-mail: vini-ciusalviim@hotmail.com.

ABSTRACT

This article aims to foster discussion about the process of establishment and selling of Sociedades Anônimas do Futebol (SAF), highlighting their political dimensions and examining the role of the media within this dynamic. The SAF represents a new legal entity available to football clubs, instituted by law No. 14.193/2021, which generated high expectations due to the promise of deep transformation in Brazilian football, whether through attracting investment or through the adoption of new management practices. These heightened expectations among clubs supporters, in turn, triggered significant mobilization by sports media in their coverage of SAFs, encompassing both traditional media and so-called "new sports media" - the latter is here understood as independent fan-created media platforms (often not necessarily journalistic and/or professional) dedicated to specific clubs. It is argued that these new media outlets are playing a central role in consolidating political narratives favorable to SAFs, due to their capacity for direct communication with supporters, their tendency toward uncritical approaches, and the nature of their relationships with club executives. These discussions will be grounded in the analysis of two specific case studies: the SAF of Coritiba Foot Ball Club, based in Curitiba (Paraná) and the SAF of Clube Atlético Mineiro, based in Belo Horizonte (Minas Gerais).

Keywords: media; football; sports media; football clubs; SAF

Introdução

Sancionada em outubro de 2021, a Lei nº 14.193/2021 elaborou um novo modelo jurídico exclusivo para clubes de futebol, gerando grande impacto no debate público desde antes da sua existência. A criação das "sociedades anônimas do futebol" (SAF) visava estimular uma transformação geral dos clubes brasileiros, em sua maioria constituídos como associações civis sem fins lucrativos, fazendo-os transferir seus principais ativos para essa nova empresa. O "futebol profissional" passaria então a contar com acionistas, ensejando um novo modelo de gestão, a priori mais profissional, eficiente e racional.

Dessa forma, as SAFs são alvos de dois processos distintos, porém quase sempre combinados. Em um primeiro momento a associação civil deve atravessar etapas previstas em estatuto para aprovar a constituição desta nova unidade empresarial e a transferência dos seus principais ativos - direitos de transmissão, direitos comerciais, contratos de atletas e, em alguns casos, o patrimônio do clube, como estádios e centros de treinamento. Em um segundo momento, o clube original deve seguir novas etapas para a aprovar a venda de uma parte determinada da SAF para um ente externo, cedendo ou não o controle desta empresa - por consequência, a gestão do futebol profissional.

Assim, o processo de constituição e venda de uma SAF é eivado de questões políticas de grande relevância investigativa. Dadas as muitas promessas de ganho financeiro e esportivo advindos do novo modelo - tanto pela promessa de resolução de dívidas, quanto pela promessa de investimentos em contratações -, o tema sempre gera altas expectativas entre os torcedores dos clubes, provocando, por sua vez, uma grande mobilização por parte das mídias esportivas, tanto as "tradicionalistas", como as aqui chamadas "novas mídias esportivas"

Fenômeno recente e ainda a ser completamente compreendido dentro dos estudos da comunicação e futebol, essas plataformas de produção de conteúdo dedicadas a um único clube já ocupam um espaço relevante neste ambiente. Criadas e conduzidas por autodeclarados torcedores, sejam eles profissionais de comunicação ou não - e por isso muitas vezes entendidos como "influenciadores" (Pita, 2024) -, essas "novas mídias" adotam uma linguagem mais direta

e próxima do torcedor comum, apelando para conteúdos passionais, criando assim um vínculo afetivo e uma relação de confiança mais profunda entre emissor e receptor. Por conta disso, convém observar como os processos de constituição e venda das SAF têm sido influenciados pela forma como esses temas são abordados dentro dessa nova forma de produção de conteúdo.

O artigo a seguir busca discutir essas questões. No primeiro momento será apresentada a atualidade das sociedades anônimas do futebol na altura do ano de 2025. Em seguida, será discutido o papel da mídia esportiva convencional, com atenção também ao que estão representando as “novas mídias esportivas” dentro do contexto das discussões relacionadas às novas SAFs. Por fim, serão aplicadas tais discussões em dois casos concretos, sendo o primeiro o da SAF do Coritiba Foot Ball Clube, e o segundo o da SAF do Clube Atlético Mineiro.

Procedimentos metodológicos

Para a análise das bases discursivas e ideológicas que envolvem os processos de criação das SAFs nos clubes destacados neste artigo, tomamos como objeto da pesquisa publicações de alguns dos mais relevantes representantes das mídias tradicionais e das novas mídias esportivas relacionadas a estas agremiações. Para isso, optamos por nos valer da análise de discurso, pois como apontam Rocha e Deusdará (2005), trata-se de um suporte metodológico que busca respaldos na análise do contexto sócio-histórico, onde os enunciados constituem-se enquanto a arena dos embates onde se dão a produção de imagens discursivas de diferentes ordens, uma vez que o discurso é o “palco” onde esses embates são encenados.

Em contraste com a análise de conteúdo, que preza por um rigor técnico mais acentuado e de viés quantitativo (PÁDUA, 2002), a análise de discurso admite a abordagem crítica dos textos com o intuito de captar os elementos ideológicos que o compõe. Essas leituras também possuem respaldo em autores consagrados desse campo de estudos, como Fairclough (2001) e Von Dijk (2008), que salientam a importância da análise crítica da reprodução discursiva. Partindo desses princípios, fazemos uma análise da produção midiática sobre o processo de constituição e venda das SAFs, que exponha situações práticas nas quais seja possível destacar os principais aspectos do processo de empresarização dos dois clubes.

Em ambos os clubes, procedemos com a escolha de um portal mais amplo, em conjunto com canais setORIZADOS com o intuito de demonstrar as continuidades do discurso que circunda as SAFs, as bases compartilhadas que sustentam essas transformações e que influem na torcida, seja em canais da imprensa que falam com um público mais amplo, seja em canais que se restringem ao diálogo com os torcedores. Buscando estabelecer uma análise voltada para o processo de constituição das SAFs, escolhemos prioritariamente produções que se deram nas semanas anteriores à ratificação da adesão às SAFs, em um momento em que o debate estava em alta e pautando a cobertura midiática em ambos os clubes.

No caso do Coritiba, recorreremos ao portal “UmDois Esportes” dedicado à cobertura do esporte no estado do Paraná, e ao COXAnautas – um site e canal de YouTube setORIZADO e dedicado exclusivamente ao Coritiba – como principais fontes, na medida em que ambos realizaram uma extensiva cobertura do processo de criação da SAF do clube. A credibilidade de ambos os

canais e o seu impacto na relação com a torcida foram fatores que se destacaram para a análise, na medida em que eles possuem capacidade de pautar o debate direta ou indiretamente.

Para a investigação da constituição do processo de SAF do Atlético-MG, recorremos ao portal da Itatiaia, uma empresa de comunicação com um amplo arco de produção de notícias, que não se restringe aos esportes, mas que possui relevância destacável no meio esportivo. A escolha pela Itatiaia se dá também pela sua aquisição por Rubens Menin, um dos empresários por trás da constituição da SAF do Atlético-MG, o que confere importância ao portal nos debates e na relação com a torcida em meio a esse processo. Junto dela, observamos os canais de YouTube "Bica Galo" e "Canal Alvinegro", ambos voltados para a produção de conteúdo específico sobre o clube, com entrada na torcida e um relevante número de inscritos na plataforma.

O recorte temporal escolhido favoreceu também o acompanhamento de entrevistas com alguns dos principais agentes envolvidos no processo, como membros e representantes das diretorias. Em um período de disputa pela aceitação das SAFs e pela definição dos modelos empresariais que seriam tomados, tais agentes se colocaram em meio à discussão pública, discursando, com pouco contraponto em ambos os casos, em prol da necessidade e inevitabilidade da adesão ao modelo empresarial.

Como base da análise, procuramos pontos em comum nos discursos de tais dirigentes e agentes que se propuseram a falar, observando a postura dos representantes da mídia que conduziram os debates. Partindo da percepção que o discurso que envolve as SAFs possui pontos que foram sintetizados por (Simões Santos, 2020, p.63) na proposta de um "escopo ideológico da empresarização", procuramos identificar os principais pilares discursados em comum nesses dois casos e destacando a pouca, ou nenhuma, contraposição a esse discurso, o que ressaltaria o papel da imprensa como agente da formatação de uma agenda positiva em torno das SAFs.

As sociedades anônimas do futebol no Brasil

Para compreender a nova realidade do futebol brasileiro, os autores do artigo desenvolviam, na altura da produção deste artigo, uma pesquisa conjunta com o objetivo de realizar um levantamento profundo sobre as SAFs existentes nos primeiros anos de vigência da lei. A pesquisa se dava no âmbito do Observatório Social do Futebol, projeto de extensão ligado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Foram considerados como SAFs ativas aqueles casos de clubes que constituíram e se inscreveram sob o novo formato nos registros da Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Para encontrá-los, recorreu-se ao portal de consultas de Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) da Receita Federal. Para constatar a utilização ou não dessa SAFs como representação oficial do clube nas competições - considerando que muitas foram criadas, mas não efetivadas -, foram checadas as movimentações de registro de entrada e saída de atletas na plataforma do Boletim de Informação Diário (BID) da CBF.

Na altura do mês de abril de 2025, o levantamento identificou ao menos 103 SAFs em atividade, considerando clubes de todas as regiões do país e divisões nacionais, com diferentes dimensões e propostas. Dentre as agremiações menores, tratam-se muitas vezes de clubes

que já existiam sob formatos empresariais convencionais antes da Lei das SAFs, bem como agremiações que já eram geridas por grupos empresariais, ainda que sob o modelo associativo.

Há diversas SAFs que se apresentam como meros clubes de formação de atletas, que não se inscrevem em competições profissionais de futebol, resumindo-se às competições dedicadas às categorias inferiores, com vistas à exploração desse lucrativo “mercado de talentos”. É de se considerar, portanto, que o alto número de SAFs registradas não reflete necessariamente a real presença desse no formato no contexto mais amplo do futebol nacional de elite.

Tem sido notória a adoção das SAFs por clubes que, embora não militem nas divisões de elite do país (historicamente ou por crises nas décadas recentes), ainda são compreendidos como agremiações com relevância social e esportiva em suas respectivas localidades (Simões Santos, 2023, p.90). São os casos de América FC (RN), A Portuguesa de Desportos (SP), Botafogo FC (PB), Figueirense FC (SC), Paraná Clube (PR) e SE Gama (DF). Por outro lado, foram identificados diversos casos relevantes de clubes com maior frequência nas Série A e Série B. Em alguns casos, há SAFs que seguiram sob controle da associação civil original, sem contar com a presença de acionistas (investidores) externos até então, como eram os casos de América FC (MG), C Atlético Goianiense (GO) e Fortaleza EC (CE).

Entre as principais agremiações nacionais já são vários os casos de venda de SAFs. Há três casos de vendas para estrangeiros, todos com envolvimento de grupos que desenvolvem as chamadas “redes multi-clubes do futebol”. Essas redes formam o principal fenômeno da indústria do futebol na virada da década de 2020, quando se multiplicam os conglomerados de clubes de diversos países diferentes sob a propriedade de um mesmo grupo empresarial (Simões Santos & Ferreira, 2024).

O caso mais relevante do ponto de vista esportivo até então era o Botafogo FR (RJ), cuja SAF foi vendida em 90% para a Eagle Football Holdings (GE, 2022b), também proprietária do francês Olympique Lyonnais e do belga RWD Molenbeek, além de acionista relevante do inglês Crystal Palace FC. Em pouco tempo, a SAF garantiu ao Botafogo a uma Libertadores e um Brasileirão, dois títulos inéditos. Tornou-se dessa forma um “case de sucesso” dentro do universo das SAFs.

No outro extremo desse cenário, o CR Vasco da Gama (RJ) teve sua SAF vendida em 70% para o grupo estrangeiro 777 Partners (GE, 2022a). O grupo participava diretamente de outros seis clubes, dentre eles a propriedade do italiano Genoa CFC e do belga Standard de Liège. Para além dos maus resultados esportivos imediatos, o grupo foi afastado da gestão da SAF do Vasco após decisão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, por estar envolvido em diversos litígios judiciais no exterior, com acusações de envolvimento em fraudes financeiras (Capelo, 2024). Tornou-se, de imediato, um caso mais explícito dos riscos inerentes ao modelo.

Por fim, o EC Bahia (BA), vendeu sua SAF em 90% para o City Football Group (CFG), de propriedade de um membro da família real do emirado de Abu Dhabi (GE.com, 2023b). O CFG controla mais de uma dezena de clubes ao redor do planeta, dentre eles o supercampeão inglês Manchester City. Por ter forte ligação com os interesses geopolíticos de Abu Dhabi, o grupo é considerado o de maior capacidade de investimento do futebol global, gerando grandes expectativas quanto ao fortalecimento esportivo e financeiro do Bahia.

Quanto às SAFs vendidas para indivíduos ou grupos brasileiros, identificam-se ao menos três importantes casos. O Cruzeiro EC (MG) teve a SAF vendida em 90% para o ex-jogador Ronaldo Nazário, mas em seguida passou a pertencer a ao empresário Pedro Lourenço, um conselheiro

do clube, que adquiriu a Tara Sports, empresa controladora da SAF, junto ao ex-jogador (GE.com, 2024a). O C Atlético Mineiro (MG) teve sua SAF vendida em 75% para a Galo Holdings, grupo empresarial controlado pela família Menin, históricos atores políticos da associação original (GE.com, 2023e). Por fim, tem-se o caso do Coritiba FC (PR), cuja SAF foi vendida em 90% para a Treecorp, um fundo de "private equity" nacional, que tinha como figura pública o midiático empresário Roberto Justus - embora este não se envolvesse de fato no negócio (GE.com, 2023d).

Compreendido o cenário mais amplo das SAFs no futebol brasileiro, cabe discutir as questões políticas relacionadas ao processo de constituição e venda das mesmas. Clubes de futebol constituídos como associações civis são regidos por estatutos sociais que estabelecem diversas regras e ritos para decisões de tal dimensão. Não há um modelo específico de funcionamento das associações no Brasil, razão pela qual cada clube constituiu um processo particular, só compreendido com um maior aprofundamento dos fatos, dos processos e dos atores envolvidos.

Há clubes com quadro social mais amplo e de modelo estatutário mais democrático, como são os casos de Coritiba e Bahia, onde os torcedores comuns têm maiores facilidades para garantir direitos políticos, através da associação direta. Por outro lado, é corriqueiro que a participação dos torcedores comuns em seus clubes seja escassa, sendo os direitos políticos restritos a um número menor de sócios, em dinâmicas políticas ainda mais controladas por órgãos como o Conselho Deliberativo - que pode ainda ser composto com distintos níveis de concentração política, como nos casos onde há números consideráveis de "conselheiros natos", membros não eleitos e de posição vitalícia -, como são os casos de clubes como Cruzeiro e Atlético-MG.

De um modo ou de outro, foi notável a centralidade que a "mobilização da torcida", esse conjunto plural e massivo dos seguidores de um clube, representou no impulsionamento de basicamente todas as propostas de constituição e de venda de uma SAF até aqui. É onde entra a importância da análise da mídia nesse contexto.

A mídia esportiva no processo político das SAFs

A mídia tradicional e as "novas mídias esportivas" acabaram cumprindo papéis distintos, mas igualmente importantes, na dinâmica de "mobilização da torcida" pela assimilação, aprovação e efetivação de uma nova SAF. Isto é, como essas mídias cumprem um papel político fundamental para o convencimento dos torcedores, que por sua vez atuam como "grupos de interesse e pressão" (Carvalho, 2009) no debate interno dos clubes, fossem eles mais ou menos democráticos.

A adesão dos clubes de futebol ao modelo das Sociedades Anônimas ocorre, portanto, não apenas por uma transformação de caráter econômico ou jurídico das agremiações, mas também por um deslocamento da sociabilidade e subjetividade de torcedores, que passam a apoiar e defender o modelo empresarial como necessário. Esse deslocamento pode ser entendido nos termos que Dardot e Laval (2014, p.14) apontam em relação ao enraizamento da governamentalidade neoliberal na vida social e cotidiana, onde são formatados "certos tipos de relações sociais, certas maneiras de viver, certas subjetividades [...] a forma como somos levados a nos comportar, a nos relacionar com os outros e com nós mesmos". Entende-se aqui, portanto, que há uma profunda dimensão ideológica a permear o debate sobre as SAFs.

No mesmo sentido, a imprensa, constituída como um espaço legitimado de discursos, atua como um “campo especializado de produção cultural [...] no qual são produzidas e disseminadas representações autoritárias do mundo social” (Wacquant, 2013, p.89). Nesse sentido, ela é detentora de poder simbólico, conceito definido por Pierre Bourdieu como “poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo” (1989, p.14). Nesse sentido, esse poder simbólico permite “obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário” (Bourdieu, 1989, p.15).

José Francisco Manssur, advogado que foi coautor do texto original do primeiro projeto de lei das SAF (PL 5516/2019), em entrevista ao jornalista Rodrigo Mattos, no UOL, constatou essa importância da imprensa, ao dizer que:

Em um ano, os efeitos e repercussões da aprovação da Lei da SAF são muito maiores do que mesmo nós, que redigimos o Projeto de Lei, poderíamos imaginar. Primeiro, a SAF se incorporou ao vocabulário e discussões sobre futebol e hoje ocupa as conversas dos torcedores quase como os comentários sobre as substituições dos treinadores ou um erro de arbitragem. Nesse ponto, a imprensa teve um papel fundamental de trazer e explicar o tema ao público (Mattos, 2022).

A fabricação dessa visão de mundo, que tem no seu cerne a lógica empresarial, encontrou na mídia esportiva e no discurso de alguns jornalistas, espaços de reprodução dos preceitos neoliberais e de incidência nas opiniões e perspectivas dos torcedores. Como foi possível notar - e será explorado mais adiante a partir de dois casos concretos -, as altas expectativas de mudança de patamar esportivo e financeiro, quando da entrada de um novo grupo investidor, acabavam por dar à torcida uma maior urgência de intervenção ativa nesse processo.

Mobilizada, a massa torcedora acabava por servir de elemento de pressão sobre os tomadores de decisão estatutariamente legitimados dos clubes, fossem eles membros do conselho deliberativo ou associados com direito de participação em assembleias. Servia, inclusive, para constranger opiniões contrárias, grupos dissidentes ou contestações técnicas aos modelos apresentados para as SAFs, como se essas posições fossem oportunistas, de interesse particular e/ou de intenções prejudiciais ao clube.

Aqui, mais do que o papel da mídia convencional, nota-se como as “novas mídias esportivas” vêm cumprindo um papel ainda mais decisivo. Como observa Jerson Pita (2024, p.106), autor de um dos poucos trabalhos sobre esse fenômeno, “na reconfiguração do cenário midiático, a disputa pela legitimidade passou a ser influenciada pelo aspecto de pertencimento e identificação com o público”. Por transitarem entre o conteúdo informativo e o conteúdo opinativo/passional, esses sujeitos - que também são torcedores - incidem de forma mais direta no imaginário dos torcedores sobre os variados assuntos que impactam no clube - dentre os quais, passou a estar a questão das SAFs.

A dimensão e popularidade da produção de conteúdos “clubistas” por grupos ou indivíduos também pode ser entendida como herdeira de uma já longa história de produção digital das culturas torcedoras do futebol. Como observa Ana Carolina Vimieiro (2015, p.167), essa prática já era visível ainda nas primeiras formas de interação proporcionadas no ambiente virtual, datadas dos anos 1990, ainda em um contexto de baixa qualidade dos serviços de internet no Brasil. Desde então, essa prática de “produtividade digital torcedora” se desenvolveu de diferentes formas, proporcio-

nando um costume já consolidado, por onde os atores dessas novas mídias passam a se valer de plataformas capazes de viabilizar a monetização desses conteúdos, especialmente o YouTube.

Hoje, em qualquer clube de grande relevância social, inúmeros canais de YouTube já se constituem como meios profissionais (não necessariamente jornalísticos) que conferem autonomia financeira aos seus envolvidos (Pita, 2024). Cientes da relevância que esses canais possuem no debate público dos torcedores, os próprios grupos dirigentes dos clubes passaram a atuar de modo a aproximar esses produtores de conteúdo dos seus interesses.

Essa relação de trocas pode se dar, por um lado, pelo favorecimento no acesso ao estádio e às instalações, na contribuição para a relação comercial entre os influenciadores e os patrocinadores do clube ou no fornecimento de informações privilegiadas sobre contratações; e por outro, na propagação de discursos favoráveis a uma gestão e na concessão de espaço livre e acrítico para o posicionamento político dos dirigentes. Em suma, representam um importante debate sobre a autonomia política desses sujeitos.

Adiante, observamos as questões aqui abordadas a partir de dois casos de SAFs, a do Coritiba Foot Ball Club e a do Clube Atlético Mineiro. Em ambos os casos, optou-se pela análise de mídias tradicionais locais, por contribuírem melhor para a coleta de dados e pela tendência à produção mais frequente de conteúdos relacionados ao tema. Pelo caráter local, também são meios que possuem profissionais com relações mais próximas dos grupos políticos que dirigem os clubes. Em paralelo, foram destacadas produções de duas "novas mídias esportivas" para cada caso, observando quais tipos de conteúdo foram produzidos de modo a impulsionar o discurso favorável à constituição e venda da SAF.

A SAF do Coritiba Foot Ball Club

Fundado em 12 de outubro de 1909, o Coritiba Foot Ball Club é um dos principais clubes do estado do Paraná. Campeão brasileiro em 1985, o "Coxa" é o maior detentor de títulos do Campeonato Paranaense. Nas últimas décadas, o clube conviveu com diversos rebaixamentos para a segunda divisão nacional, contrastando com uma gloriosa fase do maior rival, o Athletico Paranaense. Em paralelo, o clube convivia com problemas financeiros causados pelo acúmulo de dívidas históricas, anunciadas num total de R\$ 276 milhões.

Apesar do acesso tranquilo à elite nacional em 2021, o tema da SAF chega ao Coritiba como uma promessa de "transformação", tanto como única saída para a resolução dos problemas financeiros do clube, quanto para a possibilidade de atração de grandes investimentos. Passados os trâmites no conselho deliberativo, o clube realiza, em 23 de dezembro de 2021, uma assembleia geral para a "deliberação acerca de concessão de autorização ao Conselho Administrativo do Clube para a constituição de [...] uma SAF [...] e para que seja delegado ao Conselho Administrativo a forma e a estrutura da referida constituição" (Coritiba, 2021).

Em outras palavras, solicitava aprovação do conjunto de sócios para que a então diretoria tivesse autoridade para constituir uma nova SAF, podendo negociar a sua posterior venda. A votação, feita de forma online, registrou 95% de aprovação dentre os 4.087 votantes (Coritiba, 2023). A partir daí, o Coritiba teria o seu futebol profissional transferido para a SAF, mas a gestão ainda seguiria com a associação. Em maio de 2022, a SAF recorre a um empréstimo de R\$

30 milhões, colocando 20% da nova empresa como garantia (GE.com, 2022c). Em agosto do mesmo ano, o clube consegue aprovação de um processo de Recuperação Judicial, considerado necessário para o ajuste financeiro.

O Coritiba conseguiu se manter na Série A em 2022, mas já anunciava o interesse em negociar a venda da SAF. Isso ocorreu no início do ano de 2023, quando o clube anuncia a proposta de compra de 90% da SAF pela Treecorp Investimentos, um fundo de “private equity” brasileiro. Em 31 de maio, uma assembleia geral confirma a venda, com aprovação de 96% dos 8.513 sócios votantes (GE.com, 2023c).

Para além da obrigação de assumir a dívida, o acordo entre o clube e a Treecorp definia investimentos de R\$450 milhões no futebol profissional do clube ao longo de dez anos, com uma série de variáveis. Além disso, projetava investimentos em estrutura, como na reforma do Estádio Major Couto Pereira - que seguiu sob a propriedade da associação civil, mas que passaria a ser explorado economicamente pela SAF.

Durante todo o processo, o clube destaca a constituição e venda da SAF como um “grande divisor de águas” e “início de uma nova história”. Mas não só nos meios institucionais a promoção das SAFs pôde ser observada. Em canais da imprensa, seja das novas mídias segmentadas ou dos tradicionais portais de notícias, a defesa do modelo é destacável, com a reprodução de falas e argumentos de dirigentes envolvidos nos processos de adesão à Sociedade Anônima.

O portal jornalístico “Um Dois Esportes”, dedicado à produção de notícias sobre o esporte no estado do Paraná, publicou ainda antes da conclusão do processo de venda de 90% da SAF ao fundo Treecorp, duas matérias com passagens de ex-presidentes do Coritiba que demonstram a reprodução de uma perspectiva favorável de tais dirigentes à adesão do modelo da Sociedade Anônima centradas em uma pergunta comum: a venda da SAF é o único caminho possível?

Na primeira delas, o ex-presidente do Coritiba, Joel Malucelli (1996-1997), publicada poucas semanas antes da realização da Assembleia Geral que aprovou a venda da SAF, aponta que o principal benefício trazido pelas sociedades anônimas seria a quebra do modelo de comando das associações, que dependeria da dinâmica política interna aos clubes, e a instauração de um CEO remunerado, que tenha uma visão de longo prazo, alinhada aos valores empresariais do fundo de investimento que controla a SAF.

O próprio Joel Malucelli já havia declarado publicamente que seria um dos investidores do fundo Treecorp, em um movimento considerado questionável por muitos torcedores. Cerca de 45 dias antes da votação da SAF, no dia 12 de maio, o ex-presidente concede uma entrevista ao site “UmDois Esportes”, publicada com o título “Joel Malucelli conta por que decidiu investir na SAF do Coritiba e revela expectativas” (UmDois, 2023a). A entrevista não aborda tal contradição, tampouco questiona quantos outros ex-dirigentes do clube estariam envolvidos com o fundo da Treecorp - algo não esclarecido até o fechamento deste artigo.

Já com a venda SAF aprovada em Assembleia de Sócios e no Conselho Deliberativo do Coritiba, faltando apenas a posição do juízo da Recuperação Judicial para a conclusão do processo de venda como um todo, o mesmo portal publicou a matéria “Único caminho? O que os ex-presidentes pensam sobre a venda da SAF do Coritiba”, replicando a pergunta sobre se a SAF seria o único caminho possível a 7 ex-presidentes e ao presidente em exercício à época, Juarez Moraes e Silva (UmDois, 2023b). Apenas um deles, João Jacob Mehl (1998-1999), levantou pontos de questionamento, apontando para investimentos insuficientes no acordo firmado com

a Treecorp. Todos os outros se mostraram favoráveis, mobilizando noções de profissionalização, modernização e, principalmente, inevitabilidade da adesão não só do Coritiba, como de outros clubes do futebol brasileiro ao modelo das SAFs.

Foi nessa linha que canais segmentados seguiram, atuando de forma ainda mais direta na influência aos torcedores e sócios. Ainda no dia 13 de dezembro de 2021, pouco mais de um ano e meio antes da conclusão da venda da SAF do Coritiba, e dias antes da votação dos sócios do clube pela criação ou não da empresa, o canal "COXAnautas", que possui 24,6 mil inscritos, publica um vídeo de uma entrevista com o vice-presidente da associação, Glenn Stenger, com o intuito de dirimir as principais dúvidas que pairavam nesta primeira etapa do processo (COXAnautas, 2021). Já na primeira pergunta, o canal deixa indícios de sua condução, ao questionar "Qual o principal motivo para o sócio do Coritiba votar "sim" para a transformação do Coritiba em SAF?"

Não há exatamente um espaço para questionamento sobre a viabilidade do modelo, "se" os sócios deveriam aprovar ou não a criação da SAF, mas uma formulação que não deixa espaço para dúvidas, do porquê os sócios deveriam votar a favor. Assim como os ex-presidentes, Glenn Stenger declara que "Com todos os paradigmas e situações que envolvem a associação, certamente [os clubes] não terão futuro em poucos anos [...] Não há outro caminho, outra situação que não seja ela [SAF]", refazendo a já citada argumentação de que o modelo seria inevitável não apenas para o clube, mas para o futebol brasileiro como um todo. Essa dinâmica de entrevista pôde ser percebida também no vídeo publicado pelo "Rede Coxa", outro canal segmentado do Coritiba, com 5,5 mil inscritos, que se dedicou à cobertura do processo, em 12 de dezembro de 2021 (Rede Coxa, 2021).

As contradições do processo de venda da SAF do Coritiba e a forma acrítica como as mídias tradicionais e clubistas abordaram a temática são relativamente parecidas com o que ocorre em outro importante clube brasileiro, o Atlético Mineiro. Neste caso, o processo político se dá de forma ainda mais articulada.

A SAF do Clube Atlético Mineiro

Fundado em 25 de março de 1908, o Clube Atlético Mineiro é um dos principais clubes do estado de Minas Gerais. Maior campeão estadual e detentor de uma Libertadores, o "Galo" já possuía uma Copa do Brasil e dois Brasileirões até 2021. Neste ano, financiado por um grupo de conselheiros conhecido pela alcunha de "4 R's" (Rubens Menin, Rafael Menin, Ricardo Guimarães e Renato Salvador), o clube volta a conquistar um Brasileirão após 40 anos, além de vencer uma nova Copa do Brasil.

As contribuições financeiras dos 4R's vinham na forma de empréstimos a juros baixos (Superesportes, 2023), contratos de patrocínios de empresas vinculadas aos empresários e até mesmo na compra dos "naming rights" do novo estádio do clube, chamado de Arena MRV (nome da construtora de propriedade de Rubens Menin). Embora fosse dirigido de fato por outros indivíduos, o sucesso esportivo ajudava a projetar a imagem desses "mecenas", gabaritando-os junto à torcida. De fato, o que acontecia era que os conselheiros também iam se tornando os principais credores do clube.

No início de 2023, o Atlético publicou um balanço financeiro que projetava uma dívida total de mais de R\$ 2 bilhões, já considerando a obra do estádio. Parte considerável desse valor era devido ao grupo 4R's, na ordem de R\$ 300 milhões (GE.com, 2023a). O impacto do anúncio dos valores e a forma como isso era tratado na imprensa local permitiram que o debate sobre SAF se estabelecesse como uma saída incontornável para o clube. O alto endividamento do Atlético já era uma questão pública até ali, especialmente durante a gestão de Sérgio Sette Câmara (2017-2020), quando o clube declarava priorizar o saneamento financeiro, em um contexto de fracassos esportivos. Em uma gestão seguinte, de Sérgio Coelho (2021), a situação financeira do clube começou a ser exposta com novos tons: agora era inevitável a adoção do modelo de SAF.

Ao longo de 6 meses, o clube anunciou o suposto interesse de diversos grupos na aquisição de uma eventual SAF, dentre eles o norte-americano Peter Grieve. Esses acordos nunca avançavam, ao passo em que o tema da dívida era constantemente reforçado, aprofundando a percepção geral de urgência pela formação de uma SAF. Após um longo período, finalmente é anunciada a desistência do negócio com Grieve, quando, logo em seguida, em 20 de junho de 2023, surge a proposta de aquisição de 75% da SAF por parte da Galo Holdings, uma empresa formada pelos mesmos 4R's. A ideia era que o grupo assumisse de vez o controle do futebol do clube, convertendo a dívida com os mesmos em participação acionária, embora com a promessa de busca de novos investidores.

Diferente do que ocorreu no Coritiba, a SAF do Atlético-MG basicamente não separou o processo de constituição do processo de venda. Por outro lado, como o estatuto social do Atlético previa o Conselho Deliberativo como órgão soberano, a pauta não precisava ser levada para a assembleia geral, portanto, não passava pelo crivo do conjunto dos sócios da agremiação.

Em reunião extraordinária do Conselho Deliberativo do clube realizada em 20 de julho de 2023, menos de um mês após o anúncio da proposta da Galo Holdings, cerca de 350 conselheiros votaram, em conjunto, quatro pautas: 1) a constituição da SAF; 2) a transferência dos ativos, da Arena MRV e da Cidade do Galo (centro de treinamento); 3) a venda de 75% da SAF à Galo Holdings; 4) a autorização para a diretoria proceder com o processo.

Do ponto de vista da mídia tradicional, convém observar o papel do site Itatiaia.com.br, meio noticioso vinculado à Rádio Itatiaia, emissora que há muito tempo sustenta a posição de líder em audiência no estado de Minas Gerais (TudoRadio, 2021), muito destacada pela cobertura esportiva. A Rádio Itatiaia foi adquirida por Rubens Menin em maio de 2021, quando o dono da construtora MRV e controlador do Banco Inter também já era proprietário do canal televisivo CNN Brasil, trazida ao país por ele em 2020 (O Tempo, 2021).

No dia 30 de junho, a Itatiaia publica a matéria "SAF do Atlético: Menin descarta Peter Grieve e revela perfil dos investidores", com declarações dadas por Rubens Menin após uma reunião do conselho deliberativo do clube, já expondo o modelo em que a Galo Holdings tomaria 75% da SAF, indicando a sua participação e dos demais "mecenass" (Itatiaia, 2023b). Entretanto, no dia 18 de maio, o mesmo site havia publicado a matéria "Atlético-MG avança em acordo por SAF, e negócio se aproxima de acerto", apontando que as tratativas com Peter Grieve ainda estavam em curso (Itatiaia, 2023a).

Já no dia 2 de julho de 2023, dois dias após a fala de Menin, a Itatiaia publica a matéria "Peter Grieve está fora da SAF do Atlético? CEO do clube responde", elencando os argumentos de Bruno Muzzi, CEO do Atlético-MG (Itatiaia, 2023c). Na ocasião, Muzzi expõe que o clube nunca

recebeu uma proposta formal pela compra da SAF. Semanas depois, em 13 de julho, a matéria "Atlético: saiba por que Peter Grieve e Grupo City não assumiram SAF" volta a conceder espaço para que Muzzi justifique o projeto da Galo Holdings.

A construção narrativa sobre a falta de acordo e, posteriormente, da apresentação de uma alternativa "caseira", é notória em seu tom de naturalização do confuso processo. O que também se nota na matéria "Conselho do Atlético aprova criação da SAF; Galo Holding terá 75% das ações" (Itatiaia, 2023d), publicada no mesmo dia da votação, 20 de julho.

Quando fica claro que a SAF do Atlético passaria a ser de propriedade de uma empresa controlada pelos mesmos 4R's, o debate entre torcedores recai sobre a contradição envolvendo o negócio. Para parte da torcida, o atraso na definição do acordo com Peter Grieve era conveniente para que os conselheiros/credores construíssem o processo de aquisição sem grandes questionamentos.

Nas semanas que antecederam a votação do dia 20 de julho, várias iniciativas de torcedores atleticanos se posicionaram pela suspensão do processo: a torcida organizada Garra, Determinação e Respeito (GDR); o movimento "Contraproposta da Massa", que propunha uma rediscussão da SAF; o grupo Galo Antifa e um grupo de 21 torcedores que se articulou para a publicação do "Manifesto da Massa".

Das muitas mídias atleticanas, apenas o site "Fala Galo" deu visibilidade ao protesto, destacando as pautas: a suspensão e o adiamento do processo da SAF por 60 dias; a formação de uma comissão independente de análise, composta por conselheiros, sócios, torcedores, jornalistas e especialistas; o afastamento provisório dos investidores do processo de formulação da SAF; uma nova auditoria nas contas do clube; uma análise mais apurada do acordo de acionistas da SAF; e a reforma do estatuto social do clube (Fralodeo, 2023).

Além de questionar expressamente a aquisição da SAF por parte de pessoas envolvidas na sua elaboração, o grupo também criticava a falta de transparência do processo, como a ausência de clareza sobre o "Acordo de Acionistas", documento fundamental para determinar o funcionamento da SAF. Esse documento só foi entregue aos conselheiros na mesma manhã do dia 20 de julho de 2023, quando foi votada a constituição e a venda da SAF.

É onde o papel das "novas mídias esportivas" deve ser observado. No dia 30 de junho de 2023, quando é anunciada a desistência do negócio com Peter Grieve e a proposta da Galo Holdings, o canal de YouTube "Canal Alvinegro", que possui 125 mil inscritos, realiza uma live onde os participantes consideram a Galo Holdings "excelente escolha". Um dos integrantes ressaltou o fato dos 4R's serem bilionários, que comandam empresas de sucesso, além do fato de que acreditavam que o futebol seria gerido por profissionais (Canal Alvinegro, 2023).

O tom de naturalização do processo, mesmo diante de tantas contradições duramente questionadas por movimentos de torcedores atleticanos, também se repete no "Canal Bica Galo", que possui mais de 61 mil inscritos. No dia 1 de julho, o canal recebe o CEO Bruno Muzzi para uma entrevista, onde o mesmo fazia explicações sobre o modelo adotado (Bica Galo, 2023). Com poucos questionamentos, o espaço serviu para consolidar a posição da gestão quanto à urgência pela elaboração da SAF e legitimidade da aquisição pela Galo Holdings - mesmo que diversos comentários do vídeo destacassem a percepção de muitos torcedores quanto às contradições entre as falas de Muzzi e os fatos anteriores.

Considerações Finais

As dinâmicas políticas que permeiam a constituição e venda das Sociedades Anônimas do Futebol (SAF) no Brasil revelam-se marcadas pela atuação estratégica da mídia esportiva tradicional e das novas mídias esportivas. A análise de casos emblemáticos como o do Coritiba Foot Ball Club e do Clube Atlético Mineiro, mostrou como estratégias de comunicação são utilizadas para legitimar processos políticos, frequentemente beneficiando interesses específicos por meio de discursos sobre modernização, eficiência econômica e inevitabilidade empresarial. Vale ressaltar que a mídia esportiva tradicional reforça narrativas dominantes, alimentadas pelos próprios interessados na conversão dos clubes em SAFs. Desse modo, ela atua de forma decisiva ao apresentar o modelo empresarial como única solução possível para a crise enfrentada pelos clubes do futebol brasileiro.

Por outro lado, a ascensão das novas mídias esportivas, conduzidas principalmente por torcedores-influenciadores, introduziu uma nova maneira de legitimação política. Essas plataformas criam laços mais próximos com o torcedor, embora, ao mesmo tempo, reduzem significativamente o espaço para discussões mais críticas e profundas - optando por ceder lugar ao discurso dos dirigentes. Esse fenômeno está coadunado com a lógica neoliberal (Dardot e Laval, 2016) ao transformar torcedores em defensores ativos do modelo empresarial.

Embora a mídia se alie ao discurso hegemônico, foram identificadas importantes resistências nos dois casos analisados. No Coritiba, apesar da ampla aprovação, algumas críticas surgiram questionando a suficiência dos investimentos prometidos e a sustentabilidade financeira a longo prazo. Um exemplo emblemático foi o do ex-presidente João Jacob Mehl, que alertou publicamente para o risco de que os valores previstos no acordo com a Treecorp fossem insuficientes para reestruturar o clube de maneira responsável. Além disso, mesmo entre os sócios votantes, circularam preocupações sobre a falta de garantias contratuais claras sobre a continuidade do controle do estádio Couto Pereira pela associação civil e da contraditória participação de ex-dirigentes no fundo comprador da SAF.

Já no Atlético Mineiro, as resistências dos torcedores também tomaram tons de protestos e propostas alternativas, com exigência de maior transparência e participação popular nas decisões. Essas iniciativas destacaram especialmente o conflito de interesses dos agentes envolvidos e a opacidade do processo decisório. Contudo, tais esforços enfrentaram grandes dificuldades diante da força comunicacional exercida pela aliança entre mídias tradicionais e novas mídias segmentadas, ambas alinhadas aos interesses dominantes.

Por fim, a análise crítica sobre o papel da mídia no processo das SAFs, a qual se propõem esse artigo, revela um fenômeno amplo e preocupante para os torcedores e clubes: a crescente instrumentalização das mídias esportivas em benefício de interesses privados no futebol brasileiro. Não se trata apenas de influenciar decisões institucionais ou moldar a opinião pública: esse poder midiático também oferece uma plataforma privilegiada para a autopromoção de empresários, investidores e gestores que assumem o controle dos clubes. Canais de YouTube, podcasts e perfis segmentados nas redes sociais passaram a reproduzir de forma recorrente discursos laudatórios, contribuindo para a construção de figuras carismáticas e quase inquestionáveis no seio das torcidas.

AGRADECIMENTOS

Este estudo foi financiado pela FAPERJ - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Processo nº 200.323/2024.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Brasil. Processo nº 2024/13535-4.

O presente trabalho foi realizado com apoio do PROEX - CAPES. Processo 88887.947837/2024/00.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- CANAL ALVINEGRO. Debate Alvinegro/ Aovivo/ Allan/ SAF/ Reforços/ América/ Felipão/ Atlético Galo Notícias Hoje 30 de Junho. YouTube, 30/07/2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1XXXF1db5M4>. Acesso em 30/04/2025.
- CANAL BICA GALO. Exclusivo: Bica Galo entrevista Bruno Muzzi - CEO do Atlético. Youtube, 01/07/2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=InoCKjkFeP8>. Acesso em 29/04/2025.
- CAPELO, Rodrigo. Justiça suspende contrato com a 777 e devolve controle do futebol ao Vasco. GE.com, 15/05/2024. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2024/05/15/justica-aceita-pedido-do-vasco-e-tira-controle-da-saf-das-maos-da-777.ghtml>. Acesso em 29/04/2025.
- CORITIBA FOOT BALL CLUB. Coritiba convoca Assembleia Geral Extraordinária de sócios para aprovação da SAF. 03/12/2021. Disponível em: https://www.coritiba.com.br/artigo/38415/coritiba_convoca_assembleia_geral_extraordinaria_de_socios_para_aprovacao_da_saf. Acesso em 29/04/2025.
- CORITIBA FOOT BALL CLUB. Sócios aprovam a SAF do Coritiba. CORITIBA FOOT BALL CLUB, 31/05/2023. Disponível em: https://www.coritiba.com.br/Artigo/39685/socios_aprovam_a_saf_do_coritiba. Acesso em 30/04/2025.
- COXAnautas. Glenn fala sobre a SAF no Coritiba. Vice-Presidente mostra quais caminhos o Coritiba pode seguir. YouTube, 13/12/2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=phWF12L7GH0>. Acesso em 29/04/2025.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Brasília: UNB, 2001.
- FRALODEO, Hugo. Grupo de Atleticanos emite o "Manifesto da Massa", mensagem à torcedores e conselheiros. FALAGALO, 19/07/2023. Disponível em: <https://falagalo.com.br/grupo-de-atleticanos-emitem-o-manifesto-da-massa-mensagem-a-torcedores-e-conselheiros/>. Acesso em 29/04/2025.
- GE.com. Vasco assina com 777 Partners: "Maior acordo da história dos clubes brasileiros". GE.com, 21/02/2022(a). Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/vasco/noticia/2022/02/21/vasco-anuncia-acordo-com-777-partners-para-venda-da-saf.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.
- GE.com. Botafogo oficializa venda da SAF e receberá mais R\$ 100 milhões de John Textor nos próximos dias. GE.com, 03/03/2022(b). Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2022/03/03/botafogo-oficializa-venda-da-saf-e-recebera-mais-r-100-milhoes-de-john-textor-nos-proximos-dias.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.
- GE.com. Coritiba consegue empréstimo de R\$ 30 milhões e coloca 20% da SAF como garantia. GE.com, 31/05/2022(c). Disponível em: <https://ge.globo.com/pr/futebol/times/coritiba/noticia/2022/05/31/coritiba-consegue-emprestimo-de-r-30-milhoes-e-coloca-20percent-da-saf-como-garantia.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

GE.com. Dívida do Atlético-MG ultrapassa R\$ 2 bilhões, com estádio e novo aumento, e impacta plano da SAF. GE.com, 26/04/2023(a). Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/04/26/divida-do-atletico-mg-ultrapassa-r-2-bilhoes-com-estadio-e-novo-aumento-e-impacta-plano-da-saf.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

GE.com. Bahia conclui venda da SAF para o City, e CEO garante: "Vai ser o segundo maior clube do grupo." GE.com, 04/05/2023(b). Disponível em: <https://ge.globo.com/ba/futebol/times/bahia/noticia/2023/05/04/bahia-conclui-venda-da-saf-para-o-city-e-ingressa-no-grupo-de-forma-oficial.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

GE.com. Coritiba anuncia acerto da venda da SAF, detalha valores e indica próximos passos; confira. GE.com, 09/05/2023(c). Disponível em: <https://ge.globo.com/pr/futebol/times/coritiba/noticia/2023/05/09/coritiba-anuncia-acerto-da-venda-da-saf-detalha-valores-e-indica-proximos-passos-confira.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

GE.com. Coritiba concretiza a venda de 90% da SAF à Treecorp por R\$ 1,1 bilhão. GE.com, 22/06/2023(d). Disponível em: <https://ge.globo.com/pr/futebol/times/coritiba/noticia/2023/06/22/coritiba-concretiza-a-venda-de-90percent-da-saf-a-treecorp-por-r-11-bilhao.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

GE.com. Atlético-MG vira SAF com aprovação do Conselho; veja valores, quem vai comandar e modelo de gestão. GE.com, 20/07/2023(e). Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/2023/07/20/atletico-mg-vira-saf-com-aprovacao-do-conselho-veja-valores-quem-vai-comandar-e-modelo-de-gestao.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

GE.com. Ronaldo assina acordo com empresário, e Cruzeiro é a primeira SAF revendida no Brasil. GE.com, 29/04/2024(a). Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/cruzeiro/noticia/2024/04/29/ronaldo-assina-acordo-com-empresario-e-cruzeiro-e-a-primeira-saf-revendida-no-brasil.ghtml>. Acesso em 30/04/2025.

ITATIAIA. Atlético avança em acordo por SAF, e negócio se aproxima de acerto; entenda. 18/05/2023a. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/esportes/futebol/atletico/2023/05/18/atletico-avanca-em-acordo-por-saf-e-negocio-se-aproxima-de-acerto-entenda>

ITATIAIA. SAF do Atlético: Menin descarta Peter Grieve e revela perfil dos investidores. 30/06/2023b. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/esportes/futebol/atletico/2023/06/30/saf-do-atletico-menin-descarta-peter-grieve-e-revela-perfil-dos-investidores>. Acesso em 29/04/2025.

ITATIAIA. Peter Grieve está fora da SAF do Atlético? CEO do clube responde. 02/07/2023c. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/esportes/futebol/atletico/2023/07/02/peter-grieve-esta-fora-da-saf-do-atletico-ceo-do-clube-responde>. Acesso em 29/04/2025.

ITATIAIA. Conselho do Atlético aprova criação da SAF; Galo Holding terá 75% das ações. 20/07/2023d. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/editorias/atletico/2023/07/20/conselho-do-atletico-aprova-criacao-da-saf-galo-holding-tera-75-das-acoas>. Acesso em 29/04/2025.

MATTOS, Rodrigo. Após um ano de lei, Brasil já tem 24 clubes SAF e há previsão de expansão. UOL Esporte, 11/08/2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2022/08/11/apos-um-ano-de-lei-brasil-ja-tem-24-clubes-saf-e-ha-previsao-de-expansao.html>. Acesso em 29/04/2025.

PÁDUA, E. de. Análise de conteúdo, análise de discurso: questões teórico-metodológicas. Revista de Educação, Campinas, n. 13, p. 21-30, nov. 2002.

OTEMPO. Os bastidores da compra da rádio Itatiaia por Rubens Menin. OTEMPO, 14/05/2021. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/aparte/os-bastidores-da-compra-da-radio-itatiaia-por-rubens-menin-1.2484999>. Acesso em 30/04/2025.

REDE COXA. SAF no Coritiba - Entrevista com o Vice-Presidente Glenn Stenger. YouTube, 12/12/2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=thYRmkdeZEo&t=1131s>. Acesso em 29/04/2025.

ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B.. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. Alea, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 305-322, 2005.

UMDOIS ESPORTES. Joel Malucelli conta por que decidiu investir na SAF do Coritiba e revela expectativas. Um Dois Esportes, 12/05/2023a. Disponível em: <https://www.umdoisesportes.com.br/coritiba/joel-malucelli-Conta-por-que-decidiu-investir-na-saf-do-coritiba-e-revela-expectativas/>. Acesso em 29/04/2025.

UMDOIS ESPORTES. Único caminho? O que os ex-presidentes pensam sobre a venda da SAF do Coritiba. Um Dois Esportes, 01/06/2023b. Disponível em: <https://www.umdoisesportes.com.br/coritiba/unico-caminho-o-que-os-ex-presidentes-pensam-sobre-a-venda-da-saf-do-coritiba/>. Acesso em 29/04/2025.

SANTOS JÚNIOR, Jerson Pita dos. A construção do discurso autorizado e performance de influenciadores de futebol: um estudo de caso no canal "Flazoeiro" na Copa Libertadores de 2019. 2024. 119 f. (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

SIMÕES SANTOS, Irlan. "Clube-empresa: histórico, impactos reais e abordagens alternativas". In: SIMÕES SANTOS, Irlan (Org.). Clube Empresa: abordagens críticas globais às sociedades anônimas no futebol. Rio de Janeiro: Corner, 2020, p. 28-69.

SIMÕES SANTOS, Irlan. A produção do clube: Poder, Negócio e Comunidade no Futebol. Rio de Janeiro: Mórula, 2023.

SIMÕES SANTOS, Irlan; FERREIRA, Jonathan. Redes Multi-Clubes do Futebol: Relatório do Observatório Social do Futebol N.2. Rio de Janeiro: FCS/UERJ, 2024. E-book. Disponível em: <https://observatoriosocialfutebol.org/relatorio-redes-multi-clubes-do-futebol/>.

SUPERESPORTES. Rafael Menin: Atlético 'economizou' R\$ 80 milhões com empréstimos sem juros. SUPERESPORTES, 03/02/2023. Disponível em: https://www.mg.superesportes.com.br/app/noticias/futebol/atletico-mg/2023/02/03/noticia_atletico_mg,3987345/rafael-menin-atletico-economizou-r-80-milhoes-com-emprestimos-sem-juros.shtml. Acesso em 30/04/2025.

TUDORADIO. Panorama: Rádio Itatiaia segue líder isolada em Belo Horizonte. BHFM e Liberdade FM ampliam seus números. TUDORADIO, 15/07/2021. Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/25742-panorama-radio-itaiaia-segue-lider-isolada-em-belo-horizonte-bhfm-e-liberdade-fm-ampliam-seus-numeros>. Acesso em 29/04/2025.

VAN DIJK, Teun A. Discourse and Power. New York: Palgrave Macmillan, 2008.

VIMIEIRO, Ana Carolina. Football supporter cultures in modern-day Brazil: hypercommodification, networked collectivism and digital productivity. Tese de Doutorado em Filosofia. Queensland University of Technology, Brisbane, 328 f., 2015.

WACQUANT, Loïc. Poder simbólico e fabricação de grupos: como Bourdieu reformula a questão das classes. Novos estudos CEBRAP, p. 87-103, 2013.