



Universidade Federal de Minas Gerais

Reitora: Prof.^a Sandra Regina Goulart Almeida
Vice-Reitor: Prof. Alessandro Fernandes Moreira

Faculdade de Letras da UFMG

Diretora: Prof.^a Sueli Maria Coelho
Vice-Diretor: Prof. Georg Otte

Museu do Futebol | São Paulo/Brasil – colaboração
Centro de Referência do Futebol (CRF): Ademir Takara

FuLiA/UFMG – revista sobre Futebol, Linguagem, Artes e
outros Esportes

EDITORES

Elcio Loureiro Cornelsen (UFMG, Brasil)
Gustavo Cerqueira Guimarães (FULIA, Brasil)

EDITORES DE SEÇÃO

**Dossiê – ÀS MARGENS DA MEMÓRIA: IV SIMPÓSIO
INTERNACIONAL DE ESTUDOS SOBRE FUTEBOL**
Dr. Marcel Tonini (CRF/Museu do Futebol, Brasil)
Dr. Raphael Rajão (IFCE, Brasil)

CONSELHO EDITORIAL

Aldo Italo Panfichi, PUC, Peru
Álvaro do Cabo, UFRJ
Andréa Casa Nova Maia, UFRJ
Andréa Sirihal Werkema, UERJ
André Alexandre Guimarães Couto, CEFET-RJ
André Mendes Capraro, UFPR
Arlei Damo, UFRGS
Bernardo Borges Buarque de Hollanda, FGV
Cleber Dias, UFMG
Edônio Alves Nascimento, UFPB
Euclides de Freitas Couto, UFSJ
Fabiana Lúcia Campos Baptista, Uni-BH
Fábio Franzini, UNIFESP
Flávio de Campos, USP
Francisco Ângelo Brinati, UFSJ
Francisco Pinheiro, Univ. de Coimbra, Portugal
José Carlos Marques, UNESP
José Geraldo Vinci de Moraes, USP
Leda Maria da Costa, UERJ
Leonardo Turchi Pacheco, UNIFAL-MG
Luis Maffei, UFF-RJ
Luiz Carlos Ribeiro, UFPR
Luiz Henrique de Toledo, UFSCar
Marcelino Rodrigues da Silva, UFMG
Marcel Vejmelka, Univ. de Mainz, Alemanha
Mauricio Murad, UERJ; Universo-RJ

Pablo Alabarces, UBA, Argentina
Pedro Henrique Trindade Kalil Auad
Plínio Ferreira Guimarães, IFES
Rafael Fortes Soares, UFRJ
Rodrigo Caldeira Bagni Moura, UFRJ
Sérgio Settani Giglio, UNICAMP
Silvana Vilodre Goellner, UFRGS; UFPel
Silvio Ricardo da Silva, UFMG
Tatiana Pequeno, UFF
Victor Andrade de Melo, UFRJ
Wilberth Clayton Ferreira Salgueiro, UFES
Yvonne Hendrich, Univ. de Mainz, Alemanha

PARECERISTAS AD HOC

Felipe Tavares Paes Lopes
Fernanda Ribeiro Haag
Fausto Amaro Ribeiro Picoreli Montanha
Gustavo Cerqueira Guimarães
José Paulo Florenzano
Márcio Mitsuo
Mariana Zuaneti Martins
Núbia Azevedo
Pedro Henrique Trindade Kalil Auad
Raphael Rajão
Roberta Pereira da Silva
Rodrigo Koch
Wagner Xavier de Camargo

**COORD. EDITORIAL, EDITOR DE SEÇÕES, EDITORAÇÃO ELETRÔNICA,
PREPARAÇÃO DE ORIGINALS E DIAGRAMAÇÃO**

Gustavo Cerqueira Guimarães

REVISÃO

Autores/as dos artigos

PROJETO GRÁFICO

PeDRa LeTRa

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA EM REDES SOCIAIS

Núcleo FULIA

IMAGEM (*Favicon* do portal)

Pablo Lobato (Brasil/MG)

Um a zero #2, 2012

IMAGEM DA CAPA

Sem título, grafismo, colorido, 2022.

Às margens da memória: IV Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol.

APRESENTAÇÃO

Às margens da memória

| 3-6

DOSSIÊ

Intencionalidades e papéis sociais na biografia infantojuvenil *O Menino Rei*

Anna Gabriela Cardoso, Douglas Ribeiro de Moura e Claudio Humberto Lessa | 7-26

Entrando em campo: futebol e política nos documentários "Democracia em preto e branco" e "Barba, cabelo e bigode"

Francisco Alves Junior | 27-48

A imagem de Sócrates nas estratégias de marketing do Corinthians

Ana Lúcia Nishida Tsutsui e Flávio Agnelli Mesquita | 49-67

Regulação dos direitos de transmissão de futebol: proposição e comparação dos casos de Brasil, Argentina, México, Uruguai, Portugal e Espanha

Anderson David Gomes dos Santos | 68-89

Gagliano Neto: um resgate histórico sobre a trajetória do primeiro "speaker" do rádio brasileiro em Copas do Mundo

Daniel Leal, Giovana Mesquita | 90-111

Um importante campo suburbano: o estádio do Riachuelo F. C. (1906-1909)

Glauco José Costa Souza | 112-134

A várzea como refúgio: imaginários sociodiscursivos em narrativas de vida de personagens do futebol amador de Belo Horizonte/MG

Pollyanna de Mattos Moura Vecchio, Luiz Henrique Silva de Oliveira | 135-157

PARALELAS

“Mas existem equipes de futebol de várzea femininas?': o processo de mapeamento do futebol de mulheres em São Paulo

Aira Bonfim, Alberto Luiz dos Santos, Enrico Spaggiari | 158-187

Meandros da fidelização econômico-torcedora: perfis dos consumidores e motivadores do ingresso nos programas sócio-torcedor de clubes cariocas

Jimmy Medeiros, Philippe Guedon | 188-217

Intencionalidades e papéis sociais na biografia infantojuvenil “O Menino Rei”

Intentions and social roles in the children’s and young
adult biography “O Menino Rei”

Anna Gabriela Rodrigues Cardoso

CEFET-MG, Belo Horizonte/MG, Brasil
Doutorando em Estudos de Linguagens, CEFET-MG
agrcardoso@hotmail.com

Douglas Ribeiro de Moura

CEFET-MG, Belo Horizonte/MG, Brasil
Doutorando em Estudos de Linguagens, CEFET-MG

Cláudio Humberto Lessa

CEFET-MG, Belo Horizonte/MG, Brasil
Doutor em Estudos Linguísticos, UFMG

RESUMO: No meio futebolístico, as (auto)biografias narram a vida de jogadores e jogadoras que marcaram uma época, uma equipe ou mesmo a história de um país. Na presente análise, escolhemos a biografia *O Menino Rei*, que conta a história de Reinaldo, um dos grandes ídolos do Clube Atlético Mineiro. Com base na Teoria Semiolinguística, proposta por Patrick Charaudeau, analisamos o ato de linguagem, as circunstâncias de discurso e os Modos de Organização do Discurso. Adotamos, ainda, o conceito de *espaço biográfico*, cunhado por Leonor Arfuch. Como resultado, percebemos que a obra analisada apresenta características próprias ao gênero biografia e, de maneira mais específica, que os autores conseguiram aliar essas características ao que supostamente se espera de uma obra voltada ao público por eles desejado.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria Semiolinguística; Biografia; Jogador de futebol.

ABSTRACT: In the football universe, (auto)biographies narrate the lives of players who have left their mark on an era, a team, or even the history of a country. In the present analysis, we have chosen the biography *O Menino Rei*, which tells the story of Reinaldo, one of the great idols of Clube Atlético Mineiro (a professional football club based in the State of Minas Gerais, Brazil). While relying on Patrick Charaudeau’s (2015, 2016) *Sémiolinguistique Théorie* (a French linguistic theory), we analyzed the act of language, the discourse circumstances, and the Modes of Discourse Organization. Additionally, we worked with the concept of biographical space coined by Arfuch (2010). Our results show that the piece we analyzed exhibits characteristics inherent to the biography genre and, more specifically, that the authors successfully combine these features with what is presumably expected from a work intended for their desired audience.

KEYWORDS: Semiolinguistics; Biography; Football player.

INTRODUÇÃO

Para a análise deste artigo, escolhemos a biografia *O Menino Rei*, que conta a história de Reinaldo, jogador consagrado pela torcida do Clube Atlético Mineiro. No meio futebolístico, as biografias e autobiografias narram a vida de jogadores e jogadoras que marcaram uma época, uma equipe, uma torcida, assim como a história de um país. Ao contar a vida desses esportistas, os biógrafos e os próprios personagens também apresentam enunciados marcados em um espaço e um tempo.

A escolha por esta biografia é, em particular, uma das maneiras de levarmos o futebol para o ambiente acadêmico, algo que já vem acontecendo em diversas áreas de estudos, como nas Ciências Sociais, nos Estudos do Lazer, na Psicologia, na Comunicação, na Educação, na Antropologia, nos Estudos de Linguagens, entre outras. Outro motivo, não menos importante, para a escolha por analisar a história de Reinaldo, é a admiração que nós, pesquisadores, temos por esse ídolo atleticano, que fez sua história para além das quatro linhas do campo de futebol.

Adotamos, neste estudo, o conceito de *espaço biográfico*, cunhado por Leonor Arfuch.¹ Como veremos mais adiante, essa pesquisadora argentina considera que, na contemporaneidade, assiste-se à emergência de diversos gêneros e suportes que permitem a expressão do “eu”, da subjetividade e que sinalizam uma expansão e, mesmo, uma reconfiguração das formas (auto)biográficas canônicas, surgidas em torno do século XVIII; assim sendo, esse espaço biográfico abarcaria os *talk* e *reality shows*, as entrevistas (tanto as midiáticas quanto aquelas realizadas pelas diversas ciências humanas, a partir dos estudos em torno da História Oral, das Narrativas de Vida, na Sociologia, por exemplo), os docudramas, os *blogs*, o *Facebook* e, mais recentemente, o *Instagram* e diversos outros gêneros. A supracitada autora identifica um *boom* dessas produções em múltiplos domínios de prática social a partir dos anos 1980, momento no qual houve um interesse muito intenso pela produção de textos (auto)biográficos no mercado editorial, pelas narrativas de vida de anônimos, tanto na televisão quanto nos estudos das Ciências Sociais.

¹ ARFUCH. *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*.

Neste trabalho, inicialmente, trataremos do ato de linguagem e das circunstâncias de discurso que, comumente, determinam a produção de textos biográficos e, especificamente, aquelas que subjazem à obra analisada por nós. Em um segundo momento, os Modos de Organização do Discurso abrem caminho para uma abordagem sobre a construção da narrativa em biografias e as imagens que emergem delas, no caso, considerando os sujeitos na biografia *O Menino Rei*. Para isso, apoiamo-nos nas reflexões teóricas de Charaudeau,² de Procópio-Xavier³ e de Arfuch.⁴

Na biografia escolhida, o jornalista Eduardo Ávila baseou-se em outra biografia publicada, o livro *Punho cerrado*, escrito pelo filho do jogador Reinaldo, Philippe Van R. de Lima. Tal adaptação acontece principalmente para que crianças e jovens tenham acesso à história, que nesta versão apresenta ilustrações de Felipe Assumpção Soares. As ilustrações também são uma maneira de identificarmos que o livro tem como objetivo atingir um público infantojuvenil, um dos sujeitos idealizados desta obra.

Neste artigo, por meio da Teoria Semiolinguística, pretendemos analisar algo que é atual e pode (re)construir discursivamente as biografias, traçando novos caminhos para entendermos como se dão as narrativas de vida. Para isso, traçamos um caminho que se inicia na descrição do ato de linguagem e das circunstâncias de discurso presentes na obra; em seguida, apontamos como os Modos de Organização do Discurso se fazem presentes na biografia analisada, apresentando logo depois as determinações editoriais que abrangem o livro. Por fim, as imagens de si projetadas mostram que o caminho trilhado e almejado é alcançado. Enfim, ao analisarmos os aspectos editoriais e os sujeitos do ato de linguagem, levantando os possíveis *ethé*,⁵ entendemos que a biografia *O Menino Rei* é passível de análises construtivas e proveitosas para os Estudos Linguísticos e outras áreas do saber.

² CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso: modos de organização*; CHARAUDEAU. *Discurso político*.

³ PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico: identidade, finalidades e configurações genéricas.

⁴ ARFUCH. *O espaço biográfico*.

⁵ Plural do termo grego *ethos*.

O ATO DE LINGUAGEM E AS CIRCUNSTÂNCIAS DE DISCURSO

A capacidade humana de se comunicar está relacionada com o código linguístico, que permite, por meio de convenções, que o ato de linguagem aconteça. Considerando a língua uma construção social, também entendemos que as interações humanas são possíveis graças à linguagem. Para Charaudeau,⁶ a linguagem é parte da encenação do teatro da vida social, desdobrando-se em vários elementos que, por sua vez, exigem uma competência. A competência abrange os seguintes aspectos: o situacional, o semiolinguístico e o semântico, que, a partir de uma relação de interdependência, constituem a competência discursiva do sujeito falante. Na competência situacional deve-se considerar a finalidade da situação de comunicação e a identidade dos envolvidos na troca. A competência semiolinguística consiste na organização do ato de linguagem de acordo com as visadas e as categorias de língua e de discurso. Por fim, a competência semântica está relacionada com os saberes construídos na encenação discursiva a partir do agenciamento das formas verbais.

O supracitado autor define as circunstâncias de discurso como “o conjunto dos saberes supostos que circulam entre os protagonistas da linguagem”.⁷ Esses saberes resultam das práticas sociais partilhadas e dos filtros construtores de sentidos. Ao descrever uma representação coletiva construída por determinada sociedade, estamos diante de possíveis interpretativos, que são sugeridos pelo contexto, ou seja, a definição de um termo ou de um fato terá diferentes interpretações graças às condições de produção do ato de linguagem. Sendo assim, essas condições são evidenciadas por um *sujeito enunciador* que se mantém em uma relação de intenções com o *sujeito interpretante* e com o propósito languageiro.

Quanto ao propósito languageiro, as “*Circunstâncias de Discurso* intervêm na partilha do saber dos protagonistas da linguagem, no que diz respeito a suas práticas sociais, na condição de sujeitos coletivos”.⁸ No que se refere à relação entre os

⁶ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*.

⁷ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*, p. 32.

⁸ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*, p. 30.

sujeitos, os saberes de um a respeito do outro passam por um processo de filtração, em que alguns possíveis interpretativos podem ser inferidos e outros não. Quando o sujeito interpretante interpreta, ele cria hipóteses sobre os saberes do sujeito enunciativo, sobre seus pontos de vista a respeito dos enunciados e sobre a relação com o sujeito destinatário. Enfim, as intenções permitem que hipóteses sejam criadas a todo tempo, não havendo assim uma transparência do ato de linguagem, mas, sim, possibilidades de interpretações.

As condições do discurso concorrem para a construção dos sentidos para além do explícito; sendo assim, elas estão diretamente ligadas aos saberes compartilhados entre os parceiros que abarcam suas representações coletivas das diversas situações comunicativas que os envolvem. Esse processo de elucidação, ou seja, os possíveis interpretativos, permite-nos inferir e descrever algumas das representações coletivas construídas por determinadas sociedades em determinados contextos. Nesse cenário, não se pode negar a importância dos itens lexicais na construção dos sentidos, pois eles sinalizam ou revelam a intencionalidade do ato de linguagem e as visadas possíveis subjacentes ao projeto de palavra do sujeito falante. Contudo, são os saberes compartilhados entre os protagonistas, ou seja, o que eles sabem um sobre o outro, que agem como filtros construtores de sentidos.

As condições de discurso abrangem, igualmente, a situação extralinguística que colabora com o processo de produção do ato de linguagem. “*A Situação extralinguística faz parte das Circunstâncias de discurso, figura como um ambiente material transformado em palavra através dos filtros construtores de sentidos, utilizados pelos atores da linguagem*”.⁹

No que se refere ao gênero textual analisado neste artigo, Procópio-Xavier afirma que “para que os leitores reconheçam uma determinada produção discursiva enquanto uma biografia é preciso que eles reconheçam ali alguns elementos, de ordem situacional e de ordem discursiva”,¹⁰ reforçando que tais elementos não são estanques, podendo sofrer alterações. Ao descrever a enunciação de uma biografia,

⁹ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*, p. 32.

¹⁰ PROCÓPIO-XAVIER. *O contrato biográfico*, p. 143.

a encenação discursiva se dá entre biógrafo-narrador (sujeito enunciador/EUe)¹¹ e leitor ideal (sujeito destinatário/TUd).¹²

Quando se trata das condições de produção de determinada situação comunicativa, a competência situacional é ativada, ou seja, descreve-se a finalidade das trocas languageiras, a identidade dos parceiros envolvidos, o propósito de se comunicar e o dispositivo no qual tal ato de linguagem se insere. Quanto à instância de recepção, o EUe projeta um sujeito destinatário ideal, ou seja,

um leitor modelo, a representação de alguém interessado na vida do personagem biografado, ou naquele contexto histórico, ou ainda na obra do biógrafo-autor. Também, o TUd pode ser representado por um leitor que desconhece absolutamente qualquer informação sobre o tema.¹³

Quanto ao *sujeito-interpretante* (TUi), este se refere ao sujeito empírico, que é o leitor real da biografia. Assim, “a identidade social deste ator social dependerá de quem for assumir essa função em momentos variados”.¹⁴

Após serem apresentadas as possíveis identidades do ato de linguagem, o objetivo de tal obra também é elemento importante para analisarmos as visadas discursivas, considerando a finalidade do ato de linguagem.

O objetivo de uma biografia pode ser definido como aquela visada que predomina na situação de comunicação na qual o *sujeito comunicante* assume o papel de sujeito biógrafo a fim de produzir um texto biográfico de outrem. Para Charaudeau,¹⁵ algumas visadas¹⁶ são consideradas principais, quais sejam: a prescrição, a solicitação, a incitação, a informação, a instrução e a demonstração. Para além des-

¹¹ Segundo Charaudeau (2016), o ato de linguagem resulta da inter-relação entre duas dimensões: i) *interna* – construção do texto a partir do agenciamento dos modos de discurso: enunciativo, narrativo, descritivo e argumentativo; e ii) *externa* – espaço do fazer psicossocial, determinado pelas circunstâncias de discurso, pelas restrições, pelos rituais languageiros (contratos) que determinam a troca. Na dimensão *externa*, atuam os *sujeitos comunicante e interpretante*, seres de carne e osso que ocupam determinados papéis sociais, partilham conhecimentos de mundo e expressam posicionamentos. O sujeito comunicante, a partir das restrições da situação de comunicação e de seu projeto de palavra, encena seres de palavra: i) um EUe – *sujeito enunciador*, figura discursiva que se responsabiliza pelo ato de linguagem e expressa os pontos de vista do sujeito comunicante; e ii) um TUd – refere-se a uma idealização do destinatário visado, a quem se atribui competências e a quem se visa persuadir, convencer, influenciar; essa idealização poderá coincidir ou não com o *sujeito-interpretante* (TUi).

¹² PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico, p. 145.

¹³ PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico, p. 147.

¹⁴ PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico, p. 147.

¹⁵ CHARAUDEAU. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual.

¹⁶ Do francês *visée*.

sa lista do pesquisador francês, outras visadas podem ser encontradas na gama de gêneros que temos disponíveis, como destaca Procópio-Xavier;¹⁷ os desenhos animados, por exemplo, apresentam uma visada lúdica. Contudo, a identificação de outras visadas precisa passar por uma análise dos dados disponíveis na situação de comunicação. A autora destaca que, na biografia, a marca predominante é a da visada de informação, porém, algumas vezes, a visada de revelação pode ser identificada.¹⁸

Também é importante destacarmos que o dispositivo é o suporte físico em que a biografia (ou outro gênero) se encontra. Quando o identificamos, também é possível observar os sentidos e as circunstâncias materiais nos quais o ato de linguagem se constrói. Para Procópio-Xavier, “no caso das biografias, estamos diante de uma situação de comunicação monolocutiva, isto é, a situação de comunicação (enunciação da biografia) não comporta a resposta do interlocutor no mesmo momento”.¹⁹

Ao considerarmos as condições de produção da biografia que tem o jogador Reinaldo como personagem principal, entendemos que o torcedor atleticano também está entre esses *sujeitos destinatários* ideais, pois estamos diante da história de um jogador e, ao mesmo tempo, da história do clube. Como postula a mesma autora,²⁰ a análise de elementos paratextuais permite-nos fazer hipóteses quanto às possíveis intencionalidades do ato de linguagem, quanto às suas visadas, quanto às imagens do sujeito biógrafo e quanto às imagens e aos saberes atribuídos aos sujeitos destinatários construídos pelo *sujeito comunicante*.

Na contracapa, mais especificamente no texto escrito por Caio Ducca, há uma destinação explícita, que cita, além de jovens e crianças, “sonhadores de todas as idades”. O termo “sonhadores” pode ganhar várias significações; entre elas, des-

¹⁷ PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico.

¹⁸ Amossy (2016) define uma concepção de argumentação que se refere a um funcionamento discursivo que permite orientar maneiras de pensar e de ver e que se inscreve no discurso como um todo, abrangendo elementos de ordem explícita e implícita; trata-se de uma noção que abrange tanto textos caracterizados por uma *visada argumentativa* que se mostra explícita, a partir da apresentação de uma tese e de justificativas, quanto textos marcados por uma *dimensão argumentativa*, de ordem implícita, que visa orientar e afirmar maneiras de ver, de julgar, de avaliar. Tal dimensão pode ser encontrada, por exemplo, em textos narrativos.

¹⁹ PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico, p. 151.

²⁰ PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico.

tacamos a tentativa de conquistar, principalmente, o leitor que sonha em um dia ser jogador de futebol.



Imagem: Contracapa do livro *O Menino Rei*.

Outras características importantes para determinarmos os elementos que integram as circunstâncias de discurso da obra são as letras grandes, o número de páginas consideravelmente reduzido em relação à versão original, as ilustrações com características infantis, o uso do termo “menino” no título, o foco na infância e nas conquistas de Reinaldo ainda na adolescência, a modalização de termos para descrever as histórias da ditadura e os problemas de saúde do jogador. Tudo isso faz com que a produção dessa biografia projete um sujeito destinatário cujo perfil é o infantojuvenil.

Quanto às identidades dos sujeitos, inicialmente entendemos que a obra *O Menino Rei* propõe uma troca comunicativa entre biógrafo e possíveis leitores de biografia, nesse caso, mais especificamente, um público infantojuvenil, torcedores do Atlético Mineiro, crianças e jovens que sonham ser jogadores de futebol. A identidade psicossocial do biógrafo aparece como *sujeito comunicante* (EUC), ou seja, o jornalista Eduardo Ávila é o biógrafo-autor da biografia analisada. Vejamos algu-

mas informações acerca de sua identidade psicossocial: ele é jornalista, considerado como uma das referências de pessoas famosas que torcem pelo Atlético e autor em um blog sobre o clube.²¹ Essas são algumas das informações que tendem a ser de conhecimento do público, além de fazerem parte, no espaço externo, do quadro comunicacional, assim como nos paratextos do livro.

Mas qual seria a projeção desse *sujeito-comunicante*, ou seja, o *sujeito-enunciador*? O EUe é o ser-biógrafo-narrador²² presente na obra. Ele é quem conta a vida de Reinaldo, narrando em terceira pessoa esta versão da trajetória de vida do jogador. É importante destacarmos que existe um outro EUe, aquele que conhece o personagem e fez as observações iniciais sobre ele. Estamos falando do *sujeito-enunciador* projetado por Phillipe Van R. Lima, o *sujeito-comunicante* responsável pela obra *Punho cerrado*, que deu origem ao livro *O Menino Rei* e que tem uma identidade psicossocial diferente da do jornalista, sendo filho do biografado.

Vimos que a projeção do *sujeito destinatário* encontra-se nos paratextos, nos quais o comentador do livro chama a atenção para o público: jovens, crianças e sonhadores de todas as idades. Essa idealização também está nas ilustrações que trazem um tom infantil para a biografia.

Quanto à finalidade do ato de linguagem, na visada de informação busca-se o “fazer-saber”, ou seja, a instância produtora que se erige como alguém que está legitimado para tal ação e a instância receptora que assume uma posição de “dever saber”. Sendo assim, é possível observar que o sujeito-biógrafo agencia estratégias que visam produzir uma imagem de si como alguém dotado de legitimidade e de credibilidade para narrar a vida de outrem. Em nosso caso, o biógrafo se inspirou/pesquisou no livro escrito por outro biógrafo que, além de filho do biografado, teve acesso às informações, fez entrevistas etc. Por outro lado, é possível fazer a hipótese de que o leitor quer, no mínimo, conhecer a história de vida de Reinaldo. Quanto à visada de revelação, observamos que o sujeito-biógrafo buscou selecionar, na obra *Punho cerrado*, momentos, na história do jogador, nos quais ele superou adversidades e injustiças.

²¹ Canto do Galo no portal UAI/Superesportes.

²² PROCÓPIO-XAVIER. O contrato biográfico, p. 146.

Quanto ao propósito²³ de comunicação, que trata dos temas do ato de linguagem, o propósito de uma biografia é contar a vida de um personagem. Toda a estrutura do ato de linguagem perpassa pela vida de Reinaldo, apresentando temas que recobrem os espaços-tempos da infância, a adolescência, a relação com o futebol e com sua família, os problemas de saúde e a resistência política do jogador. Outros propósitos também acabam fazendo parte da biografia, como os momentos históricos do Clube Atlético Mineiro.

Os universos discursivos mobilizados estão relacionados às referências do biógrafo, que retrata aspectos da vida de Reinaldo que ele entende serem importantes para o conhecimento do público infantojuvenil, como vimos. A temática do futebol é o destaque da obra, que traz a trajetória desde a infância de um ídolo desse esporte. São nessas construções temáticas que teremos pistas das imagens que o biógrafo visa projetar, revelando os *imaginários sociodiscursivos*.

Quanto ao dispositivo, estamos diante do suporte livro, que tem como canal de transmissão o meio gráfico, com estrutura um pouco diferente da clássica, já que se trata de uma versão para um público infantojuvenil. Porém, a cronologia, da infância à aposentadoria, segue essa tradição do gênero. Quanto à circulação, trata-se de uma obra comercializada em espaços convencionais, como as livrarias, mas também nas lojas de produtos oficiais do Atlético Mineiro e em lojas virtuais.

MOBILIZAÇÃO DOS MODOS DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO (MOD)

Os procedimentos que consistem em utilizar determinadas categorias de língua para ordená-las em função das finalidades discursivas do ato de comunicação podem ser agrupadas em quatro *Modos de organização: o Enunciativo, o Descritivo, o Narrativo e o Argumentativo*.²⁴

De acordo com a Teoria Semiollingüística do Discurso, as circunstâncias de discurso (explicadas na seção anterior) e as restrições da situação de comunicação (intencionalidades, visadas, papéis sociais, suporte) determinam instruções ao como dizer, ao como construir o texto; trata-se, segundo Charaudeau,²⁵ da dimensão inter-

²³ Do francês *propos*.

²⁴ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*, p. 74.

²⁵ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*.

na do ato de linguagem, definida pelo autor como uma *mise-em-scène* languageira. Para sua construção, o sujeito comunicante precisa agenciar os ditos modos de organização. O linguista francês explica que cada um desses modos está ligado tanto a uma lógica de construção do mundo quanto a uma organização da encenação discursiva, ou seja, possui uma função de base e um princípio de organização.

No caso de *O Menino Rei*, o que se pode observar é a mobilização de todos os quatro MOD. Vejamos: o próprio Charaudeau²⁶ indica que o *Modo Enunciativo* tem por vocação dar conta da posição do locutor em relação ao interlocutor, a si mesmo e/ou aos outros e, portanto, é o modo que “comanda” os demais. Na narrativa infantojuvenil sobre a vida de Reinaldo, percebemos que os autores apresentam, na função de base, um ponto de vista sobre o sujeito-biografado (uma relação EU-ELE). No que concerne ao princípio de organização, vemos tanto um *comportamento elocutivo* – quando os autores enunciam os seus pontos de vista pessoais sobre Reinaldo e sua história de vida – quanto *delocutivo* – nos momentos em que há a descrição de acontecimentos da vida do ídolo atleticano a partir do uso de enunciados assertivos e de formas do discurso relatado; no que tange ao *delocutivo*, o pesquisador francês salienta que o agenciamento de suas categorias permite que o sujeito enunciativo narre os acontecimentos de maneira objetiva como se não sustentasse posicionamentos e opiniões. Os enunciados assertivos, por exemplo, expressam opiniões comuns, uma *doxa*, que abarca juízos, comumente aceitos pela maioria de um grupo social. No que se refere às formas do discurso relatado, o sujeito enunciativo, ao citar de forma direta uma enunciação segunda ou mesmo de forma indireta, pode-se valer de estratégias que indiquem que ele não se responsabiliza pelo dito de origem.

Há também a mobilização do *Modo Descritivo*. Neste, a função de base é identificar e qualificar os seres do mundo, seja de maneira objetiva, seja de forma subjetiva. Há, na narração de *O Menino Rei*, essa presença de classificações a todo momento. Os autores identificam e qualificam não apenas o personagem principal, Reinaldo, mas também várias pessoas que cruzaram seu caminho ao longo da vida pessoal e profissional, como é o caso do irmão mais velho, dos pais, da torcida atleticana, dos companheiros de clube, dos adversários e dos militares. O princípio de organização

²⁶ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*.

do *Modo Descritivo* liga-se à organização da construção descritiva em um processo de Nomear-Localizar-Qualificar. Percebemos, durante a leitura da obra, que os autores recorrem a esse processo para deixar claro quem, onde, quando e em que tipo de circunstâncias estiveram e ocorreram os principais eventos da vida de Reinaldo, fazendo com que o entendimento se torne mais fácil para os leitores, inclusive cronologicamente.

Ao tratar dessa cronologia, chegamos ao modo que prevalece em *O Menino Rei*: o *Modo Narrativo*. Como era esperado, por se tratar de uma obra biográfica, a narração dita o tom da escrita de Eduardo de Ávila e de Philipe Van R. de Lima. A função de base deste modo, aponta Charaudeau,²⁷ é construir a sucessão das ações de uma história no tempo, com a finalidade de fazer um relato. E é exatamente isto o que se vê no livro por nós analisado: os autores constroem uma narrativa da vida que se inicia já nos primeiros contatos de Reinaldo com a bola – trazida por seu irmão, que também era jogador de futebol, do Rio de Janeiro para Ponte Nova – até chegar à glória como o principal ídolo de um dos clubes de futebol mais importantes e populares do país. Já como princípio de organização, temos a organização da lógica narrativa a partir do que o criador da Teoria Semiolinguística denomina de actantes e processos. Os actantes, para Charaudeau,²⁸ são aqueles que participam na esfera da ação, ou seja, são todos aqueles que desempenham papéis dentro da narração em construção, ao passo que os processos unem os actantes entre si. Agrupados, dão origem às sequências e constituem a totalidade narrativa. Como visto anteriormente, há vários actantes na obra: o principal, Reinaldo, mas também seus familiares, seus companheiros de clube, a torcida atleticana, os militares, os árbitros etc.; todos desempenham algum papel relevante na história e constituem sequências que, juntas, dão forma à narrativa. Nesse sentido, percebe-se que o *Modo de Organização Narrativo* foi o principal procedimento encontrado pelos autores da biografia infantojuvenil de Reinaldo.

Por fim, constatamos também a presença do *Modo de Organização Argumentativo* na obra *O Menino Rei*. A função de base deste Modo é expor e provar casualidades em uma visada racionalizante para influenciar o interlocutor. Isso é bas-

²⁷ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*.

²⁸ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*.

tante presente nos momentos em que os autores narram as consequências da militância de Reinaldo contra a ditadura militar no Brasil, como as expulsões e os julgamentos suspeitos, as não convocações para a Seleção Brasileira, entre outros. O que se observa é uma argumentação no sentido de deixar claro aos leitores quais foram os motivos pelos quais Reinaldo ficou marcado não apenas por suas conquistas e seu talento dentro de campo, mas por seus posicionamentos frente ao cenário político e social do Brasil, o que lhe dá um papel de ídolo que vai além do âmbito esportivo. No *Modo Argumentativo*, o princípio da organização se dá em relação à organização da lógica e da encenação argumentativa. Somando-se isso ao que já foi dito, percebemos que os autores mobilizam argumentos históricos para construir a narrativa, dando a essa um caráter de veracidade necessário para que os novos leitores possam entender o tamanho da importância de Reinaldo não só para o Galo, mas também para a política brasileira, procedimento que concorre para a construção de uma estratégia discursiva que visa conferir autenticidade e credibilidade ao relato.

AS DETERMINAÇÕES EDITORIAIS NO FAZER DA OBRA

Como dissemos anteriormente, o livro *O Menino Rei*, de autoria de Eduardo Ávila, é uma adaptação – voltada ao público infantojuvenil – da biografia *Punho cerrado*, escrita por Philipe Van R. de Lima, que também contribuiu com a obra por nós analisada. Entendemos que a principal determinação editorial do livro é ampliar o público-alvo da narrativa biográfica sobre o ex-jogador e ídolo atleticano José Reinaldo de Lima, ou simplesmente Reinaldo. Adotando os termos do linguista Patrick Charaudeau, diríamos que se trata de uma tentativa de ampliação dos possíveis *Sujeitos Interpretantes* (TUi). Como visto, partimos da hipótese de que o sujeito-biógrafo idealizou um T_{Ud} (*sujeito destinatário*) que se relacionaria a pessoas com idade suficiente para acompanhar e entender o mundo do futebol e para crianças e adolescentes que começam a ter uma consciência sobre esse universo.

Embora não possamos descartar totalmente as motivações mercadológicas, é preciso destacar o componente passional da obra, isto é, o desejo de levar de forma lúdica a história não apenas de Reinaldo, mas do próprio Clube Atlético Mi-

neiro e do Brasil, a uma geração de futuros torcedores por incentivo de amigos e familiares ou mesmo por vontade própria. No caso específico do sujeito biografado, não se pode ignorar também seus posicionamentos políticos durante o período da ditadura cívico-militar ocorrida no Brasil entre os anos de 1964 e 1985, o que lhe rendeu uma série de problemas e punições, inclusive esportivas. Dessa maneira, entendemos que se trata de um livro capaz de, a uma só vez, incentivar o aprendizado sobre a história de um ídolo, de um clube e de toda uma sociedade.

Em nossa visão, portanto, as determinações editoriais no fazer de *O Menino Rei* são majoritariamente motivadas por um pertencimento a uma comunidade de torcedores e pelo desejo de perpetuação desse sentimento, embora o componente mercadológico também não deixe de existir.

De acordo com o historiador Giovanni Levi,²⁹ a biografia, de modo geral, já teve o objetivo de narrar vidas a partir de fatos históricos, assim como relatar os fatos históricos a partir de destinos individuais. Porém, novos usos foram surgindo. Para Arfuch,³⁰ é preciso ir além do canônico quando se trata do *espaço biográfico*, e a autora procurou fazer isso ao buscar o que de comum une as biografias e as autobiografias canonizadas. Para ela, é necessário abordar as intertextualidades, as recorrências, as heterogeneidades e os deslocamentos dentro do espaço biográfico. Nesse contexto, as narrativas surgem abrindo caminhos para a autocriação ou a autoexpressão, em que as paixões são passíveis de virem à tona.

Nesse sentido, o *espaço biográfico* é definido pela autora como uma “confluência de múltiplas formas, gêneros e horizontes de expectativas”,³¹ ou seja, o espaço biográfico articula narrativas de vida em diferentes gêneros, abrangendo a intertextualidade, assim como a interdiscursividade. As diversas abordagens em *Análise do Discurso*, cada uma à sua maneira, consideram que todo discurso é atravessado por outros, com os quais estabelece relações de adesão, de filiação ou de oposição, de negação e de polêmica. Analisemos, na sequência, alguns aspectos dessas relações intertextuais e interdiscursivas que ocorreram para a produção da biografia do jogador a partir de elementos verbais e não-verbais, tais como signos

²⁹ LEVI. Usos da biografia.

³⁰ ARFUCH. *O espaço biográfico*.

³¹ ARFUCH. *O espaço biográfico*, p. 58.

icônicos ou indiciais, além de considerarmos elementos plásticos, tais como expressões faciais, gestuais, agenciamento de elementos cromáticos, entre outros, que possam contribuir para nosso gesto interpretativo.



Imagem: Capa do livro *O Menino Rei*.

Logo na capa de *O Menino Rei* é possível identificarmos uma série de características relativas ao gênero biografia. A primeira delas é a indicação dos nomes dos autores (Eduardo de Ávila e Philippe Van R. de Lima) e do ilustrador (Felipe Assumpção Soares) da obra, seguido do nome do livro. Novamente, destacamos que Philippe é filho de Reinaldo, o que confere legitimidade à narrativa, uma vez que se trata de alguém próximo ao sujeito biografado. Nesse ponto, lembramos das discussões apresentadas em Arfuch³² sobre o *pacto autobiográfico* de Lejeune. Embora não se trate da mesma situação, ou seja, de uma aliança estabelecida com os leitores pela indicação de que é o próprio indivíduo biografado aquele que escreve, o fato de as biografias – tanto *Punho cerrado* quanto *O Menino Rei* – contarem com a

³² ARFUCH. *O espaço biográfico*.

participação do filho de Reinaldo pode produzir um efeito de veracidade que possivelmente seria menor sem sua participação.

Ainda considerando a análise da capa, é possível observar a presença de ilustrações que resumem o conteúdo do livro. Vemos, ao centro, um desenho de Reinaldo com as clássicas vestimentas do Clube Atlético Mineiro, com uma coroa e com o tradicional gesto do braço direito levantado com o punho cerrado. Esse gesto, que marcou a carreira do ex-jogador, trazia consigo ao menos duas grandes reivindicações: a sua luta antirracista e a sua postura combativa ao regime militar vigente no Brasil à época. Também observamos a sombra de um galo ao fundo – lembremos que o Atlético Mineiro é conhecido por seu mascote e é carinhosamente chamado de Galo por sua torcida –, de um árbitro e de adversários com um cartão vermelho e com luvas de boxe, respectivamente, além de um militar com aspecto raivoso tentando segurá-lo com as mãos.

Como já dissemos, as militâncias de Reinaldo podem ter-lhe causado uma série de problemas, inclusive esportivos, como a sua retirada da final do Campeonato Brasileiro de 1977, após um controverso julgamento, e sua rápida expulsão no jogo contra o Flamengo pela Libertadores da América de 1981, entre tantas outras. Mais uma vez, não se pode ignorar o contexto. Se ainda hoje há discussões sobre a lisura do futebol brasileiro, o que dizer dos anos 1970-1980, quando o Rei estava em seu auge? Reinaldo, subversivo que era em relação ao regime, despertava a ira dos militares, que, comandantes em todas as esferas, também constrangiam as autoridades do futebol a prejudicarem o atleta e o clube em que atuava. Muitos daqueles que vivem e acompanham o esporte defendem que Reinaldo e o próprio Atlético poderiam ter sido ainda mais vitoriosos caso não tivessem adotado essa postura desafiadora.

Embora não haja um prefácio, podemos observar que há uma descrição de quem são os autores, o ilustrador e o próprio Reinaldo ao final da narrativa. Trata-se de pequenas passagens (auto)biográficas inseridas no interior da principal.

A narrativa de *O Menino Rei* se desenrola de forma linear em relação à cronologia dos acontecimentos, isto é, inicia-se com a infância do futuro ídolo alvinegro na cidade de Ponte Nova/MG, onde nasceu, passando por seu desenvolvimento

como atleta, sua chegada e sua história no Galo, suas reivindicações e seu embate com o regime militar, até o final de sua carreira.

Por se tratar de um livro voltado a um público composto majoritariamente por crianças e adolescentes, mas também por “sonhadores de todas as idades”, não há uma divisão de capítulos, até mesmo devido à pequena extensão do texto, e sempre há desenhos e ilustrações após cada página escrita. Essas ilustrações se relacionam de maneira divertida ao conteúdo narrado na página anterior. Vemos, por exemplo, um Reinaldo ainda criança, sua atuação diante de adversários truculentos, seus problemas com os militares, sua consagração nos braços da Massa (como é conhecida a torcida atleticana) etc.

Não há a presença, em *O Menino Rei*, de fotografias reais de Reinaldo e dos demais personagens, o que caracteriza ainda mais seu aspecto educativo e marcadamente infantojuvenil. Tais detalhes estão bastante presentes na obra que serviu de inspiração para a biografia por nós analisada, *Punho cerrado*. Em *O Menino Rei*, o que se observa são ilustrações com características infantis.

Grosso modo, podemos dizer que *O Menino Rei* apresenta uma série de características próprias ao gênero biografia e, de maneira mais específica, que os autores conseguiram aliar essas características ao que supostamente se espera de uma obra voltada ao público por eles desejado, ou seja, possíveis leitores de biografia, mais especificamente um público infantojuvenil, torcedores do Atlético Mineiro, crianças e jovens que sonham ser jogadores de futebol.

PROJEÇÃO DE IMAGENS DE SI

Por se tratar de uma biografia – e não de uma autobiografia –, a projeção das imagens se dá em relação ao principal personagem da narrativa, isto é, Reinaldo. A partir da leitura da obra, e considerando os aportes teóricos de Charaudeau³³ sobre as imagens de si, percebemos que os autores projetam alguns *ethé* do ex-jogador e ídolo atleticano.

³³ CHARAUDEAU. *Discurso político*.

Para Charaudeau,³⁴ existem dois grandes grupos de *ethé* no discurso político, mas que igualmente podem ser utilizados em outros tipos discursivos: os de credibilidade e os de identificação. A credibilidade liga-se não à identidade social, mas à identidade discursiva do locutor, o que o leva a tentar moldar seu discurso de forma a persuadir o público. São *ethé* de credibilidade: sério, virtuoso e competente. Já a identificação relaciona-se à tentativa de identificação (irracional) entre cidadão e político. São *ethé* de identificação: potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e solidariedade. Ressalte-se que o linguista permite a identificação de novos *ethé*, como fizemos e se verá logo adiante.³⁵

Nos termos do linguista francês,³⁶ diríamos que prevalecem aquelas imagens ligadas à identificação, ou, em outras palavras, os autores projetam imagens de Reinaldo que têm como objetivo criar um sentimento de identificação dos leitores com o ex-jogador alvinegro. Podemos elencar alguns dos *ethé* projetados ao longo de *O Menino Rei*: i) o *ethos* de vitorioso, que parece mostrar ao leitor a trajetória de superação do jogador, a partir da narração da história de uma criança nascida em uma pequena cidade do interior de Minas Gerais e que conseguiu se tornar um dos grandes nomes do poderoso futebol brasileiro; ii) o *ethos* de solidário, por meio do qual os sujeitos-biógrafos parecem visar a projeção de uma imagem do jogador como alguém que nunca se furtou de seu papel social, contrapondo-se à ditadura militar que ocorria no país; iii) o *ethos* de injustiçado, haja vista a série de injustiças de que o ex-jogador foi vítima justamente por se posicionar politicamente; mas, principalmente, iv) o *ethos* de ídolo, uma vez que os sujeitos-biógrafos destacam, por meio de diversas sequências narrativas e de descrições, aspectos relacionados à técnica, aliada a seus números como jogador e a seu engajamento, que fizeram do Rei o grande nome da história do Clube Atlético Mineiro.

De maneira resumida, podemos dizer que *O Menino Rei* traz uma série de imagens positivas e que visam reforçar o sentimento de idolatria da Massa em relação a Reinaldo, o sujeito biografado.

³⁴ CHARAUDEAU. *Discurso político*.

³⁵ Por não se tratar do foco deste trabalho, não nos debruçaremos sobre cada um deles. Para os interessados, sugerimos a leitura do livro *Discurso Político*.

³⁶ CHARAUDEAU. *Discurso político*.

Como não se pode ignorar, a obra *O Menino Rei* apresenta um caráter infantojuvenil, ou seja, seu público-idealizado (TUd) é composto por crianças e adolescentes que, influenciados por seus amigos ou familiares – ou mesmo por vontade própria –, começam a se interessar pelo universo do futebol e principalmente pela história do Clube Atlético Mineiro. Destarte, a narrativa utiliza uma linguagem voltada para essa faixa etária. Evidentemente, como nos ensina Charaudeau,³⁷ nem sempre o TUd corresponderá às pessoas que de fato têm acesso ao trabalho, isto é, ao TUi. Em nosso caso, por exemplo, somos parte, como pesquisadores, do TUi, embora não façamos parte do público inicialmente idealizado por Eduardo de Ávila e por Philipe Van R. de Lima.

Até mesmo para reforçar seu caráter lúdico e voltado para um primeiro aprendizado sobre a história de Reinado e do Galo, o livro projeta um TUd composto por pequenos torcedores, talvez ainda inconscientes da importância que o personagem principal da narrativa tem para a história do seu (provável) futuro clube do coração. Diante de tudo isso, podemos afirmar que os autores e biógrafos da obra analisada vislumbraram e projetaram um público infantil, o que dá à obra um caráter educativo e informativo.

* * *

REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. É possível integrar a argumentação na análise do discurso? Problemas e desafios. **ReVEL** – Revista Virtual de Estudos da Linguagem, v. 14, n. 12, 2016, p. 165-190. Disponível em: <https://bit.ly/43tQSsG>. Acesso em: 2 mar. 2022.

ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Tradução de Paloma Vidal. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

ÁVILA, Eduardo de; LIMA, Philipe Van R. **O Menino Rei**. Ilustrações de Felipe Assumpção Soares. Belo Horizonte: Letramento, 2016.

³⁷ CHARAUDEAU. *Linguagem e discurso*.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELLO Renato. (Orgs.). **Gêneros**: reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004, p. 14-41.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Trad.: Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2015.

LEVI, Giovanni. Usos da biografia. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de M. (Orgs.). **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 1996, p.167-182.

PROCÓPIO-XAVIER, Mariana Ramalho. O contrato biográfico: identidade, finalidades e configurações genéricas. In: PROCÓPIO-XAVIER, Mariana Ramalho. **A configuração discursiva de biografias a partir de algumas balizas de História e Jornalismo**. Tese (Doutorado em Letras, Estudos Linguísticos). Faculdade de Letras da UFMG, Belo Horizonte, 2012.

* * *

Recebido em: 22 ago. 2023.
Aprovado em: 23 mar. 2024.

Entrando em campo: futebol e política nos documentários “Democracia em preto e branco” e “Barba, cabelo e bigode”

Taking the field: football and politics in the documentaries
“Democracia em preto e branco” and “Barba, cabelo e bigode”

Francisco Alves Junior

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira/BA, Brasil
Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA
chicoalv@gmail.com

RESUMO: O objetivo deste trabalho é analisar os documentários *Democracia em preto e branco* (2014), de Pedro Asbeg e *Barba, cabelo e bigode* (2016), de Lucio Branco, a fim de perceber como as personagens dos documentários, que são ex-jogadores de futebol, se colocam em cena (Bogado, Alves Junior, Souza, 2020) e produzem dissenso (Rancière, 1996) ao trazerem para o debate público temas que atravessam a vida cotidiana e que se fazem presentes dentro e fora do campo de jogo, como a luta pela democracia, a luta por melhores condições de trabalho, o combate ao racismo e o combate a homofobia. A partir de suas falas, gestos e do uso de seus corpos como expressão de contestação da ordem vigente, como a adoção de barbas e cabelos grandes, as personagens rasuram os lugares comuns destinados aos profissionais do esporte, associados normalmente como sujeitos alheios à vida política do país.

PALAVRAS-CHAVE: Documentário; Futebol; Política.

ABSTRACT: The objective of this work is to analyze the documentaries *Democracia em preto e branco* (2014), by Pedro Asbeg and *Barba, cabelo e bigode* (2016), by Lucio Branco, in order to understand how the characters of the documentaries, who are former players of football, remains on the scene (Bogado, Alves Junior, Souza, 2020) and provoke dissent (Rancière, 1996) by bringing to the public debate themes that cross everyday life and that are present on and off the field game, such as the fight for democracy, the fight for better working conditions, the fight against racism and the fight against homophobia. From their speeches, gestures and the use of their bodies as an expression of contestation of the current order, such as the adoption of beards and long hair, the characters erase the common places destined for sports professionals, normally associated with subjects alien to political life from the country.

KEYWORDS: Documentary; Football; Politics.

INTRODUÇÃO: COLOCANDO A BOLA PARA ROLAR

O futebol é considerado uma das experiências culturais fundamentais para a invenção e a construção da ideia de Brasil.¹ Entendemos que o esporte, por meio da atuação midiática e política de seus praticantes, é capaz de mobilizar pautas fundamentais para a interpretação da sociedade brasileira. As falas e os gestos produzidos pelos jogadores, principalmente aqueles que são considerados celebridades, são capazes de pautar intensos debates nos meios de comunicação. Não são poucas as produções audiovisuais que se dedicam a retratar o futebol e as suas relações com os mais diversos aspectos da realidade do país, como as reportagens exibidas em programas esportivos, como o Esporte Espetacular (TV GLOBO), Show do Esporte (BAND) e Esporte Record (Record TV) e nos programas produzidos em canais por assinatura, a exemplo do Redação Sportv (SPORTV) e do SportsCenter Brasil (ESPN). Além da constante frequência do esporte nas produções jornalísticas, o futebol também é tema de diversas produções do cinema brasileiro e tem sido cada vez mais exibido e consumido em plataformas de *streamings*, Mostras e Festivais de cinema, como no CineFoot.²

A presença do futebol como tema no cinema brasileiro evidencia um desejo dos diretores e das diretoras, e também dos espectadores, de entender como o esporte revela as nossas formas de sociabilidade.³ No campo documental, por exemplo, assim como nas obras que tematizam os mais diversos assuntos, os documentários sobre futebol são construídos de diferentes modos e podem contar com entrevistas, o uso e reuso de arquivo imagéticos e sonoros, narração, ou podem ser realizados em primeira pessoa, como é o caso de *O futebol* (Sergio Oksman, 2015). Outros documentários, como *Santos: 100 de futebol arte* (Lina Chamie, 2012), *Bahêa, minha vida* (Márcio Cavalcante, 2016) e *Lutar, Lutar, Lutar* (Sérgio Borges e Helvécio Marins Jr., 2021), se propõem a recontar e reconstruir a trajetória dos clubes. Há ainda os documentários que se preocupam em retratar a

¹ DAMATTA. Futebol: ópio do povo x drama de justiça social.

² O CineFoot é um festival de cinema que exhibe filmes de ficções e documentários nacionais e internacionais sobre futebol. Sobre o festival: <https://cinefoot.org/>

³ Para saber mais sobre as relações entre o cinema brasileiro e o futebol, ver: ORICCHIO. *Fome de bola: cinema e futebol no Brasil*.

vida das grandes estrelas do futebol, como *Garrincha, alegria do povo* (Joaquim Pedro de Andrade, 1962), *Tostão, a fera de ouro* (Ricardo Gomes Leite, Paulo Laender, 1970), *Isto é Pelé* (Luiz Carlos Barreto e Eduardo Escorel, 1974) e *Ronaldo, o Fenômeno* (Duncan Mcmath, 2022).

Podemos citar, ainda, os documentários que têm como objetivo retratar as conquistas pessoais e coletivas dos jogadores e os momentos históricos dos clubes de futebol ou das seleções nacionais, como *Inacreditável: A Batalha dos Aflitos* (Beto Souza, 2006), *Copa União* (Diogo Dahl e Raphael Vieira, 2012), *O dia do Galo* (Cris Azzi e Luiz Felipe Fernandes, 2014), *Democracia em preto e branco* (Pedro Asbeg, 2014) e *Barba, cabelo e bigode* (Lucio Branco, 2016). Esses dois últimos documentários nos interessam de maneira bastante particular, uma vez que são obras que discutem a realidade do país, especialmente nos tempos atuais, como o debate e a defesa de um mundo mais justo, democrático e plural. Realizados na década de 2010, os dois documentários reposicionam e subvertem os clichês sobre os lugares que os jogadores de futebol ocupam no debate público do país ao atrelar as atuações das personagens à luta pela democracia, produzindo, assim, novas possibilidades de compreensão da importância do esporte na vida política e cultural brasileira.

Democracia em preto e branco tem como intenção apresentar um período particular da história do Corinthians, e de uma série de jogadores, como Sócrates, Wladimir e Casagrande. O filme centra-se na chamada Democracia Corinthiana (1982-1984), implementada e experienciada no clube no começo dos anos de 1980, quando o país ainda vivia sobre a ditadura civil-militar e sonhava com a possibilidade de finalmente poder votar para presidente da República. Já *Barba, cabelo e bigode*, realizado dois anos depois do documentário de Pedro Asbeg,⁴ coloca em campo três ex-jogadores do Botafogo: Afonsinho, Paulo César Caju e Nei Conceição. O documentário dirigido por Lucio Branco não se dedica apenas em traçar uma justaposição entre a história do país e a vida profissional e privada dos protagonistas, mas também em demonstrar como eles, mesmo imersos em um

⁴ Além de *Democracia em preto e branco*, Pedro Asbeg dirigiu outros documentários que têm o futebol como tema central. Entre eles, destacamos: *Unido vencerás* (2002), *O deus da raça* (2003), *Dogão calabresa* (2003), *Unido vencerás 2: Uma história diferente* (2006), *Geraldinos* (2016), a série *O som das torcidas* (2017) e *Carta ao Magrão* (2020).

ambiente autoritário, defendiam suas convicções estéticas e políticas. Não nos parece exagero, portanto, inferir que *Democracia em preto e branco* e *Barba, cabelo e bigode* atuam não apenas como mediadores entre passado e presente, mas também como produções que permitem que as personagens (re)elaborem as suas memórias, a suas experiências e a suas performances.

Em vista disso, o objetivo deste artigo é analisar os documentários *Democracia em preto e branco* e *Barba, cabelo e bigode*, a fim de perceber como os ex-jogadores se colocam em cena⁵ e produzem dissensos⁶ ao trazerem para o debate público questões que atravessam a vida cotidiana e que se fazem presentes dentro e fora do campo de jogo, como a luta pela democracia, por melhores condições de trabalho, o combate ao racismo e o combate à homofobia. A partir de suas falas, de seus gestos e do uso de seus corpos como expressão de contestação da ordem vigente, como a adoção de barbas e cabelos grandes, as personagens, normalmente rotuladas como sujeitos alheios aos problemas presentes na sociedade brasileira, rasuram os lugares comuns destinados aos profissionais do esporte.

A DEMOCRACIA EM PRETO E BRANCO: A EXPERIÊNCIA CORINTIANA REVISTA 30 ANOS DEPOIS

Em *Democracia em preto e branco*, Pedro Asbeg entrelaça a curta experiência da gestão democrática do Sport Club Corinthians Paulista, conhecida como Democracia Corinthiana, à vida política brasileira. Não é à toa que os primeiros minutos do documentário são dedicados a situar e a explicar aos espectadores as consequências da ditadura civil-militar no país – como a existência das torturas, a censura institucionalizada e a falta de liberdade. Nessa espécie de preâmbulo, somos apresentados a uma série de imagens de arquivos que nos remete ao período ditatorial. Sob essas imagens, ouvimos a narração da cantora e compositora Rita Lee contextualizar e descrever historicamente a época retratada. Além da artista, que é torcedora do clube paulista, diferentes personalidades, como

⁵ BOGADO; ALVES JUNIOR; SOUZA. Um estudo sobre performance, dispositivos de regulação entre formas de vida e formas de imagem no documentário contemporâneo.

⁶ RANCIÈRE. *O desentendimento: política e filosofia*.

o jornalista Juca Kfoury⁷ e o apresentador Serginho Groisman, que também são corinthianos, narram as suas experiências, vivências e medos perante o autoritarismo que assombrava parte da sociedade brasileira.

Logo após a essa contextualização, o diretor estabelece um paralelo entre o ex-presidente e ditador João Figueiredo e o ex-presidente do Corinthians Vicente Matheus. Essa comparação não se deu por acaso: Matheus, que já havia sido presidente do clube anteriormente, concorreu a uma nova eleição, desta vez como vice-presidente na chapa comandada por Waldemar Pires, considerado como uma espécie de laranja de Matheus no comando do clube. A aproximação entre Figueiredo e Matheus é reforçada a partir da inserção de imagens de arquivos em que ambos aparecem juntos (Figs. 1 e 2). À época, o país vivia a expectativa de volta à normalidade democrática, marcada pela abertura “lenta, gradual e segura” e caracterizada pela emergência dos movimentos comunitários e sindicais, liderado, principalmente, pelo então metalúrgico Luiz Inácio Lula da Silva, responsável por comandar as greves dos operários no ABC paulista.



Figs. 1 e 2 - Encontros entre Figueiredo e Matheus. Fonte: *Democracia em preto e branco* (2014).

Waldemar Pires venceu as eleições no Corinthians, e depois de três meses no cargo rompeu com Matheus, tornando-se presidente de “fato”. Em 1981, com a queda do clube para a segunda divisão, um novo diretor de futebol foi contratado: o sociólogo Adilson Monteiro Alves, que a partir do encontro com jogadores como Sócrates, Casagrande, Wladimir, entre outros, mudou a forma de comandar e de

⁷ Em sua autobiografia, intitulada *Confesso que perdi: memórias*, o jornalista dedica um capítulo da obra para falar da sua relação pessoal e profissional com os jogadores do Corinthians, especialmente com Sócrates, e sobre a sua participação na *Democracia Corinthiana*, fato que também será exposto também em *Democracia em preto e branco*.

pensar o futebol, dando não só mais liberdade aos jogadores, como também gestando uma nova forma de participação dos atletas na vida do clube e, sobretudo, na vida política do país. A experiência corinthiana incluía a consulta e a votação dos jogadores sobre as novas contratações do clube, sobre a possibilidade de concentração antes dos jogos e sobre o controle e os destinos de seus corpos e ideias.⁸ De acordo com o pesquisador Augusto Sarmiento-Pantoja no artigo “Mais branco do que preto na ditadura militar brasileira: a Democracia Corinthiana, o sindicalismo, a rebeldia e o *rock and roll*”, no qual ele analisa o documentário *Democracia em preto e branco*,

No princípio dos anos 1980 as transformações tanto no Corinthians, quanto no Brasil, estavam a caminho e se faziam paralelas: as da Nação Corinthiana marcadas pelo desejo de afirmação enquanto clube nacional, e, as da nação brasileira, envoltas pelo desejo de realização de eleições diretas para presidente e, conseqüentemente, a afirmação democrática, após o hiato da ditadura. Por isso, entendemos que a melhor leitura sobre esse momento histórico brasileiro se refere ao desejo de liberdade, associada à promessa de abertura para a democracia e de anistia política.⁹

Após revelar as convergências ideológicas entre Monteiro e os jogadores do Corinthians, o diretor, por meio da narração explicativa de Rita Lee, e do uso de material de arquivos advindo de diversas realidades e materialidades, passa a apresentar os líderes de um novo movimento que prometia ser diferente de tudo que já tinha sido experimentado pelo futebol brasileiro. Sócrates (Fig. 3)¹⁰ nos é apresentado como o principal jogador, embora também tenha sido médico, optou em continuar no esporte, como ressalta o presidente Lula, corinthiano e um dos entrevistados do documentário. O lateral esquerdo Wladimir (Fig. 4), ocupa um lugar importante no time: ele se coloca como um líder sindical que encara o futebol como um trabalho como qualquer outro – e que tem Zumbi como uma de suas referências da vida, especialmente como um homem negro. Casagrande (Fig. 5), com apenas 19 anos, completa o trio. Fugindo do senso comum, que até certo ponto cristaliza a figura do jogador como alienado dos problemas sociais do país,

⁸ SÓCRATES; GOZZI. *Democracia Corinthiana: a utopia em jogo*.

⁹ SARMENTO-PANTOJA. Mais branco do que preto na ditadura militar brasileira, p. 44.

¹⁰ Personagem de diversos documentários brasileiros sobre futebol, Sócrates também é protagonista de um dos episódios da série documental francesa *Os rebeldes do futebol* (Gilles Perez e Gilles Rof, 2012).

Democracia em preto e branco retrata os jogadores como sujeitos públicos que perturbam a ordem do sensível ao produzirem cenas e gestos políticos, que têm por finalidade inserir os “sem-parte”¹¹ na comunidade – seja de afetos ou de sentido, permitindo com isso que eles possam postular a sua participação na coletividade (Fig. 6).



Figs. 3, 4, 5 e 6 - Sócrates, Wladimir e Casagrande e a produção de gestos políticos.
Fonte: *Democracia em preto e branco* (2014).

Ao reivindicarem fazer parte dos debates políticos que emergiam no país no período da redemocratização, Sócrates, Wladimir e Casagrande, que buscavam ser vistos e ouvidos enquanto pessoas capazes de produzir novas sensibilidades sobre o futebol, tinham como intenção criar “novas formas de se apresentar com os outros e diante dos outros”.¹² Se faltava a participação popular nos destinos do país, mesmo durante o processo de abertura, Asbeg nos mostra que a experiência democrática empreendida no clube paulista começava a render frutos importantes para a história do futebol, especialmente para a biografia dos jogadores envolvidos. A emergência desses novos atores políticos, até então privados ou apartados intencionalmente do debate público, os constituem “como sujeitos

¹¹ MARQUES. Cenas de dissenso e a política das rupturas e fraturas na evidência do visível.

¹² MARQUES. Cenas de dissenso e a política das rupturas e [...], p. 219.

políticos, afastando-se de identidades e definições impostas que lhes colocam limites para a participação ao comum”.¹³

Esse movimento de participação nas decisões e destinos do clube, como mencionamos acima, passou a ser intitulado como Democracia Corinthiana. As pesquisadoras Mariana Zuaneti Martins e Heloisa Helena Baldy dos Reis no ensaio “Cidadania e direitos dos jogadores de futebol na Democracia Corinthiana”, definem a experiência gestada pelo clube paulista da seguinte forma:

A Democracia Corinthiana pode ser entendida como elemento de questionamento do autoritarismo e do paternalismo no futebol, na medida em que servia como espaço de contraponto à hierarquização presente na arena esportiva, que impedia que o jogador pudesse comandar a própria vida. [...] Os significados de democracia para os sujeitos da Democracia Corinthiana, estavam subentendidos tanto a partir de uma dimensão mais individual – no caso das “liberdades”, como de não se concentrar antes das partidas; quanto na dimensão coletiva da participação – com relação ao direito à palavra e à opinião, ou mesmo em um caso mais concreto do acesso a alguns direitos trabalhistas.¹⁴

Assim, ao se colocarem na arena pública e terem as suas demandas ouvidas e atendidas, os jogadores criam novas possibilidades de compreensão do futebol enquanto um fenômeno estético-político, pois como defende a pesquisadora Ângela Marques, a partir de uma leitura da obra de Jacques Rancière, a política caracteriza-se

[...] como produção de “cenas de dissenso”, que se constituem quando ações de sujeitos que não eram, até então, contados como interlocutores, irrompem e “provocam rupturas na unidade daquilo que é dado e na evidência do visível para desenhar uma nova topografia do possível” (Rancière, 2008, p. 55). São essas cenas polêmicas que permitem a redistribuição de objetos e de imagens que formam o mundo comum já dado ou a criação de situações aptas a modificar nosso olhar e nossas atitudes com relação ao ambiente coletivo.¹⁵

Outro ponto importante em *Democracia em preto e branco* são as performances públicas e midiáticas dos jogadores, entendida aqui como uma relação ritualística e dissensual, que tem como propósito evidenciar e denunciar “uma

¹³ MARQUES. Cenas de dissenso e a política das rupturas e [...], p. 243.

¹⁴ MARTINS; REIS. Cidadania e direitos dos jogadores de futebol na Democracia Corinthiana, p. 431.

¹⁵ MARQUES. Cenas de dissenso e a política das rupturas e [...], p. 132.

ausência de igualdade em relação aos outros”.¹⁶ Dizemos isso porque os praticantes do esporte são considerados por uma parcela da sociedade como pessoas que pouco se importam com os problemas que atravessam a sociedade. Ao colocar seus corpos em cena, afinal, o país vivia um período de otimismo com a abertura democrática e acreditava-se na possibilidade de eleger o presidente da república através do voto direto, as personagens, enquanto pessoas públicas, fabulam e partilham seus desejos com os espectadores, utilizando os meios de comunicação como uma espécie de dispositivo de regulação capaz de escrever novas formas de vida, possibilitando, assim, a participação desses sujeitos na vida política.¹⁷

O que também nos chama atenção no documentário é a forma como Asbeg lida com os arquivos ao longo do filme. Um bom exemplo disso é quando ele insere imagens dos jogadores no ônibus indo para o estádio, revelando, até certo ponto, as formas de sociabilidade e de convivência entre eles, especialmente em dias de jogos. Nessas imagens é possível observar os atletas cantando e se divertindo, bem como ver Casagrande fumando um cigarro sem precisar esconder dos companheiros de clube e nem da diretoria. A participação do atacante na Democracia Corinthians, que depois de aposentado passou a trabalhar como comentarista esportivo, também foi descrita em *Casão: num jogo sem regras*, uma série documental em quatro episódios exibida pela Globoplay e dirigida por Susanna Lira.¹⁸ Entendemos que em *Democracia em preto e branco*, os arquivos têm a função memorialística importante, já que o arquivo “pode constituir uma base para tentar compreender o que ocorreu a um indivíduo ou a uma sociedade”.¹⁹ Assim, ao desempenhar um papel interrogativo,

[...] os arquivos respondem às questões que lhe são colocadas não por meio de puras escolhas, mas de atualizações parciais, em que ‘objetos’ e ‘referências’ são criados de acordo com o que o arquivo disponibiliza e de acordo com a interrogação a que ele é submetido.²⁰

¹⁶ MARQUES. Cenas de dissenso e a política das rupturas e [...], p. 243.

¹⁷ BOGADO; ALVES JUNIOR; SOUZA. Um estudo sobre performance, dispositivos [...].

¹⁸ Suzanna Lira é também é diretora da série documental *Adriano Imperador* (2022), exibida e produzida pela plataforma de streaming Paramount+. A série conta a história de Adriano, ex-jogador da seleção brasileira e do Flamengo, entre outros clubes.

¹⁹ SEDLMAYER; GINZBURG. Apresentação. A fala do indizível, p. 8.

²⁰ RESENDE. *Microfísica do Documentário*, p. 161.

Entretanto, é importante ressaltar que os arquivos precisam ser colocados em uma ordem narrativa para que eles possam ser compreendidos pelos espectadores do documentário. A pesquisadora Leonor Arfuch escreve que o arquivo pode ser compreendido como: “Um espaço singular atravessado pela temporalidade: constituído no passado se projeta até o porvir. Seu presente é sempre uma construção, visto que é ativado pela leitura, pelas atualizações sucessivas, pela forma do olhar, pela descoberta súbita ou pelo retorno obstinado”.²¹

Além de *Casão: num jogo sem regras*, outros documentários também se debruçam sobre a experiência corintiana, como *Ser campeão é detalhe: Democracia Corinthiana* (Caetano Tola Biasi e Gustavo Forti Leitão, 2012), *Vai!* (Bruno Christofolletti Barrenha, 2021) e *Carta ao Magrão* (2021), também dirigido por Pedro Asbeg. Tanto em *Democracia em preto e branco*, como nos filmes citados acima, é possível perceber a atuação das personagens na cena política, posto que suas performances deslocam os papéis pré-definidos que os jogadores de futebol ocupam no imaginário coletivo. Imersos no desejo de mudar a realidade das coisas, Sócrates, Wladimir e Casagrande passam a se engajar na campanha das Diretas Já. O próprio Corinthians estampou em sua camisa uma frase escrita *Dia 15 vote* (Fig. 7), que significava não apenas um pedido enfático da participação dos torcedores na vida do país, mas, principalmente, um gesto de inseparabilidade da política e do futebol – assim como quando entraram em campo com uma faixa escrita *Ganhar ou perder, mas sempre com democracia* (Fig. 8).



Figs. 7 e 8: Corinthians em prol da democracia Fonte: *Democracia em preto e branco* (2014).

²¹ ARFUCH. A auto/biografia como (mal de) arquivo, p. 371.

Mariana Zuaneti Martins em *Democracia Corinthiana: sentidos e significados da participação dos jogadores*, explica que a chamada Democracia Corinthiana propôs não apenas uma nova forma de gerir e pensar o futebol, mas também uma arrojada campanha de marketing, que tinha como um dos seus principais expoentes o publicitário Washington Olivetto.

Para promover a ideia no marketing no uniforme corintiano, criando a cultura de estampas comerciais nas camisas, Olivetto criou a ideias de mensagens sociais. Dessa forma, “o anuncio de mensagens cumpria a função de divulgar o espaço nas camisas que poderia ser vendido” (SÓCRATES e GOZZI, 2002, p. 86). Em novembro de 1982, quando o espaço na camisa começava a ser vendido, o Corinthians entrou em campo com a mensagem “No dia 15, Vote”, e o CND (Conselho Nacional do Desporto) fez com que o clube retirasse tal escrito, uma vez que só se poderia transmitir mensagens comerciais e não políticas. De qualquer forma, o apelo pelo espaço deu certo, uma vez que o Corinthians fechou contrato de anuncio com a Bombril.²²

A música também ocupa um lugar de destaque em *Democracia em preto e branco*, mais especificamente o rock brasileiro, como destaca Sarmiento-Pantoja:

Ao assistirmos ao documentário, compreendemos bem a articulação entre futebol e política, desde o uso de determinadas estratégias formais, como a voz off, até a intersecção com as cenas históricas, sem deixar de lado a trilha sonora, na qual o cineasta dá grande atenção e resolve acrescentar um terceiro vértice, a música como parte da reflexão sobre a necessidade de fomentar a liberdade e que durante toda a ditadura civil-militar brasileira teve papel importante na luta contra o autoritarismo, em especial nos anos de 1960 e 1970, a cargo da Música Popular Brasileira (MPB) e da Tropicália.²³

A inclusão de trechos de apresentações de grupos musicais como Barão Vermelho, Ira!, Paralamas do Sucesso, além da própria Rita Lee, busca associar a rebeldia juvenil ao desejo pela liberdade e pela democracia, uma vez que “realizado e consumido por jovens, o rock estabelece uma relação de percepção de mundo no processo de transição política ao qual o país atravessava”.²⁴ Ao propor uma aproximação entre a Democracia Corinthiana e o rock brasileiro produzido naquele momento, Asbeg tem como finalidade mostrar uma convergência política

²² MARTINS. *Democracia Corinthiana: sentidos e significados da participação dos jogadores*, p. 124.

²³ SARMENTO-PANTOJA. Mais branco do que preto na ditadura militar brasileira, p. 50-1.

²⁴ ROCHEDO. BRock: o ensino de História por meio do rock brasileiro nos anos 1980, p. 2.

entre o que acontecia nos gramados e fora dele, especialmente entre jovens músicos de classe média e jogadores profissionais do futebol.

Nos anos de 1980, esse espaço de protesto estava relativamente “vago” e aos poucos foi sendo tomado por um movimento que inicia ainda no final da década de 1970 e ganhará maior intensidade na década seguinte com o rock 80. Esse coletivo musical, produz canções reflexivas acerca da perplexidade diante dos problemas sociais e políticos brasileiros, o silêncio instalado diante do aniquilamento dos movimentos de resistência e a letargia produzida pela censura à cultura brasileira.²⁵

Assim, a partir de um vasto material de arquivo, que inclui fotografias e imagens em movimento, além das entrevistas com os jogadores, políticos, jornalistas e músicos, o diretor atrela a experiência da Democracia Corinthiana à agenda nacional, que tinha naquele momento como principal demanda, a possibilidade de finalmente poder votar para presidente da República depois de 21 anos de ditadura civil-militar. Esse exercício de imaginar uma nova sociedade pós-ditadura é apresentado aos espectadores a partir do futebol, que como já dissemos, é visto por muitos como um esporte em que a política não coabita. Embora a emenda Dante de Oliveira, mais conhecida como Diretas Já, que tinha como objetivo reinstaurar a votação direta para presidente não tenha sido aprovada no Congresso Nacional, a Democracia Corinthiana é lembrada até hoje como um dos principais movimentos de luta pela liberdade e pela democracia brasileira.

A DEMOCRACIA TEM CABELO, BARBA E BIGODE: TODOS OS CORPOS DE AFONSIÑO, PAULO CÉSAR CAJU E NEI CONCEIÇÃO

Sócrates, Wladimir e Casagrande, e os outros jogadores que fizeram parte da Democracia Corinthiana, não foram os únicos atletas a rasurar os lugares comuns destinados aos profissionais do esporte. Em *Barba, cabelo e bigode*, dirigido por Lucio Branco, três ex-jogadores do Botafogo (RJ), Afonsinho, Paulo César Caju e Nei Conceição (Fig. 9), recontam suas trajetórias dentro e fora de campo de jogo. Afonsinho, que também é personagem dos documentários *Passe livre* (Oswaldo Caldeira, 1974), de *A8* (Lucio Branco, 2020) e da música “Meio-campo”, de Gilberto Gil, que assim como Sócrates é médico, foi o primeiro jogador a obter a liberação

²⁵ SARMENTO-PANTOJA. Mais branco do que preto na ditadura militar brasileira, p. 51.

de seu passe na justiça.²⁶ Caju, que é o protagonista do terceiro episódio da trilogia *Futebol* (João Moreira Salles e Arthur Fontes, 1998), usava *black-power*, não só como uma opção estética, mas como um gesto político de afirmação e valorização da cultura e da identidade negra.²⁷ Nei Conceição, meio campo, que foi cortado da seleção brasileira por indisciplina, é estrela do curta *NC5 contra a lei do impedimento* (2019), também de Lucio Branco.



Fig. 9 - Começo no Botafogo: Afonsinho, Nei Conceição e Paulo César Caju.
Fonte: *Barba, cabelo e bigode* (Lucio Branco, 2016).

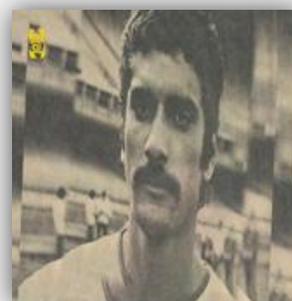
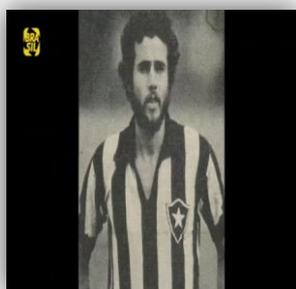
Como em *Democracia em Preto em branco*, os primeiros minutos de *Barba, cabelo e bigode* são dedicados a contextualização do período histórico no qual os ex-jogadores atuaram e viveram e também para a apresentação das personagens. A partir de entrevistas e da utilização de diversos materiais de arquivos, que vão desde fotografias privadas até produções jornalísticas e trechos de jogos e filmes, somos informados sobre o começo da carreira deles e o que eles pensam sobre o futebol e sobre a vida. Os três, assim como Sócrates, Wladimir e Casagrande, embora não sejam contemporâneos dos corintianos, reconfiguram os lugares supostamente destinados os jogadores de futebol, não somente por suas falas, mas

²⁶ Outra coincidência com Sócrates é que Afonsinho também é protagonista de um dos episódios da série documental francesa *Os rebeldes do futebol* (Gilles Perez e Gilles Rof, 2012).

²⁷ De acordo com a pesquisadora Ana Paula da Silva, “o ex-jogador Paulo César Lima foi apelidado “Caju” porque na década de 1970, para homenagear a “raça negra”, pintou o cabelo de “acaju”, segundo ele mesmo conta na sua autobiografia, *Dei a volta na vida* (2006). Atleta polêmico, foi classificado por alguns setores da imprensa esportiva como *bad boy*, título que não aceita de forma alguma, conforme colocou em sua autobiografia. Para ele, seu estilo combativo tinha como função defender os negros jogadores de futebol”. SILVA, *Pelé e o complexo de “vira-latas”: discursos sobre raça e modernidade no Brasil*, p. 152.

também pelo uso de seus corpos como uma forma de expressão que se contrapõe aos padrões vigentes à época, adotando cabelos grandes, barbas e bigodes, um visual considerado subversivo – daí o título da obra, que também pode ser relacionado a uma expressão usada no futebol em referência a um trabalho bem feito dentro de campo, normalmente uma goleada, ou quando um jogador faz três gols em um só jogo.²⁸

Sabendo que estava sendo filmado, o que acentua a performance da personagem, Afonsinho (Fig. 10), já aposentado do futebol, discorre sobre a exploração da mão de obra dos atletas e revela ao diretor que é contrário a existência de concentração antes dos jogos – comparada por ele à tortura, ao cárcere privado e ao controle dos corpos. Nei Conceição (Fig. 11), assim como Wladimir, se via como um trabalhador, e, portanto, como alguém que percebia o futebol como um local de conflitos de classe e de dissenso. Outro ponto que merece destaque em *Barba, cabelo e bigode* é a consciência racial de Paulo César Caju (Fig. 12). O ex-jogador da seleção brasileira elenca uma série de referências fundamentais para a sua formação de homem negro: a filósofa e ex-integrante dos Panteras Negras Angela Davis, o ex-lutador de boxe Muhammad Ali, o ativista do movimento negro Malcolm X, além da *black music* brasileira e americana. Como contraponto a identificação de Caju com os ícones da luta antirracista, o diretor insere uma fala dele, que se liga diretamente a cena anterior, na qual ele crítica a falta de engajamento e letramento racial de Neymar, Ronaldo e Roberto Carlos.



Figs. 10, 11 e 12 - corpos como rebeldia e contestação a ditadura civil-militar.
Fonte: *Barba, cabelo e bigode* (Lucio Branco, 2016).

²⁸ Para saber mais sobre as relações entre rebeldia e futebol, ver: FLORENZANO. *Afonsinho e Edmundo: a rebeldia no futebol brasileiro*.

A pesquisadora Ana Paula da Silva, em *Pelé e o complexo de “vira-latas”*: discursos sobre raça e modernidade no Brasil, recorre a um texto escrito em 2007 pelo ex-jogador Sócrates, e publicado na Revista Carta Capital, para explicar a influência e o encontro, ainda durante os anos de 1970, do craque corintiano com Caju:

Foi nesse período que conheci Paulo César Caju, uma das figuras mais importantes da história do nosso futebol, por ter sido um atleta mítico, um contestador e um exemplo de quem e como são nossos jogadores, com suas fragilidades expostas nas dificuldades em se inserir em uma sociedade exigente, paternalista e racista. Ele e Afonsinho, que lutou como um leão por sua liberdade e independência, afrontando o reacionarismo presente no esporte nacional, são referências de seres que jamais aceitam imposições sem que elas ao menos tenham passado pelo crivo de uma profunda reflexão. Algo que naquele momento da história corintiana acabou por se tornar uma atitude filosófica coletiva e cotidiana.²⁹

É importante ressaltar que os protagonistas do documentário foram profissionais durante os anos de 1960 e 1970, auge da repressão política no país.³⁰ “Em Pra Frente, Brasil!” Do Maracanazo aos mitos de Pelé e Garrincha, a dialética da ordem de desordem (1950-1983)”, o historiador e pesquisador Denaldo Alchorne de Souza, escreve o seguinte sobre a relação do Estado com o futebol:

Em países como o Brasil, o futebol se tornou um objeto de disputas simbólicas entre diferentes atores sociais que possuíam visões distintas de nação e de povo como o Estado, a grande imprensa comercial e os trabalhadores. E o que podemos constatar é que, entre 1950 e 1983, as concepções de identidade nacional, construídas a partir do Estado e da grande imprensa comercial, de um lado, e a dos trabalhadores, de outro, se opunham a partir de um aspecto principal: a disciplina. O Estado e a grande imprensa comercial, apesar de construírem visões de “Brasil” e de “povo brasileiro” múltiplas e sofrerem mudanças significativas através do tempo, viam a disciplina como uma contribuição positiva dos esportes para a consolidação da nação brasileira. Ao contrário, os trabalhadores viam negativamente a disciplina. Preferiam apreciar aspectos do futebol e da identidade nacional que afirmavam noções associadas a ordem e a justiça, mas também ao prazer, a solidariedade e a alegria.³¹

²⁹ SÓCRATES apud SILVA. *Pelé e o complexo de “vira-latas”*: discursos sobre raça e modernidade no Brasil, p. 161.

³⁰ A jornalista Larissa Werneck realizou para o Canal Futura a série em quatro episódios *Jogo duro* (2014), que trata da relação entre a ditadura civil-militar brasileira e o futebol. A produção aborda as campanhas da seleção brasileira nas copas de 1966 até 1982, além de dedicar um episódio para falar da perseguição e da tortura sofrida por Fernando Antunes Coimbra, o Nando, que assim com seus irmãos, Antunes, Zico e Edu, também foi jogador de futebol.

³¹ SOUZA. *Em Pra Frente, Brasil! Do Maracanazo aos mitos de Pelé e Garrincha, a dialética da ordem de desordem (1950-1983)*, p. 279.

O trecho citado acima estabelece uma relação direta com a visão do futebol que os personagens praticavam quando ainda eram profissionais do esporte. Para eles, o futebol é alegria, liberdade e invenção. Não é por acaso que o diretor insere um depoimento de Afonsinho em que ele relembra os conflitos ideológicos com os dirigentes do Botafogo e com o técnico Zagallo, fato que desembocou em sua saída do clube depois de uma batalha judicial, também retratada em *Passe livre*. De maneira perspicaz, a personagem critica a forma de gestão do futebol profissional, expondo publicamente um desentendimento, colocando em jogo outras possibilidades de ver, sentir e experienciar o esporte, atrelando a sua carreira e a sua vida, assim como a de Paulo César Caju e de Nei Conceição, com a história política e cultural do país, como acontece em *Democracia em preto e branco*. Se no documentário de Asbeg a trilha sonora que embalava o país e os jogadores era o rock brasileiro, em *Barba, Cabelo e Bigode*, quem ocupa parte da cena são os Novos Baianos, banda comandada por Moraes Moreira, Luiz Galvão, Pepeu Gomes, Baby do Brasil³² e Paulinho Boca de Cantor, que de tão apaixonados por futebol lançaram um disco chamado *Novos Baianos F. C.*. Afonsinho e Nei Conceição eram figuras carimbadas nas peladas do grupo musical. O bate bola com a música não parou por aí: Caju jogou futebol com grandes astros da música, como Chico Buarque e até Bob Marley, quando o cantor e compositor jamaicano esteve no Brasil.

O que também merece ser destacado em *Barba, Cabelo, e bigode* é a associação entre os aspectos visuais dos ex-jogadores com a rebeldia. O inconformismo com o modelo de futebol praticado no Brasil era visto como sinônimo de indisciplina e subversão, valores supostamente intrínsecos à esquerda. Como relatamos acima, durante a ditadura civil-militar, o futebol foi usado como plataforma política pelo Estado, que via no esporte uma saída possível de construção de uma unidade nacional, em que a seleção brasileira atuava como síntese do espírito de um país que, pelo discurso oficial, ia bem dentro e fora de campo, especialmente depois da conquista da Copa do Mundo de 1970, no México. A relação entre o governo e o futebol também pode ser observada quando o diretor insere um trecho de um cinejornal em que o narrador nos informa que o ditador e

³² À época, a cantora chamava-se Baby Consuelo.

ex-presidente Médici comparece à abertura das Olimpíadas do Exército em 1971, no qual é possível ver jogadores como Tostão, Carlos Alberto Torres e o goleiro Raul.

No plano seguinte, em contraponto à participação dos ex-jogadores em uma competição patrocinada pelo regime militar, o realizador nos mostra o encontro de Afonsinho com Daniel Conh-Bendit, um dos líderes da revolta estudantil francesa, conhecida como Maio de 68. A relação entre as personagens de *Barba, cabelo e bigode* com a política torna-se cada vez mais evidente quando Afonsinho discorre sobre a sua formação intelectual e sobre sua ligação com militantes da esquerda, como o historiador Manoel Maurício de Albuquerque. Por conta da proximidade com Albuquerque, ele nos conta que foi convidado para integrar grupos que combatiam a ditadura civil-militar brasileira a partir da luta armada. Afonsinho acabou escolhendo o futebol como o seu campo de batalha contra ao autoritarismo e à opressão. Assim como Nei Conceição e Caju, Afonsinho não vê o futebol como um jogo qualquer, mas como uma expressão artística e política capaz de mobilizar afetos, uma vez que “o futebol (como tudo na sociedade brasileira) é um veículo para dramatizações de problemas importantes”.³³

O antropólogo Roberto DaMatta, em seu ensaio intitulado “Futebol: ópio do povo x drama de justiça social” defende que “o futebol praticado, vivido e teorizado no Brasil seria um modo específico – entre outros – pelo qual a nossa sociedade fala, apresenta-se, revela-se, exhibe-se, deixando-se descobrir”.³⁴ Portanto, tanto para os ex-jogadores quanto para o pesquisador, o futebol é um meio fundamental de identificação, de sociabilidade e de partilha de experiências em comum, em que, em tese, todos os seus admiradores e fãs estão em pé de igualdade, já que torcer para um determinado time independe da classe social a que a pessoa pertence. Em um país marcado estruturalmente pela desigualdade de classe, de raça e de gênero, a prática do futebol profissional, que supostamente permite a mobilidade social entre seus praticantes, possibilita que as diferentes formas de vidas possam atuar e performar,³⁵ especialmente quando se tem acesso aos meios de comunicação de massa, como é o caso das personagens do documentário.

³³ DAMATTA. Futebol: ópio do povo x drama de justiça social, p. 55.

³⁴ DAMATTA. Futebol, p. 55.

³⁵ BOGADO; ALVES JUNIOR; SOUZA. Um estudo sobre performance, dispositivos [...].

Como já dissemos anteriormente, Afonsinho, Paulo César Caju e Nei Conceição atuavam profissionalmente no futebol durante o período da ditadura civil-militar. Caju, que havia sido campeão da Copa do Mundo de 1970 pela seleção brasileira, relembra de quando os jogadores foram obrigados a se encontrarem com Médici na capital federal assim que chegaram ao Brasil vindos do México, país sede do campeonato. A equipe era treinada por Zagallo e tinha no seu elenco jogadores como Pelé, Tostão, Rivelino, Gérson e Jairzinho, entre outros craques. Sob o som de coturnos, que nos remete a época em que a Confederação Brasileira de Desporto (CBD) e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) era comandada por militares, Caju nos revela que a sua ausência no Mundial de 1978 se deu por conta de uma briga com o Almirante Heleno de Barros Nunes, ex-presidente da CBF. A fala de Caju deixa evidente a cooptação do futebol pelo governo militar. Ao expor publicamente a relação de atrito entre ele e os dirigentes do esporte no país, o ex-jogador provoca rasuras sobre o sensível, visto que:

[...] o dissenso promove uma forma de resistência expressa em um processo de subjetivação política que começa com o questionamento do que significa “falar” e ser interlocutor em um mundo comum, tendo o poder de definir e redefinir aquilo que é considerado o comum de uma comunidade.³⁶

Embora *Barba, cabelo e bigode* investigue o período em que Afonsinho, Nei Conceição e Paulo César Caju atuavam como jogadores profissionais, o documentário não se furta em estabelecer um paralelo com o presente das filmagens, aproximando-se dos movimentos políticos e sociais que atravessavam o país naquele momento, como as chamadas Jornadas de Junho de 2013 e com do futebol praticado no país, especialmente às vésperas da Copa do Mundo de 2014, classificado por eles como um jogo menos poético e mais burocrático tecnicamente. As críticas das personagens ao futebol jogado no Brasil não se limitam a análise da bola em campo, mas também à estrutura autoritária e arcaica da gestão do esporte, que em parceria com parte da mídia, mantém os jogadores reféns dos dirigentes, que de maneira proposital, buscam apartar os atletas do

³⁶ MARQUES. Comunicação, estética e política: a partilha do sensível promovida pelo dissenso, pela resistência e pela comunidade, p. 26.

debate público. Esse diálogo entre passado e presente, a partir do acionamento das memórias, do uso de arquivos e de músicas, apresenta não só um percurso histórico sobre a prática do esporte no país, mas também um retrato importante das relações entre o futebol brasileiro e a política.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES EM JOGO

Os documentários *Democracia em preto e branco* e *Barba, cabelo e bigode*, se aproximam de uma série de documentários contemporâneos que tomam fatos e acontecimentos pontuais para discutir a história de um país ou de um movimento político e cultural. A análise dos documentários aqui apresentados, buscou compreender como ex-jogadores de futebol, quase sempre considerados sujeitos alheios a vida política brasileira, usam seus corpos, suas ideias e seus nomes para encampar e produzir novas formas de ver, pensar e experimentar o futebol enquanto um instrumento de transformação e de mudança social e política, dentro e fora do campo de jogo. Não é por acaso que tanto a chamada Democracia Corinthiana, e seus principais personagens, quanto o Afonsinho, Nei Conceição e Paulo Cezar Caju são lembrados até os dias atuais, sejam em debates sobre o esporte ou em obras literárias, jornalísticas e audiovisuais que visam discutir as relações entre o futebol, a democracia e a política.

As produções documentais debatidas aqui estabelecem uma conexão não só ao tematizarem as relações entre o futebol e a participação política de ex-jogadores na vida brasileira, mas também por acionarem uma série de materiais de arquivos de diversas origens, como fotografias, trechos de filmes e de jogos, músicas e materiais sonoros dos mais diversos. Embora o nosso interesse tenha se dado mais em compreender a figuração das personagens do documentário – e menos em analisar os aspectos internos da obra, os filmes, que nos ajudam a compreender um determinado período da história do país, apontam para novos estudos sobre a importância de analisar o futebol no documentário brasileiro, sobretudo aqueles que trazem à campo diversas questões que atravessam a nossa sociedade, como o racismo, o machismo, a homofobia, a transfobia e a desigualdade de gênero, por exemplo.

Por fim, é importante ressaltar que de *Democracia em preto e branco e Barba, cabelo e bigode* podem ser pensados como documentos importantes sobre o futebol brasileiro, não apenas por retratarem ex-jogadores que, cada um ao seu modo, rasuraram os lugares comuns destinados aos profissionais do esporte, mas, sobretudo, porque apontam caminhos para a compreensão do jogo como um lugar de disputa por visibilidade e por participação em uma comunidade do comum. De tal modo, os diretores deixam evidente que o futebol é muito mais do que um esporte, mas uma expressão estética e política capaz de revelar as nossas angustias, dilemas e desejos individuais e coletivos. Assim sendo, podemos afirmar que os documentários sobre futebol mobilizam e despertam as nossas emoções, uma vez que nos afetam enquanto sujeitos que se interessam pelo esporte, e, principalmente, enquanto espectador.

* * *

REFERÊNCIAS

- ARFUCH, Leonor. A auto/biografia como (mal de) arquivo. In: SOUZA, Eneida Maria; MARQUES, Reinaldo. (Orgs.). **Modernidades alternativas na América Latina**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- BARBA, CABELO E BIGODE. Direção: Lucio Branco. Brasil. Atacado Produções, 2016. DVD.
- BOGADO, Angelita; ALVES JUNIOR, Francisco; DE SOUZA, Scheilla Franca. Um estudo sobre performance, dispositivos de regulação entre formas de vida e formas de imagem no documentário contemporâneo. In. ALMEIDA, Gabriela; CARDOSO FILHO, Jorge. **Comunicação, estética e política**: epistemologias, problemas e pesquisas. Editora Appris, Curitiba, 2020, p. 265-280.
- DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.
- DAMATTA, Roberto. Futebol: Ópio do povo x drama de justiça social. **Novos Estudos CEBRAP**. São Paulo, v. 1, n. 4, p. 54-60, 1982.
- DAMATTA, Roberto. **Universo do futebol**: esporte e sociedade no Brasil. Rio de Janeiro: Edições Pinakothke, 1982.

DEMOCRACIA EM PRETO E BRANCO. Direção: Pedro Asbeg. Brasil. TvZero, 2011. HD.

LORENZANO, José Paulo. **A Democracia Corinthiana**: práticas de liberdade no futebol brasileiro. São Paulo: EDUC-Editora PUC-SP, 2009.

FLORENZANO, José Paulo. **Afonsinho e Edmundo**: a rebeldia no futebol brasileiro. São Paulo: Musa Editora, 1998.

GASTALDO, Édison. A recepção coletiva de futebol midiaticizado: apontamentos etnográficos. In: JACKS, Nilda; SOUZA, Maria C. J. de. (Org.). **Mídia e recepção**: televisão, cinema e publicidade. Salvador: EDUFBA, 2006, v. 1, p. 122-137.

KFOURI, Juca. **Confesso que perdi**: memórias. São Paulo: Cia das Letras, 2017.

MARQUES, Ângela. Comunicação, estética e política: a partilha do sensível promovida pelo dissenso, pela resistência e pela comunidade. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 22, p. 25-39, 2011.

MARQUES, Ângela. Três bases estéticas e comunicacionais da política: cenas de dissenso, criação do comum e modos de resistência. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 26, n. 1, p.126-145, 2012.

MARQUES, Ângela. Cenas de dissenso e a política das rupturas e fraturas na evidência do visível. In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Maurício. (Org.). **Visualidades hoje**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2013, p. 243-262.

MARTINS, Mariana Zuaneti. **Democracia Corinthiana**: sentidos e significados da participação dos jogadores. Dissertação (Mestrado), Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física, Campinas, 2012.

MARTINS, Mariana Zuaneti; REIS, Heloisa Helena Baldy dos. Cidadania e direitos dos jogadores de futebol na Democracia Corinthiana. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 28, p. 429-440, 2014.

ORICCHIO, Luiz Zanin. **Fome de bola**: cinema e futebol no Brasil. São Paulo: Imprensa Oficial, 2006.

RANCIÈRE, Jacques. **O desentendimento**: política e filosofia. Trad.: Ângela Leite Lopes. São Paulo: Editora 34, 1996.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. Tradução de Mônica Costa Netto. São Paulo: EXO experimental org. Editora 34, 2005.

RESENDE, Luiz Augusto. **Microfísica do Documentário**: ensaio sobre criação e ontologia do documentário. Rio de Janeiro: Azougue/ FAPERJ, 2013.

ROCHEDO, Aline.. BRock: o ensino de História por meio do rock brasileiro nos anos 1980. **Anais do XV Encontro de História da Anpuh**, São Gonçalo. Rio de Janeiro, p. 1-9, 2012.

SARMENTO-PANTOJA, Augusto. Mais branco do que preto na ditadura militar brasileira: a Democracia Corinthiana, o sindicalismo, a rebeldia e o *rock and roll*. **FuLiA/UFMG**, Faculdade de Letras da UFMG, Belo Horizonte, v. 4, p. 42-65, 2019.

SEDLMAYER, Sabrina; GINZBURG, Jaime. Apresentação. A fala do indizível. In: _____. (Orgs). **Walter Benjamin: rastro, aura e história**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012, p. 7-12.

SILVA, Ana **Paula da. Pelé e o complexo de “vira-latas”**: discursos sobre raça e modernidade no Brasil. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia, IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.

SÓCRATES; GOZZI, Ricardo. **Democracia Corinthiana: a utopia em jogo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.

SOUZA, Denaldo Alchorne de. **Em Pra Frente, Brasil!** Do Maracanazo aos mitos de Pelé e Garrincha, a dialética da ordem de desordem (1950-1983), São Paulo: Intermeios; Fapesp, 2018.

SOUZA, Scheilla Franca de; CARDOSO FILHO, Jorge. A ‘Morada’ como constelação e encruzilhada: estética e política em experiências audiovisuais. **Revista Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 16, p. 43-65, 2022.

WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio: o futebol e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

* * *

Recebido em: 31 jul. 2023.
Aprovado em: 16 fev. 2024.

A imagem de Sócrates nas estratégias de marketing do Corinthians

Sócrates' image in Corinthians' marketing strategies

Ana Lúcia Nishida Tsutsui

Universidade Estadual Paulista, Bauru/SP, Brasil
Doutoranda em Comunicação, UNESP
analuciatsutsui@gmail.com

Flávio Agnelli Mesquita

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo/SP, Brasil
Doutorado em Comunicação, UMESP

RESUMO: Sócrates Brasileiro Sampaio de Souza Vieira de Oliveira, mais conhecido apenas como Sócrates ou Doutor Sócrates, foi um futebolista brasileiro. Atuou na Seleção Brasileira entre 1979 e 1986, sendo capitão na Copa de 1982. É considerado um dos craques da sua geração e um dos maiores ídolos do Sport Club Corinthians Paulista. Sócrates destacou-se também por seu posicionamento crítico e ativismo político extracampo. Foi uma das lideranças da Democracia Corinthiana, movimento ocorrido na primeira metade da década de 1980. Desde sua morte, em dezembro de 2011, diversas ações de marketing propostas pelo clube têm Sócrates como figura central. A partir dos referenciais teóricos da análise crítica do discurso, o estudo investiga a forma como o Corinthians tem feito uso da imagem do jogador em suas peças de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Sócrates; Corinthians; Marketing; Comunicação.

ABSTRACT: Sócrates Brasileiro Sampaio de Souza Vieira de Oliveira, known as Sócrates or Doctor Sócrates, was a Brazilian football player. He played for the Brazilian national team between 1979 and 1986, being captain in the 1982 World Cup. He was one of the greatest players of his generation and one of the greatest idols of Sport Club Corinthians Paulista. Sócrates also stood out for his critical stance and off-campus political activism. He was one of the leaders of Corinthian Democracy, a movement that took place in the first half of the 1980s. Since his death, in December 2011, several Corinthians' marketing actions have had Sócrates as a central figure. Based on the theoretical references of critical discourse analysis, the study investigates how Corinthians has used the player's image in its communication actions.

KEYWORDS: Sócrates; Corinthians; Marketing; Communication.

INTRODUÇÃO

Às 4h30 da manhã do dia 4 de dezembro de 2011, faleceu Sócrates, aos 57 anos, em decorrência de um choque séptico – infecção generalizada que causa falência múltipla dos órgãos –, no Hospital Albert Einstein, em São Paulo.

O jogador, um dos craques da sua geração e um dos maiores ídolos do Sport Club Corinthians Paulista, vinha de uma sequência de internações e apresentava saúde já debilitada. O consumo de álcool e o tabagismo foram vícios sempre assumidos publicamente por ele. Figura controversa na mídia e no meio futebolístico, o posicionamento crítico e o ativismo político acompanharam-no por toda sua trajetória.

A morte teve ampla repercussão nacional¹ e internacional.² Periódicos como *The New York Times*,³ *El País*, *The Guardian*, *Le Monde*,⁴ *Corriere della Sera*, *Folha de S. Paulo*,⁵ *Veja*⁶ noticiaram o fato, além da imprensa especializada, como a revista *France Football*, o argentino *Olé*,⁷ o espanhol *Marca*,⁸ o italiano *La Gazzetta dello Sport*,⁹ o português *A Bola*,¹⁰ os brasileiros *Placar*, *Gazeta Esportiva*,¹¹ *Globo Esporte*¹² e *Lance!*, para citar apenas alguns veículos.

Entidades esportivas, atletas, celebridades, políticos, jornalistas e torcedores manifestaram-se em suas redes sociais lamentando o falecimento e prestando condolências a familiares e amigos. O Botafogo de Ribeirão Preto, clube onde o jogador iniciou sua carreira, e a Fiorentina, time italiano que defendeu na década de 1980, decretaram luto oficial. Por meio de nota,¹³ a Confederação Brasileira de Futebol determinou que todas as partidas da última rodada do Campeonato Brasileiro fizessem um minuto de silêncio em homenagem a Sócrates.

¹ G1 SÃO PAULO. Ex-jogador Sócrates morre em SP, [s.p.].

² UOL ESPORTE. Imprensa mundial destaca a morte de Sócrates como o “democrata do futebol”, [s.p.].

³ THE NEW YORK TIMES. Brazils Socrates is dead at 57, [s.p.].

⁴ BOURCIER. L'adieu à Socrates, l'insurgé-footballeur, [s.p.].

⁵ FOLHA DE S. PAULO. Dr. Sócrates, [s.p.].

⁶ VEJA. Ex-jogador Sócrates morre, aos 57 anos, em São Paulo, [s.p.].

⁷ OLÉ. Se fue un grande, [s.p.].

⁸ MARCA. Fallece Sócrates a los 57 años, [s.p.].

⁹ LA GAZZETTA DELLO SPORT. Brasile in lutto. Socrates non ce l'ha fatta, [s.p.].

¹⁰ A BOLA. Sócrates morre aos 57 anos, [s.p.].

¹¹ LANG. Luto por Sócrates, o eterno Guerreiro Menino do Brasil, [s.p.].

¹² GLOBOESPORTE.COM. Após terceira internação, Sócrates morre em São Paulo, [s.p.].

¹³ ASSESSORIA CBF. Um minuto de silêncio pela morte de Sócrates, [s.p.].

Naquela mesma data, o Corinthians conquistou seu quinto título nacional em cima do arquirrival Palmeiras. Antes da partida, os jogadores das duas equipes se posicionaram em volta do círculo central do campo durante o minuto de silêncio e os 11 atletas alvinegros repetiram o famoso gesto eternizado por Sócrates nas comemorações de gol, com o punho cerrado erguido.



Jogadores de Corinthians e Palmeiras homenageiam Sócrates na final do Campeonato Brasileiro de 2011. Foto: Léo Pinheiro/ Agência Estado.

Mais de uma década após sua morte, as homenagens multiplicaram-se. Filmes e livros dedicaram-se a esmiuçar a vida e carreira do esportista, suas entrevistas são frequentemente reprisadas.

O Corinthians, por meio de seus canais oficiais – site, Instagram, Twitter e Facebook –, frequentemente homenageia Sócrates, lembrando datas como seu jogo de estreia, o primeiro gol, o último jogo, o aniversário de nascimento, falecimento, além de enaltecer sua participação no movimento que ficou conhecido como Democracia Corinthiana.¹⁴

¹⁴ A Democracia Corinthiana foi um movimento ocorrido entre 1981 e 1985 no Sport Club Corinthians Paulista. Para José Paulo Florenzano (2009), a iniciativa foi fruto do processo histórico que vinha se desenrolando no conjunto da sociedade brasileira. Com o apoio da diretoria e da presidência do clube, os jogadores e funcionários passaram a ter participação ativa em decisões do dia a dia, como contratações, escalações, questões salariais e regras internas, que começaram a ser votadas e definidas em conjunto. Liderado por jogadores como Sócrates, Wladimir, Casagrande e Zenon, o movimento buscava trazer uma maior participação dos atletas nas decisões coletivas, tanto dentro como fora de campo. A Democracia Corinthiana também teve um caráter político e social importante. Os jogadores manifestavam-se publicamente

Outros eventos foram promovidos pelo marketing do clube destacando a figura do jogador. Entre eles, a inauguração do busto no Parque São Jorge, em 28 de julho de 2012; a compra e exposição da escultura realizada pelo artista Laércio Alves para o projeto Futebol Arte, também em 2012; a estátua instalada na Arena Corinthians, em 02 de maio de 2018; a campanha “Corinthianismo: fiel até o fim”, divulgada em 18 de fevereiro de 2019; o filme narrado pelo publicitário Washington Olivetto na campanha “110 números preto no branco”, em 04 de dezembro de 2020; e a coleção Nike Doutor Sócrates, lançada em 04 de dezembro de 2021.

Dada a recorrência das ações, interessa-nos investigar a forma como o Corinthians tem feito uso da imagem do jogador em suas peças de comunicação. Como referencial teórico-metodológico, fundamentamos nosso estudo na análise crítica do discurso, com base em Norman Fairclough;¹⁵ na teoria dos olímpicos, de Edgar Morin;¹⁶ e no conceito de mito, proposto por Roland Barthes.¹⁷

A CONSTRUÇÃO DO MITO E A ESTRELA-MERCADORIA

Dentre as diversas correntes teóricas utilizadas nas pesquisas em Comunicação, a teoria culturológica, criada na década de 60, especialmente a partir da obra de Edgar Morin – *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo* – dedica-se a compreender os fenômenos culturais na sociedade contemporânea como uma nova forma gerada essencialmente a partir dos *media*: a cultura de massa.

Diferentemente dos frankfurtianos, que denunciavam a indústria cultural por seus mecanismos de manipulação e alienação, os culturólogos estão mais preocupados com a descrição, análise e interpretação dos conteúdos veiculados nesses meios, centrando seus estudos no âmbito da mensagem. Entram em cena estudos de filmes, revistas especializadas, histórias em quadrinhos, ficção na TV, entre outras produções.

sobre questões sociais, como o direito ao voto direto para presidente do Brasil, além de apoiar movimentos populares e lutar contra a ditadura militar, que já apresentava sinais de desgaste. Embora tenha durado cinco anos, a Democracia Corinthiana é celebrada atualmente como um marco de engajamento político, protagonismo dos jogadores e de luta por direitos e participação dentro do futebol (FLORENZANO, 2003; MARTINS, 2012; MARTINS; REIS, 2014).

¹⁵ FAIRCLOUGH. *Discurso e mudança social*, 2001.

¹⁶ MORIN. *Cultura de massas no século XX*, 1997.

¹⁷ BARTHES. *Mitologias*, 2001.

Morin vê a cultura de massas (oriunda do cinema, da TV, do rádio) como terreno para a circulação de imagens, símbolos, ideologias e mitos referentes tanto à vida prática quanto à vida imaginária num sistema de identificações e projeções.

No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os 'olimpianos' modernos.

[...] Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olímpianas e olímpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo investe os olímpianos no papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação.

[...] Criando um mundo de sonhos e fantasias no "resto da humanidade", os Olímpianos, ou seja, as celebridades, levam uma dupla vida, misturando o fictício com o real. São eles: artistas, atletas, playboys, patricinhas, líderes de opinião, "Deuses do Olimpo", entre outros que se destacam diante de uma sociedade passando a serem modelos de representações para uma vida. O famoso seria aquele que possui um equilíbrio em beleza, heroísmo, sucesso financeiro e carisma.¹⁸

Ao redor dessas estrelas se instala um culto que por vezes toma o caráter de religião. A base dessa idolatria, para Morin, está num processo de projeção-identificação. O fã se identifica com seu ídolo e, ao mesmo tempo, projeta nele seus desejos, o que ele gostaria de ter ou ser. O ídolo torna-se, assim, um referencial para o seu fã.

A indústria cultural, por sua vez, aproveita-se dessa necessidade humana de se projetar em mitos e a transforma em mercadoria: a estrela-mercadoria. Ao consumir o produto que leva o nome do seu ídolo, o fã se projeta, sente-se parte do processo.

Nessa lógica, quanto maior o sucesso, maior o lucro. Ídolos que morrem eternizam-se e se tornam ainda mais lucrativos.

Assim como seu conterrâneo, Roland Barthes defende o conceito de mito não como sinônimo de algo irreal ou falso, mas como algo socialmente construído. Em suas *Mitologias*, o semiólogo reúne uma série de ensaios seus publicados em jornais e revistas para analisar os mitos

O código de conotação não era verossimilmente nem "natural" nem "artificial", mas histórico, ou, se se prefere: "cultural"; os signos aí são ges-

¹⁸ MORIN. *Cultura de massas no século XX*, p. 105; 107.

tos, atitudes, expressões, cores ou efeitos, dotados de certos sentidos em virtude do uso de certa sociedade: entre o significante e o significado, isto é, a significação propriamente dita, permanece, senão imotivada, pelo menos inteiramente histórica. [...] a significação é, em suma, o movimento dialético que resolve a contradição entre o homem cultural e o homem natural.¹⁹

Partindo do princípio de que o mito é uma linguagem, o autor utiliza métodos semióticos de análise estrutural para refletir sobre o sistema de signos e representações, buscando evidenciar a construção de sentidos operada pela imprensa de meados do século XX.

Para Barthes, os mitos têm vida própria, podendo ser significados e ressignificados de acordo com os usos que a eles são atribuídos. Neste sentido, um mito pode nascer com um sentido e ser utilizado ou reutilizado independentemente daquele que o produz. O sentido se dá por aquele que se utiliza desse discurso.

ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO: O DISCURSO COMO PRÁTICA SOCIAL

A Análise Crítica do Discurso é um campo de estudos de caráter transdisciplinar. Partindo de uma abordagem sociolinguística, os pesquisadores da área buscam explicar os fenômenos sociais por meio de evidências linguísticas empíricas.

Conforme Salles e Dellagnelo, a Análise Crítica do Discurso (ACD) é “uma alternativa teórico-metodológica para os estudos organizacionais críticos já que ela contribui para o exame de questões sociais do mundo contemporâneo e busca desnaturalizar crenças que servem de suporte às estruturas de dominação”.

A ACD se consolidou no início da década de 1990, na área de conhecimento da Linguística, e podemos reconhecer duas principais tradições, os franceses, cujas importantes referências são Michel Pêcheux, Dominique Maingueneau e no Brasil, Eni Orlandi; e os anglo-saxões, que tem como alguns nomes de destaque Norman Fairclough, Teun van Dijk, Ruth Wodak, Ginter Kress, Roger Fowler, Theo van Leeuwen e, no Brasil, Izabel Magalhães, Viviane Resende e Viviane Ramalho.

[...] Em comum, ambas as correntes não tratam tão somente da língua, mas tratam do que fazemos por meio da linguagem (relações de poder, moldagem de identidades sociais etc.).²⁰

¹⁹ BARTHES. A mensagem fotográfica, p. 21.

²⁰ SALLES; DELLAGNELO. A análise crítica do discurso como alternativa [...], p. 414.

Para além da abordagem saussuriana, que foca no estudo da língua, a ACD problematiza seus usos, isto é, busca estudar a dialética entre discurso e práticas sociais tendo as noções de contexto, ideologia e relações de poder como aspectos fundamentais. Assim, a análise do discurso com orientação crítica se presta a revelar questões ideológicas sustentadas pela linguagem e as formas de hegemonia contidas nos discursos.

A ACD busca superar uma lacuna entre teorizações baseadas na linguagem e pesquisas voltadas para uma explanação do papel da linguagem em práticas sociais contextualizadas. Para isso, sustenta uma teorização complexa sobre a relação entre discurso e estruturas sociais e conta com um amplo suporte teórico das Ciências Sociais (de Antonio Gramsci apropriou-se da noção de hegemonia; de John Thompson o entendimento de ideologia; do materialismo histórico de David Harvey (2003) a ideia de práticas sociais; do sociólogo Anthony Giddens recorre à noção de estrutura social; de Mikhail Bakhtin busca as teorizações de intertextualidade; Michel Foucault exerce uma importante influência sobre o conceito de discurso; de Jürgen Habermas trabalha a ideia de colonização dos e pelos discursos; entre outros).²¹

Considerado um dos pioneiros dessa vertente, o linguista britânico Norman Fairclough percebe as práticas discursivas como construções sociais. A ACD faircloughiana defende que a linguagem ocorre em três dimensões: acional (modos de agir), representacional (modos de representar) e identificacional (modos de ser).²²

De acordo com o autor, cada evento discursivo pode ser analisado na sua totalidade ou por ângulos independentes. Neste artigo, privilegamos o sentido representacional na constituição e interpretação do *corpus* de pesquisa.

ANÁLISE TEXTUAL, SELEÇÃO DE PALAVRAS, CONTEXTO DISCURSIVO

A seleção de palavras revela importantes questões sobre o contexto em que foram geradas e a visão de mundo que está sendo (re)produzida. Na ACD, parte-se do princípio que ao utilizar a linguagem para interagir as pessoas não estão interessadas em produzir sons, palavras e frases, mas, sobretudo, em criar significados.²³

²¹ SALLES; DELLAGNELO. A análise crítica do discurso como alternativa [...], p. 416-7.

²² FAIRCLOUGH. *Discurso e mudança social*, 2001.

²³ SALLES; DELLAGNELO. A análise crítica do discurso como alternativa [...], p. 417.

A análise textual deve envolver, inicialmente, uma análise interna do texto a qual pode incluir a verificação de relações semânticas (causais, condicionais, temporais, aditivas, elaborativas, contrastes); relações gramaticais (conjunções, proposições, inserções); e vocabulário. No entanto, a análise interna não é útil por si só. Essa primeira aproximação com o texto deve ser realizada buscando explicar o significado que as características gramaticais identificadas no texto exercem no contexto da prática discursiva.

Um segundo momento da análise textual envolve a análise das relações externas do texto, ou seja, o exame da relação do texto com outros textos. Uma primeira categoria que contribui para a compreensão das relações externas é a intertextualidade, isto é, a análise da relação do texto com outros textos.

Além da análise da intertextualidade, há duas importantes categorias de análise sugeridas por Fairclough para explorar, especificamente, o significado representacional: a interdiscursividade e a representação de eventos sociais.

Um discurso pode se ligar a outros discursos numa relação dialógica harmônica ou polêmica. Essa heterogeneidade de um texto em termos da articulação de diferentes discursos é chamada interdiscursividade. A análise interdiscursiva de um texto corresponde à identificação dos discursos articulados e da maneira como são articulados. Para identificar discursos em um texto, Fairclough aponta duas etapas: (1) identificar quais as principais partes do mundo que estão representadas (os temas tratados no texto) e (2) identificar a perspectiva particular, ou ponto de vista, pela qual são representadas.²⁴

Além da interdiscursividade, outra importante categoria para análise do significado representacional é a representação de eventos sociais. Isto implica examinar a forma como os eventos são recontextualizados, ou seja, como um evento social é representado no contexto de outro evento. Neste processo, elementos de um evento social são seletivamente filtrados quando recontextualizados (algumas coisas são excluídas, incluídas, ganham maior ou menor projeção) o que afeta a forma como são representados.

²⁴ SALLES; DELLAGNELO. A análise crítica do discurso como alternativa [...], p. 424.

A CONSTRUÇÃO DO “MITO SÓCRATES”

De todos os grandes ídolos que marcaram história no Corinthians, Sócrates apresenta algumas peculiaridades no que diz respeito ao uso institucional e mercadológico de sua imagem e, em grande medida, na elaboração identitária construída pelo clube para diferenciar-se dos demais times brasileiros.

A partir de sua morte, as ações de marketing utilizando-o como figura central intensificaram-se. Ao mesmo tempo, percebe-se uma construção discursiva seletiva sobre a imagem do jogador, onde alguns elementos são enfatizados em detrimento de outros.

Por exemplo, a dimensão política do jogador, articulando-a às estratégias de marketing do clube. O ativismo político de Sócrates e a luta para dar voz às pessoas conectam-se à identidade reforçada do “time do povo”, do corinthiano como alguém que vive, participa diretamente da vida do clube.

Num processo de atualização e ressignificação da imagem de Sócrates como o grande pilar da Democracia Corinthiana, o uso comercial do ídolo após sua morte reforça a coragem, a luta, o inconformismo frente ao autoritarismo, a defesa de direitos. É, como diz Barthes,²⁵ um novo sentido criado por aquele que se apropria do discurso dos mitos.

Portanto, neste estudo, parte-se da hipótese de que o Corinthians mitifica a imagem de Sócrates e, ao fazê-lo, elege os gestos, ideias, palavras e expressões que passam a representar não apenas a memória do ex-futebolista, mas, em última instância, o próprio ideário em torno do clube e de seus torcedores.

Com o objetivo de evidenciar tal conjectura, integram o *corpus* de análise desta pesquisa: o Parque São Jorge, sede social onde também está localizado o Memorial Corinthians; a Neo Química Arena; a campanha Corinthianismo; e o Instagram oficial do Corinthians.

²⁵ BARTHES. *Mitologias*, 2001.

MEMORIAL CORINTHIANS E PARQUE SÃO JORGE

O Memorial é um museu da história do Corinthians. Localizado no Parque São Jorge, sede administrativa do clube, o espaço foi inaugurado em 2006. Durante a visita, o torcedor se depara com diversas referências a Sócrates. Em destaque, como se vê na imagem a seguir, a frase em que ele resume o que é ser Corinthians: “O Corinthians não é só um time e uma torcida. É um estado de espírito”. Em todas as referências, vale destacar, o “doutor” sempre o acompanha, uma representação ativa de Sócrates na res(significação) da marca e do *ethos* corintiano.



Entrada do Memorial Corinthians, no Parque São Jorge. Foto: Arquivo pessoal.

Nesta terminologia, há uma enorme quantidade de significados, tanto literais – o fato dele ser formado em Medicina, caso raro entre jogadores de futebol –, quanto relacionais – além de ser uma profissão que remete à inteligência, status social, sucesso pessoal e financeiro, no âmbito popular o tratamento conota uma posição de superioridade.



Galeria das equipes corinthianas desde a fundação do clube, em 1910. Foto: Arquivo pessoal.

Além das fotos dos times dos quais Sócrates fez parte nos seis anos em que esteve no Corinthians, há outras passagens no Memorial que o destacam e diferenciam o peso dado a ele em comparação aos demais ídolos do clube.

Na galeria dos imortais, com fotos dos jogadores estampadas em totens de tamanho real, enquanto os demais ídolos corinthianos têm os moldes dos pés eternizados, a foto de Sócrates vem acompanhada de um quadro de argila com o punho em destaque.



Sócrates na galeria dos imortais. Foto: Arquivo pessoal.

A imagem do punho cerrado erguido, gesto consagrado pelo jogador, é ressignificada tanto por Sócrates quanto pelo Corinthians. Historicamente identificada com os movimentos de luta, simbolizando inconformismo diante das injustiças, o gesto é reinterpretado nas peças institucionais passando a ser utilizado também como símbolo de atitude, garra, coragem, conquista, valores maximizados pelo clube e tomados como parte importante na construção da identidade corinthiana.

Na parte externa do Memorial, essa simbologia é reforçada por um busto de Sócrates que novamente eterniza a imagem do jogador com o punho cerrado erguido.



Homenagem ao Dr. Sócrates, no memorial do clube, no Parque São Jorge. Arquivo pessoal.

Além disso, em um dos locais de destaque do Memorial, há um espaço dedicado à Democracia Corinthiana. Tanto nas imagens selecionadas para a composição do painel – Sócrates está presente em sete das nove fotos – quanto no texto que o acompanha, temos mais uma vez a correlação da imagem do jogador com o significado construído do Corinthians, um clube que se autodenomina como sofredor, que cresce nas derrotas e que, independentemente do resultado, tem na sua torcida seu principal patrimônio. Ou seja, a utilização das ideias e das motivações de vida do doutor são utilizadas para fundar e refundar o significado do Corinthians.



Espaço dedicado à Democracia Corinthiana no memorial do clube. Foto: Arquivo pessoal.

NEO QUÍMICA ARENA



Estátuas do Dr. Sócrates presentes na Arena Corinthians, uma no Museu do Povo e a outra na área externa da Arena, respectivamente. Foto: Arquivo pessoal.

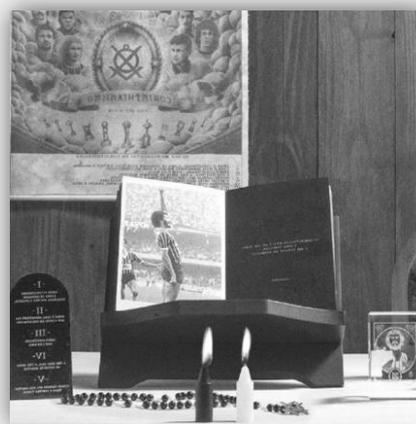
Assim como no Memorial, a Arena também é repleta de referências a Sócrates, relacionando-o com o orgulho, a luta e as glórias de “ser Corinthians”. No átrio do “Museu do Povo”, existente na Arena, uma estátua do Dr. Sócrates dificilmente pas-

sa despercebida. Primeiramente, merece destaque a escolha lexical – “Museu do Povo”, que explicita a história do Corinthians como “a história do próprio povo”. E, além da estátua no Museu, uma outra encontra-se na parte externa da Arena. Ambas são produzidas em tamanhos e com materiais diferentes, mas carregam uma similaridade importante e recorrente na construção do mito “Dr. Sócrates”: os punhos cerrados e, como já dissemos, a simbologia de luta, garra, determinação, altivez.

CAMPANHA CORINTHIANISMO

Do ponto de vista do marketing, a ação mais incisiva no sentido de ligar a construção da identidade corintiana a partir de Sócrates vem com a campanha “Corinthianismo”, lançada no início de 2019 e definida pelo próprio clube como a criação de uma religião corintiana, que teve, inclusive, a elaboração dos dez mandamentos.

A utilização frequente de Sócrates, com direito à frase do ídolo sintetizando o fanatismo pelo time, que distinguiria a torcida alvinegra de todas as outras: “O Corinthians é muito mais que um clube de futebol. O Corinthians é uma religião”. No vídeo de lançamento, há trechos de entrevistas de Sócrates definindo o que é ser corintiano, o único personagem durante todo o vídeo, que, aliás, encerra-se com várias pessoas de punhos cerrados.²⁶



Observa-se nesta construção o cuidado com a escolha lexical, com palavras fortes alusivas ao *ethos* corintiano: amor; sofrimento; “contra tudo e contra todos”;

²⁶ O vídeo de lançamento da campanha está presente no canal da TV oficial do clube, no Youtube.

“sofredor, graças a Deus”; time do povo; raça; religião; e, por fim, Corinthianismo, escolha terminológica que, graças ao sufixo, dá o tom de toda a campanha, isto é, da criação de uma religião chamada Corinthians.



Campanha Corinthianismo.

Se conceitualmente a ação foi cuidadosamente elaborada, comercialmente seguiu a mesma linha, com dezenas de produtos colocados à venda, desde roupas, até objetos que fazem referência à religião.

Dois anos depois da campanha, o Corinthians lançou uma linha de produtos inteiramente dedicada a Sócrates, a “Nike Doutor Sócrates”, até hoje o único jogador do clube com uma linha própria.

INSTAGRAM: A DIVULGAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS

De janeiro a setembro de 2022, a página oficial do Corinthians no Instagram fez 18 referências ao ídolo. É o jogador que mais aparece com publicações alusivas a feitos dele no clube ou sobre a própria história do doutor. O aniversário do ídolo, data da morte, último jogo, último gol pelo clube são alguns dos episódios lembrados. Na grande maioria das postagens, vale destacar, o punho cerrado está presente.



Publicação no dia do aniversário de Sócrates – Perfil Corinthians – Instagram.

Não foi somente em datas celebrativas, entretanto, que a imagem do jogador foi utilizada. Em uma postagem de 03 de maio de 2022, o perfil engajou-se na campanha “Rolê das Eleições”, criada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), incentivando jovens de 16 e 17 anos a tirarem o título de eleitor. O movimento contou com o apoio da CBF e dos demais times de futebol da série A. Mas apenas o Corinthians trouxe uma montagem de Sócrates estampando os dizeres “Dia 2 Vote” na camisa.



Relação entre Sócrates e a importância do voto – Perfil Corinthians – Instagram.

O registro faz alusão a um episódio histórico do clube. Em 1982, o país ainda vivia sob ditadura militar, mas já clamava pelo processo de redemocratização. No dia 15 de novembro daquele ano ocorreria a primeira eleição direta para o governo estadual em 17 anos. No auge da Democracia Corinthiana, o time alvinegro entrou em campo trazendo na parte de trás do uniforme a frase “Dia 15 vote”. A mensagem foi veiculada nas cinco partidas anteriores à data do pleito.

Na montagem publicada no Instagram, o clube modificou a data original uma vez que, em 2022, as eleições ocorreriam no dia 02 de outubro. Vale notar que, na ocasião, já havia passado mais de uma década do falecimento de Sócrates.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos quatro tópicos analisados (Memorial Corinthians/ Parque São Jorge, Neo Química Arena, campanha Corinthianismo e Instagram oficial), fica claro o destaque dado a Sócrates como um jogador diferenciado, inclusive em relação a outros ídolos corintianos.

Nas estratégias de marketing do Corinthians, Sócrates não é apenas Sócrates, é Doutor Sócrates. Não é apenas jogador, mas também ativista político, defensor da democracia, porta-voz na luta contra a opressão e as injustiças.

Nada mais oportuno para um time que busca construir sua identidade na ideia de “time do povo” que se associar à imagem do jogador. Ao construir Sócrates discursivamente, o Corinthians elabora sua própria representação.

Uma série de símbolos que trafegam, conforme Morin, do real para o imaginário e vice-versa, na formatação desse olimpiano moderno corintiano. Um personagem com todos os traços clássicos de um herói (luta, justiça, força, coragem) junto à midiaticização e à construção de um produto vendável e altamente lucrativo.

Por meio da ACD, é possível afirmar que o clube representa Sócrates a partir de uma perspectiva particular, seletivamente filtrada. Oculta-se os elementos que não interessam – as polêmicas, os fracassos, os defeitos, os vícios –, enaltece-se as características e episódios vitoriosos. Erige-se, assim, o mito.

O mito, vale lembrar, é algo socialmente construído.²⁷ No contexto da prática discursiva, um mito pode ser significado e ressignificado de acordo com as intenções de quem o produz, isto é, o sentido se dá por aquele que se utiliza desse discurso. Neste aspecto, é evidente a intenção do Corinthians em dar ao “Doutor Sócrates” a aura do corintiano perfeito, aquele que personifica os dez mandamentos dessa religião.

* * *

REFERÊNCIAS

- A BOLA. Sócrates morre aos 57 anos. 06 dez. 2011.
- ASSESSORIA CBF. Um minuto de silêncio pela morte de Sócrates. Nota oficial, 05 dez. 2011.
- BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica. In: _____. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BOURCIER, Nicolas. L'adieu à Socrates, l'insurgé-footballeur. **Le Monde**, 07 dez. 2011.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FLORENZANO, José Paulo. **A Democracia Corinthiana: práticas de libertação no futebol brasileiro**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais), Faculdade de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.
- FLORENZANO, José Paulo. **A Democracia Corinthiana: práticas de liberdade no futebol brasileiro**. São Paulo: FAPESP; EDUC, 2009.
- FOLHA DE S. PAULO. Doutor Sócrates, 05 dez. 2011.
- G1 SÃO PAULO. Ex-jogador Sócrates morre em SP, 04 dez. 2011.
- GLOBOESPORTE.COM. Após terceira internação, Sócrates morre em São Paulo, 04 dez. 2011.
- LA GAZZETTA DELLO SPORT. Brasile in lutto. Socrates non ce l'ha fatta, 04 dez. 2011.
- LANG, Chico. Luto por Sócrates, o eterno Guerreiro Menino do Brasil. Gazeta Esportiva, 04 dez. 2011.
- MARCA. Fallece Sócrates a los 57 años, 04 dez. 2011.

²⁷ BARTHES. A mensagem fotográfica, 1990.

MARTINS, Mariana Zuaneti. **Democracia Corinthiana**: sentidos e significados da participação dos jogadores. Dissertação (Mestrado), Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física, Campinas/SP, 2012.

MARTINS, Mariana Zuaneti; REIS, Heloísa. Significados de democracia para os sujeitos da Democracia Corinthiana. **Movimento**. Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 81-101, 2014.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo, 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1997.

OLÉ. Se fue un grande, 04 dez. 2011.

SALLES, Helena Kuerten de; DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento. A análise crítica do discurso como alternativa teórico-metodológica para os estudos organizacionais: um exemplo da análise do significado representacional. **Organizações & Sociedade**, v. 26, n. 90, 2019.

THE NEW YORK TIMES. Brazils Socrates is dead at 57, 04 dez. 2011.

UOL ESPORTE. Imprensa mundial destaca a morte de Sócrates como o “democrata do futebol”, 04 dez. 2011.

VEJA. Ex-jogador Sócrates morre, aos 57 anos, em São Paulo, 04 dez. 2011.

* * *

Recebido em: 24 jul. 2023.

Aprovado em: 15 jan. 2024.

Regulação dos direitos de transmissão de futebol: proposição e comparação dos casos de Brasil, Argentina, México, Uruguai, Portugal e Espanha

Regulating football broadcasting rights: proposition and comparison
of cases from Brazil, Argentina, Mexico, Uruguay, Portugal and Spain

Anderson David Gomes dos Santos

Universidade Federal de Alagoas, Santana do Ipanema/AL, Brasil
Doutorado em Comunicação, UnB
anderson.gomes@santana.ufal.br

RESUMO: Trata-se de relato de pesquisa de doutorado cujo objetivo foi constituir critérios para a regulação da transmissão de futebol. Para isso, apresentamos estudos de caso sobre como Brasil, Argentina, México, Uruguai, Portugal e Espanha regularam a transmissão de eventos esportivos de 2001 a 2020. Para alcançar os objetivos, tomou-se como base teórico-metodológica a Economia Política da Comunicação e da Cultura, de maneira a apresentar uma pesquisa qualitativa com o perfil histórico-descritivo crítico que utilizou como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e o estudo comparativo, correlacionando os casos encontrados para buscar equivalências válidas e escalas de análise. Como fonte de coleta de dados, utilizou-se da pesquisa documental. Conclui-se que é necessário renovar os marcos regulatórios sobre transmissão de jogos de futebol, de maneira a considerá-lo como um conteúdo de interesse social, logo, com algumas partidas devendo ser transmitidas em serviço de radiodifusão gratuito e ao vivo.

PALAVRAS-CHAVE: Regulação; Transmissão de futebol; Políticas de comunicação e cultura; Economia política da comunicação e da cultura.

ABSTRACT: This is a doctoral research report whose objective was to establish criteria for the regulation of football broadcasting. For this, we present case studies on how Brazil, Argentina, Mexico, Uruguay, Portugal and Spain regulated the transmission of sporting events from 2001 to 2020. To achieve the objectives, this paper took the Political Economy of Communication and Culture as a theoretical-methodological basis, in order to present a qualitative research with a critical historical-descriptive profile that used bibliographical research and comparative study as technical procedures, correlating the cases found to seek valid equivalences and analysis scales. As a source of data collection, documentary research was used. It is concluded that it is necessary to renew the regulatory frameworks on the transmission of football matches, in order to consider it as a content of social interest, therefore, with some matches having to be transmitted in a free and live broadcasting service.

KEYWORDS: Regulation; Football broadcast; Communication and culture policies; Political economy of communication and culture.

INTRODUÇÃO

O negócio da venda de direitos de transmissão de eventos esportivos tem como marco principal os anos 1990, contextualizado historicamente em uma nova fase de difusão do esporte com auxílio de sua exibição audiovisual, que se monetiza com a televisão gratuita ou de acesso sob pagamento, a ponto de os clubes de futebol de importantes ligas do mundo terem na cessão para transmissão a sua maior fonte de receita.

O futebol se transforma num importante produto para ser apropriado economicamente, ampliando de maneira que ampliou as disputas entre os capitais que formam diferentes mercados que partem deste esporte para a oferta de distintas mercadorias e serviços. O aumento de processos concorrenciais fez ser necessário ter decisões que buscavam regular esses mercados, algo que se deu no âmbito da criação de legislações e políticas públicas específicas ou de órgãos dedicados a analisar a concorrência nesses diversos setores econômicos.

Quanto à transmissão audiovisual, isso pode se apresentar enquanto problema público ao gerar mobilizações e atenção dos torcedores quanto à concorrência e às barreiras de mercado que impedem uma exibição maior de partidas. Assim, compreende-se que a melhoria na regulação dos direitos de transmissão desses eventos pode gerar benefícios aos clubes, grupos comunicacionais e torcedores.

Nesse sentido, especialmente na década de 2010, há mudanças em leis sobre o audiovisual que podem apontar caminhos em prol de uma concorrência mais equitativa. Na América Latina, Argentina, México e Uruguai criaram novos regulamentos sobre o setor infocomunicacional que, dentre outras melhorias, tratam do assunto; enquanto no Brasil algumas propostas para regulamentar a venda de direitos de transmissão ainda têm causado mais problemas do que gerado soluções. Fora do continente americano, a Espanha deixou de ser um modelo ruim a partir de real-decreto, enquanto Portugal, também por decreto, alterou a regulamentação.

A partir desse contexto, a investigação científica buscou responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais as práticas a serem consideradas, numa perspectiva do direito à comunicação, para regulamentação da venda de direitos de transmissão de torneios de futebol?

Assim, desenvolveu-se como objetivo geral a constituição de critérios para boas práticas de regulação da transmissão do futebol, especialmente no que se refere à negociação do direito de exibir os jogos.

Este artigo apresenta um relato de investigação de maior fôlego sobre o tema, de maneira a sintetizar os principais resultados encontrados nas seguintes seções: quadro metodológico da pesquisa; o diálogo da base teórico-metodológica considerada, entre a Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPC) e as Políticas de Comunicação e Cultura; e análise e discussão tanto do modelo de regulação proposto quanto da comparação do cenário dos seis países analisados.

QUADRO METODOLÓGICO

Este artigo representa resultado de pesquisa qualitativa, em que a análise partiu das condições que marcam o objeto de estudo frente ao contexto da legislação e da produção de conteúdo audiovisual no capitalismo contemporâneo. Utilizou-se ainda a forma de estudo descritiva, em que se analisa, observa e correlaciona aspectos que envolvem os direitos de transmissão nos seis países escolhidos: Argentina, Brasil, Espanha, México, Portugal e Uruguai.

Escolher estes países serve para fugir do caminho mais tradicional nos estudos de Políticas de Comunicação no Brasil, de buscar nos modelos mais próximos do ideal aquilo que poderia ser aplicado aqui, o que desconsidera especificidades das relações de poder que fazem com que os cenários “ruins” se efetivem.

A opção por trazer esses países da América Latina se deu como uma atividade inicial na construção do projeto, realizando o que Monteiro indica como “tentativa de encontrar políticas já disponíveis, eventualmente já praticadas em circunstâncias análogas”.¹ Por isso a escolha inicial por Brasil, Argentina e México, países com maiores economias da região e com trajetória semelhante do desenvolvimento de grupos empresariais de radiodifusão; com o Uruguai entrando no recorte posteriormente, por ser um país com títulos mundiais e olímpicos no futebol e com nova lei sobre radiodifusão no período recortado para a análise da pesquisa ampliada (2001 a 2020).

¹ MONTEIRO. Os níveis de análise das políticas públicas, p. 277.

Já a iniciativa de buscar situações da Europa se deu por três motivos. O primeiro foi o desenvolvimento de parte desta investigação científica durante as limitações causadas pela pandemia da Covid-19, o que impediu a realização de pesquisa de campo nos demais países latino-americanos, o que nos encaminhou para a decisão de ampliar a quantidade de países analisados, ainda sob a premissa de não ser um modelo “ideal”, como os de Inglaterra e Alemanha.

O caso português, junto com o mexicano, foi citado diretamente na justificativa para mudança da propriedade do direito de arena no Brasil durante a vigência de uma medida provisória publicada pela Presidência da República (MP 984/2020).² Justificativa esta reproduzida na proposta de lei que, com as mudanças no Congresso Nacional, foi aprovada sob número 14.205/2021, que modificou as regras relativas ao direito de arena sobre o espetáculo desportivo.³ Entretanto, o caso português gerou problemas na liga local, o que fez necessário uma mudança via decreto presidencial logo depois.

A Espanha entrou no recorte também por nova regulação para enfrentar dificuldades de receitas para clubes locais. O uso do termo “espanholização” foi comum no futebol brasileiro a partir de 2012, risco surgido após a negociação individualizada para a transmissão da Série A do Campeonato Brasileiro. Imaginava-se que aqui poderia ocorrer o mesmo da Espanha, em que Barcelona e Real Madrid dividiam os títulos nacionais por ganharem mais da metade dos valores de transmissão da liga local, enquanto outros clubes estavam perto da falência.⁴

A partir dessas escolhas, foi necessário pensar nos procedimentos de comparação. Ao tratarem das Ciências Sociais de forma geral, Oliveira e Paulino afirmam que os estudos comparativos são utilizados como uma forma de melhor compreender o país de origem de quem pesquisa, pois seu objetivo seria “conhecer na imagem que se faz do outro e na relação contextualizada que se tem com o outro (seja o outro um indivíduo, uma comunidade ou um país)”.⁵ Isso faz com que as singularidades

² BRASIL, Medida Provisória 984.

³ BRASIL, Lei nº 14.205.

⁴ Sobre isso, ver, dentre outros: SANTOS. *Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol*.

⁵ OLIVEIRA; PAULINO. Serviço Público de Média em Portugal e no Brasil: Problemas e desafios da pesquisa comparada, p. 58.

ganhem maior destaque, de maneira a “encontrar explicações e contribuir para a definição de classificações e tipologias pretensamente universais”.⁶

Franco defende para a análise de países diferentes a necessidade de ter como base a perspectiva histórica para poder visualizar as semelhanças e diferenças correlacionadas com outros fenômenos, pois: “[...] permite buscar as diferenças entre os países a partir dos processos históricos mais amplos (compreender a história como processo), e reconstruí-las como parte de uma determinada realidade complexa, aberta às transformações (utilizar a história como método)”.⁷

O recorte histórico escolhido, de 2001 a 2020, justifica-se também porque o trabalho parte de uma perspectiva analítica que traz em si a abordagem dinâmica sobre o estudo da concorrência, cuja “análise do desenvolvimento histórico de uma dada estrutura é a base” porque “através dela, podem-se apreender os elementos que, no passado, condicionaram a luta competitiva, explicando as transformações que acabariam por definir a forma atual da referida estrutura”.⁸

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, realizou-se pesquisa bibliográfica, cuja opção foi por autores da EPC e dos estudos das Políticas de Comunicação e de Cultura. Além disso, utilizou-se referências que tratam dos esportes na mídia, especialmente as publicações que tratavam dos direitos de transmissão.

Já quanto às categorias de comparação desenvolvidas, a proposta considerou o que nos casos analisados podiam ter gerado êxito e em quais situações apareceram falhas que prejudicaram o acesso do torcedor ao programa midiático futebol.

Para isso, estabeleceu-se um conjunto de elementos em comum a se buscar, além de trazer outros relativos às especificidades da constituição do modelo aplicado em cada país, seja pela forma como o mercado foi estruturado ou pelos efeitos de decisões regulatórias aplicadas nos vinte anos que demarcam o recorte escolhido. A coleta de dados foi feita a partir da busca direta em legislações sobre radiodifusão – e telecomunicações, quando foi o caso –, vigente em cada um dos países analisados sobre a importância do futebol enquanto conteúdo de interesse social.

⁶ OLIVEIRA; PAULINO. Serviço Público de Média em Portugal e no Brasil, p. 58.

⁷ FRANCO. Quando nós somos o outro, p. 197.

⁸ BOLAÑO. *Mercado Brasileiro de Televisão*, p. 24.

De forma geral, desde os parâmetros e as experiências relatadas, consideramos na nossa proposta dois aspectos: a presença e a construção de textos para leis, decretos ou outros documentos legais; e a atuação de agências reguladoras, sejam elas ligadas à análise da concorrência de qualquer mercado ou referente exclusivamente ao audiovisual.

A partir disso, elaboramos dois blocos de critérios a serem verificados e comparados. Consta no primeiro: objeto principal da lei em que consta algo sobre transmissão de futebol; se nela há descrição sobre quais os jogos que devem ser considerados assim; se há livre acesso para o “flagrante jornalístico”, ou seja, entendimento que é possível que um veículo de comunicação transmita os melhores momentos (gravados) da partida por ser algo de interesse noticioso; se a agência reguladora elabora listas atualizadas para definir esses conteúdos; a abertura para transmissão de TV pública aberta caso seja necessário; e o objeto principal do órgão regulador que atua sobre a transmissão do futebol.

Além disso, num segundo bloco, incluímos como critérios algumas situações de mercado para negociação dos direitos de transmissão de eventos de futebol: quem detém o direito para exibir determinada partida; qual o modelo de negociação, se centralizado (e por quem), de forma individual ou coletiva; se há limitações a comprador único para a exibição do torneio em todas as plataformas e para tempo máximo de contrato; além da existência de fundo ou pagamento a participantes de outros campeonatos. Em alguns países, incluímos a discussão sobre a distribuição dos recursos oriundos da transmissão do respectivo campeonato, especialmente quando havia a exigência em lei ou decreto.

BASE TEÓRICO-METODOLÓGICA PARA ANALISAR O FUTEBOL APROPRIADO ENQUANTO MERCADORIA

Este artigo parte, especialmente, dos estudos críticos comunicacionais da Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC) e de Políticas Públicas de Comunicação e de Cultura, de maneira a se discutir a apropriação midiática do futebol numa perspectiva de extensão da mercantilização sobre diversas áreas, inclusive as culturais.

Entende-se que o objeto de estudo que tratamos na pesquisa se encaixa nos estudos de políticas públicas ao considerar que das sete perspectivas apontadas

por Aguilar Villanueva para analisar uma política, o objeto da investigação atingia pelo menos três delas:

[...] estudos do processo das políticas, em que se presta atenção às etapas pelas quais passa um assunto e se procura verificar a influência de diferentes setores no desenvolvimento desse tema; informação para a elaboração de políticas, em que os dados são organizados para ajudar os tomadores de decisão a adotar decisões; [...] e] análise de políticas, em que o analista pressiona, no processo de política, em favor de ideias ou opções específicas.⁹

Entende-se que a análise das políticas de comunicação precisa andar em conjunto com a observação dos efeitos das mudanças das tecnologias digitais de informação e comunicação, especialmente a partir do último quarto do século XX. O novo cenário comunicacional possibilitou a maior oferta de conteúdo informacional, para além da radiodifusão tradicional e do jornalismo impresso.

Isso permitiu que mais capitais, inclusive de ramos industriais e financeiros, disputassem a produção e a distribuição de conteúdo tanto pelo aumento de janelas para a transmissão quanto por mudanças de regulação que se direcionavam a facilitar a atuação dos agentes de mercado. Ao mesmo tempo que a possibilidade de melhor filtragem de dados e opções de consumo individuais apresenta impactos político-econômicos cada vez mais evidentes.

É por isso que a pesquisa tomou os estudos em EPC como fundamentais para fortalecer a análise. Conforme Bolaño e Bastos, este subcampo representa o conjunto de estudos sobre as “relações de produção capitalistas relativas à estrutura dos sistemas de mediação social, tendo por pressuposto o desenvolvimento das forças produtivas”.¹⁰

O conceito de “mediação” nessa definição situa-a no campo das teorias da Comunicação, por se tratar de uma categoria analítica que demarca a discussão sobre qual seria o objeto científico comunicacional. Nesse sentido, se esse é o obje-

⁹ AGUILAR VILLANUEVA. *La hechura de las políticas*, p. 22. Tradução nossa de: “[...] estudios del proceso de las políticas, en que se presta atención a las etapas por las que pasa un asunto y se busca verificar la influencia de diferentes sectores en el desarrollo de ese asunto; información para la elaboración de políticas, en que los datos se organizan para ayudar a los tomadores de decisión a adoptar decisiones; [...] análisis de políticas, en que el analista presiona, en el proceso de política, en favor de ideas o opciones específicas”.

¹⁰ BOLAÑO; BASTOS. Um pensamento materialista em comunicação, p. 177.

to, “a EPC destacará a mediação realizada pela Indústria Cultural, entre o Estado e os capitais, de um lado, e o público de outro, na busca de garantir duplamente a acumulação de capital e a legitimação ideológica do sistema”.¹¹

Ainda sobre isso, é preciso salientar também que há subsunção de diferentes tipos de trabalho para produzir a mercadoria cultural.

O conceito chave é, nesse sentido, o de subsunção e o estudo dos processos culturais nessa perspectiva deixa claro que se trata de uma dupla subsunção e, portanto, de uma dupla contradição [capital-trabalho/economia-cultura], o que caracteriza a essência conflitiva do modo de produção capitalista: subsunção do trabalho no capital, que se vincula à subsunção da cultura popular na economia.¹²

Assim, situar a pesquisa na EPC se deu a partir de duas considerações principais: compreender a contradição economia-cultura como relevante para o modo de produção capitalista, um dos elementos de acentuação da contradição capital-trabalho, identificada nos estudos de Marx;¹³ e considerar o futebol enquanto elemento de importância cultural para as pessoas e que, por isso, foi apropriado enquanto mercadoria para transmissão por veículos de comunicação, externalizando as contradições apontadas.

Após se constituir a governança do esporte, este adquiriu a dupla função publicidade e propaganda “característica da produção cultural sob o capitalismo monopolista”.¹⁴ É aí que o desporto profissional é adaptado socioculturalmente, adapta-se conforme a evolução de sua apropriação capitalista, o que o direciona para novas formas de ser apresentado, inclusive no nível das narrativas geradas a partir dele.

Essa perspectiva teórica nos faz entender o futebol profissional a partir da lógica mercantil desenvolvida com o auxílio dos veículos de comunicação, semelhante à indústria cultural, de maneira que se trata:

[...] ao mesmo tempo, um programa midiático privilegiado e localizado dentre os prioritários, por estar dentre os mais rentáveis para a comunicação de massa; do outro lado, o público torcedor dos estádios enquanto subcampo dessa indústria do futebol. Avalia-se que na medida em que o

¹¹ SANTOS. A contradição economia e cultura, p. 7.

¹² BOLAÑO. *Campo aberto*, p. 10.

¹³ MARX. *Grundrisse*.

¹⁴ BOLAÑO. *Esporte e capoeira*, p. 186.

desenvolvimento das tecnologias de transmissão do jogo do futebol a pontos distintos do globo passa-se a demandar o próprio “evento jogo de futebol” enquanto nova fonte de renda, um mercado em potencial que deve ser trabalhado minuciosamente a partir, principalmente, da mudança do público espectador das partidas.¹⁵

A mediação do futebol como mercadoria cultural se dá com os trabalhadores do veículo de comunicação, no caso do programa midiático, mas também a partir da exploração do trabalho dos jogadores, árbitros e toda a comissão técnica que conformam a produção do jogo.

É preciso compreender que são diferentes os modelos econômicos envolvidos na prática futebolística, com o desenvolvimento deles ocorrendo ao longo das mudanças propostas no jogo pela expansão da mercantilização. A Figura 1 a seguir busca apresentá-los, seguindo da esquerda para a direita numa transição histórica.

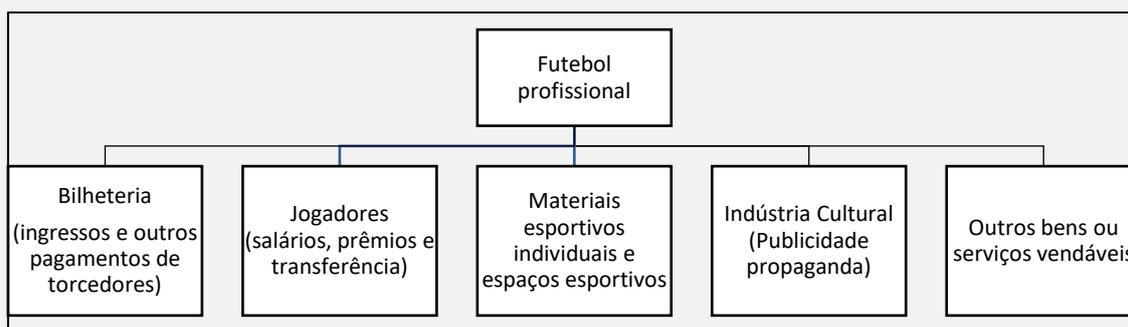


Fig. 1 - Modelos econômicos do futebol profissional.
Fonte: SANTOS. *Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol.*

Os primeiros elementos, bilheteria, negociação de atletas profissionais e os espaços esportivos já eram explorados nas etapas iniciais de estruturação do futebol, até a profissionalização deste esporte no Brasil, na década de 1930 – e no início em outros países em que o futebol é relevante socialmente. Entretanto, os processos de mercantilização a partir de 1970, com a reestruturação do capitalismo, acentuaram isso, aumentando a quantidade de recursos envolvidos, especialmente com a apropriação deste esporte pela Indústria Cultural enquanto programa audiovisual. Até então, privilegiava-se os recursos da bilheteria, com receio de que a transmissão audiovisual fosse tirar torcida dos estádios.

¹⁵ SANTOS; SANTOS. *Futebol e economia política da comunicação*, p. 64.

É necessário entender que o futebol ao vivo enquanto programa midiático possui características que o diferenciam de qualquer outro tipo de produto. No quesito técnico, para a televisão, trata-se de algo cujo tempo é estável, ainda que relativamente longo para esta mídia (cerca de 2h), e que se prolonga por todo o ano, mas sempre com um “capítulo” novo a ser mostrado, pois não há certeza sobre o resultado de uma partida antes que ocorra.

Não à toa, a disputa pelos direitos de transmissão gerou um conjunto de disputas e até de ações judiciais nos diferentes países do mundo em que o futebol é um esporte fundamental como elemento cultural, de entretenimento e gerador de consumo. Trata-se de programa importante para delimitar a imagem de um canal televisivo:

A programação ou os programas isolados são usados para conquistar a mercadoria audiência, sendo fundamentais na definição da barreira estético-produtiva, embora não sejam os únicos instrumentos. Essa programação ou produtos devem refletir um padrão tecno-estético que não só diferencie o produto, mas seja reconhecido como tal positivamente pelo público.¹⁶

Segundo Oliveira, é este maior desenvolvimento da comercialização do desporto que gerou uma necessidade da juridicização sobre ele, pois se tornou uma área econômica importante e que, portanto, necessitava que “enquadrassem as atividades dos diversos agentes que gravitam sobre ele” (atletas, clubes, federações, fabricantes de equipamento esportivo e demais empresas de comunicação e de marketing).¹⁷

Portanto, há a importância social do entretenimento a partir deste bem cultural – para além da prática de exercício físico que se configura como atividade de lazer –, mas também o cruzamento com aspectos de regulação do mercado infocomunicacional quando o esporte profissional se torna programa, o que demonstra a contradição economia-cultura também quanto ao futebol.

¹⁶ BRITTOS. *Televisão e barreira*, p. 31.

¹⁷ OLIVEIRA. *A negociação centralizada dos direitos televisivos na óptica do direito da concorrência*, p. 4.

ANÁLISE, DISCUSSÃO E MODELO REGULATÓRIO

Até então imaginado como distante do evento esportivo, o direito da concorrência passou a ser discutido por causa da negociação dos direitos de transmissão televisiva. Nesta relação estão envolvidas as emissoras, as empresas que adquirem tempo televisivo para promoção publicitária e os telespectadores.

A OCDE (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico) publicou em 2018 um relatório sobre a concorrência nos esportes.¹⁸ Do que pode ser apreendido da análise e tem relação direta com a transmissão de esporte coletivos, podemos elencar algumas preocupações: 1) Como garantir uma distribuição de cotas da receita de transmissão que beneficie um melhor equilíbrio competitivo para manter o interesse em todo o campeonato? 2) Há conteúdos esportivos que devem ter transmissão audiovisual com acesso gratuito? 3) Quem é o proprietário dos direitos: mandante, os dois clubes ou o organizador do torneio? 4) O modelo de negociação deve ser a partir de venda coletiva ou individual de direitos de transmissão? 5) Como a negociação de direitos de transmissão de eventos esportivos pode não restringir, ou restringir o mínimo possível, o mercado de infocomunicação? 6) A exclusividade sobre parte de direitos de transmissão ou todo o torneio gera prejuízos de acesso ao espectador? 7) Uma liga de clubes é o melhor modelo para garantir mais receitas e melhor distribuição dessas, beneficiando a concorrência e o consumidor?

Antes de apresentar a proposta de regulação, é importante diferenciar alguns termos. Segundo Brittos, a regulamentação é instrumento da regulação, parte da ação para acompanhar o equilíbrio em dado sistema: “referindo-se ao conjunto de mecanismos de organização e de controle que podem ser usados para que um setor ou atividade permaneça em equilíbrio”.¹⁹

Assim, tratamos regulação como o conjunto dos mecanismos para tentar manter dado equilíbrio nas condições de acesso, aquisição e transmissão audiovisual

¹⁸ OCDE. Policy roundtables.

¹⁹ BRITTOS. *Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional*, p. 90.

de eventos de futebol, de forma a considerar os diferentes agentes envolvidos nesse sistema: público-torcedor, clubes e federações e veículos de comunicação.

Já a regulamentação, conforme Brittos, serviria para “designar as possibilidades interventivas do Estado nos mercados, enfaticamente abrindo maiores espaços à acumulação privada”.²⁰ Aqui, consideramos a regulamentação como o conjunto de leis, decretos e regulamentos sobre dado elemento cultural, por compreendermos que o registro nesses documentos garante as possibilidades interventivas.

A proposta de marco regulamentar para a exibição televisa de eventos de futebol parte dessa diferenciação, de maneira que alguns elementos são fixos para a lei, enquanto outros devem passar por avaliação de órgão regulador. Assim, pretende-se que seja algo facilmente adaptável, independentemente de país.

Dada a limitação do texto, segue uma síntese dos elementos propostos para a lei que foram elaborados em pesquisa mais ampla, com a respectiva análise nos países analisados, que ajuda a justificar a proposta.

Artigo 1º: Jogos de futebol considerados como *conteúdo de interesse social* devem ter transmissão a partir de um serviço de radiodifusão de televisão aberta e ao vivo e de forma simultânea para todo o território nacional.

§1º Esta lei prevê os seguintes torneios entre selecionados nacionais de futebol profissional: a) Copa do Mundo FIFA; b) Partidas que podem definir vaga para a Copa do Mundo FIFA; c) Copas continentais.

§2º Esta lei prevê os seguintes torneios entre clubes de futebol profissional masculino e de mulheres: a) Jogos da final das copas nacionais; b) Partidas que podem definir o título de campeonatos nacionais de primeira divisão.

§3º Os titulares, proprietários ou quem adquirir os direitos de transmissão de jogos de futebol considerados como *conteúdo de interesse social* deverão notificação ao órgão regulador as informações sobre a aquisição desses direitos em até 72 (setenta e duas) horas antes do início da competição ou da partida.

§4º No caso de que nenhum titular de serviços de radiodifusão de televisão aberta tenha interesse em adquirir os direitos de emissão ou retransmissão, o titular dos direitos repassará o sinal para o sistema público de televisão do país.

²⁰ BRITTOS. *Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão [...]*, p. 93.

Antes de apresentar este aspecto nos países estudados, é importante justificar porque o foco na televisão de acesso gratuito, não considerando ainda a transmissão pela internet com acesso aberto. Ainda que consideremos um mercado infocomunicacional, logo num modelo convergente entre radiodifusão, telecomunicações e internet, há brechas digitais importantes que seguem existindo. Iremos focar em duas questões fundamentais para a exibição ao vivo de futebol.

Até a escrita deste artigo, o tempo para a imagem percorrer da captação à transmissão em ferramentas de internet continua maior do que o da TV, o que geraria atraso entre o acontecimento ao vivo ou uma mídia paga e o consumo gratuito por aplicativos como YouTube. Isso geraria uma diferença básica de acesso a um conteúdo que ocorre em determinado instante.

Além disso, é preciso considerar ainda questões estruturais para consumo de conteúdo pela internet em diferentes lugares, que tendem a reproduzir as desigualdades socioeconômicas, especialmente quanto ao limite de dados para suportar uma transmissão audiovisual longa. Dados de 2022 do Brasil, por exemplo, mostram que a maior parte das pessoas que utiliza a internet pelo celular têm o plano pré-pago (64%), que tem limitação na franquia de dados. Isso para não entrar nas diferenças entre regiões, dentro delas e por classe social.²¹

Explicado esse tema, partamos para os casos estudados. A título de síntese, montamos o Quadro 1 a seguir com a comparação dos países que analisamos quanto aos elementos que constam no Artigo 1º.

Destacamos a necessidade não só de regulamentar o que deve ocorrer com os jogos oficiais da seleção masculina de futebol, mas incluir ainda outras partidas de torneios nacionais, considerando que a posse de direitos de transmissão se expande com a atuação de grupos midiáticos no *streaming* num modelo de venda conjunta de conteúdo. Corre-se o risco de partidas decisivas de campeonatos irem para plataformas pagas, com restrição de acesso das torcidas.

²¹ NIC.BR. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros.*

País	Objeto principal da lei	Descrição de conteúdo	Flagrante jornalístico	Lista atualizada de agência reguladora	Transmissão de TV pública caso necessário	Objeto de órgão regulador
Argentina	Comunicação audiovisual	Futebol de forma geral	Não	Sim	Não	Comunicações
Brasil	Esporte	Jogos da seleção de futebol	Sim	Não	Não	Defesa da Concorrência
Espanha	Comunicação audiovisual	Torneios esportivos	Sim	Sim	Sim	Comunicação audiovisual
México	Telecomunicações e radiodifusão	Não cita	Não	Sim	Não	Telecomunicações e radiodifusão
Portugal	Televisão	Não cita	Sim	Sim	Não	Secretaria de Estado
Uruguai	Comunicação audiovisual	Jogos decisivos das seleções de futebol e basquete	Não	Sim	Sim	Comunicação audiovisual

Quadro 1 – Comparação do futebol enquanto “conteúdos de interesse social”.
 Fonte: SANTOS. *Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol.*

Outro fato que é importante citar é que há modelos diferentes quanto às agências regulatórias dentre os países analisados. A maior parte dos casos, como consta na última coluna do Quadro 1, conta com um regulador do mercado de transmissão audiovisual, seja com foco apenas na televisão ou radiodifusão ou agregado à análise de telecomunicações – situação do México e da Argentina. A responsabilidade em Portugal cabe a uma secretaria do Poder Executivo federal.

Quanto ao Artigo 1º, podemos perceber que o Brasil é o de modelo mais atípico sob diferentes aspectos. É exceção, por exemplo, quanto ao regulador, pois as denúncias e processos nos mercados de radiodifusão e telecomunicações se res-

tringem ao órgão de direito da concorrência, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

O Artigo 2º da proposta trata de outro conjunto de temas: a negociação das empresas da infocomunicação para adquirir os direitos de transmissão de eventos de futebol, da negociação à divisão das receitas. Assim, a proposta vai da concorrência pelos grupos empresariais, passa pela disputa entre os clubes e chega à discussão sobre as possibilidades de acesso do público a esse tipo de conteúdo.

-Artigo 2º: A participação em competição profissional implicará na transferência, pelos seus titulares para a entidade organizadora da referida competição, dos poderes exclusivos de negociação coletiva, exploração comercial e distribuição do produto da exploração dos direitos de transmissão.

§1º As entidades de prática desportiva de futebol participantes de torneio ou campeonato nacional de primeira divisão definirão pela maioria absoluta das entidades de prática desportiva participantes do torneio ou campeonato a forma de negociação prevista antes de cada ciclo contratual.

§2º A negociação dos direitos de transmissão de determinado torneio nacional deverá ser definida a partir de parâmetros transparentes e competitivos, que considerem: a) Limitação para que um mesmo conglomerado comunicacional não tenha exclusividade de transmissão do torneio em todas as plataformas midiáticas possível no ato do leilão;

§3º O modelo de licitação deve ser enviado ao órgão regulador antes de ser divulgado entre os agentes de mercado que irão concorrer para conferência do atendimento dos critérios estabelecidos nesta lei. O órgão terá 30 (trinta) dias para publicar nota informativa em sítio eletrônico sobre o tema.

§4º A distribuição das receitas dos direitos de transmissão de torneios nacionais de futebol deve considerar parâmetros justos, que possam garantir o mínimo de equilíbrio nos torneios nacionais, com as seguintes ponderações: a) A maior parte do rateio seja feita de forma igualitária entre os integrantes do torneio; b) Limita-se a diferença entre quem mais e quem menos ganhará de receitas de direitos de transmissão ao máximo de 4 (quatro) vezes num primeiro ano de novo contrato, tendo que cair ao longo dos outros anos ou novos contratos até chegar a um máximo de 3 (três) vezes; c) Caberá ao órgão regulador verificar a necessidade

de delimitar exibição mínima de partidas por clube na plataforma midiática cuja transmissão seja de maior acesso do público-torcedor;

§5º Cada novo contrato deve ser enviado ao órgão regulador antes de ser assinado para conferência do atendimento dos critérios estabelecidos nesta lei. O órgão terá 30 (trinta) dias para publicar nota informativa em sítio eletrônico sobre o tema. Em caso de aprovação, o contrato pode ser assinado.

O Quadro 2, a seguir, mostra a situação de cada um dos países, no que foi possível verificar, sobre a negociação dos direitos de transmissão de campeonatos nacionais de futebol.

País	A quem pertence	Quem vende	Veto a comprador único	Fundo ou pagamento a participantes	Tempo de contrato
Argentina	N/D*	Liga	Não	Não	Até 9 anos
Brasil	Dois clubes	Individual	Não	Não	Até 6 anos
Espanha	Mandante	Liga	Sim	Sim	3 anos
México	Mandante	Individual	Não	Não	N/D*
Portugal	Mandante	Individual	Não	Não	Até 10 anos
Uruguai	N/D*	N/D*	Não	Não	N/D*

Quadro 2 – Negociação de direitos de transmissão de futebol em seis países – 2001-2020.
Fonte: CAPELO. Como as maiores ligas europeias negociam direitos de transmissão e distribuem verba entre clubes?. *N/D para os casos “não definidos” por não termos informações suficientes.

Para os casos latino-americanos, além do Brasil, são poucos os que tratam dos modelos de distribuição de receitas de TV. Assim, não conseguimos encontrar o valor do Uruguai, que, por isso, serviu como exemplo apenas para a primeira parte. No caso mexicano, há variação de acordo com a propriedade cruzada de posse de cada equipe, pois há grupos infocomunicacionais proprietários de clubes. Sobre a Argentina, com constantes mudanças de modelo de negociação, a última informação conseguida foi de estabelecimento de grupos de cotistas.

Na Europa, a Espanha passou por mudança a partir de decreto-lei em 2015, de maneira a representar um modelo ideal após ser justamente o oposto em anos

anteriores. Enquanto Portugal passou pela indicação da autoridade da concorrência por mudança se efetivar enquanto decreto em 2021.²² O tempo longo dos contratos, alguns até 2027-2028, adiarão os efeitos da melhor regulação quanto a isso, o que pode ser ainda mais destrutivo para os clubes da liga portuguesa, mas, pelo menos, há sinalização de que algo vai mudar.

Na liga espanhola, a liberdade de atuação individual dos clubes não só aumentou a distância de Real Madrid e Barcelona para os concorrentes locais, como também gerou uma situação de insustentabilidade financeira dos clubes. O ápice disso foi marcado pela ameaça de greve no torneio nacional em 2015 caso uma proposta de lei para regulamentar a situação não fosse encaminhada.²³

A Espanha conseguiu sair do modelo complicado a partir da temporada 2015-2016, com a aplicação prática do *Real Decreto-Ley 5/2015*.²⁴ Se Real Madrid e Barcelona não deixaram de ganhar seus títulos, a pirâmide do futebol espanhol ganhou uma base estrutural melhor, com preocupação também com o pagamento em dia de salários e para a aposentadoria de quem trabalha na competição.

Em Portugal, o mercado também se direcionou na década de 2010 a privilégios para Benfica e Porto, especialmente, que passaram a dividir os títulos portugueses – Sporting voltou a vencer a liga após 17 anos na temporada 2020-2021. No caso do primeiro clube, é interessante observar que a BTV, canal próprio, foi envolta a dados financeiros que nunca foram divulgados de forma transparente e a um discurso de “merecer mais” até mesmo que os grandes concorrentes, Porto e Sporting.²⁵

Discurso semelhante ao que apareceu no Brasil desde a negociação dos direitos de transmissão da Série A do Campeonato Brasileiro de futebol de 2011 e que voltou a aparecer no caso do Campeonato Carioca de 2020. A diferença é que o Benfica apostou bastante no modelo de TV própria, mas logo depois fechou um contrato com empresa de telecomunicações para a transmissão de seus jogos.

No caso brasileiro, 2020 abriu espaço para mudanças sensíveis quanto à negociação dos direitos de transmissão. A Medida Provisória 984/2020, publicada

²² PORTUGAL. *Nota à Comunicação Social*.

²³ SANTOS. *Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol*.

²⁴ ESPANHA. *Real Decreto-Ley 5/2015*.

²⁵ BORGES. *A mediatização dos clubes de futebol*.

pela presidência da República, alterou, dentre outras coisas, a propriedade do direito de arena, que deixou de pertencer às duas equipes em campo para ser apenas da mandante. Do ponto de vista positivo, como destacado por Santos: “Ela trouxe à tona a demonstração prática dos efeitos das barreiras político-institucionais que a líder Rede Globo estabeleceu e se beneficiou neste mercado, abrindo pequenas possibilidades de entrada para a transmissão das partidas”.²⁶

A explicação é simples: enquanto líder de mercado e com atuação em diferentes plataformas midiáticas, o Grupo Globo sempre conseguiu fechar contratos com a maioria das equipes de uma competição brasileira – quando o modelo era nesse nível. Assim, estabelecia-se um monopólio, em que, como foi no caso do Flamengo no Campeonato Carioca de 2020 ou do Athletico para o *pay-per-view* na Série A do Brasileiro de 2019 e 2020, a única opção de contrato era com a Globo, que detinha os direitos de todos os outros clubes na competição.

Entretanto, a forma que isso surgiu, sob justificativa da pandemia da Covid-19, a partir de uma situação pontual do Flamengo e sem melhor discussão, fez com que a MP tivesse várias fragilidades, especialmente por não estabelecer de uma maneira clara qual o âmbito de atuação dela. Isso interferiu nos limites relativos a contratos anteriores assinados sob vigência de regulamentação distinta. O que convenciamos chamar de “caos jurídico” se deu com liminares judiciais em diferentes momentos, que colocavam ou tiravam jogos de plataformas de internet ou canais da TV fechada.

Essa experiência nos levou a pensar na proposta de um Artigo 3º: “As disposições desta lei não se aplicam a contratos que tenham por objeto direitos de transmissão celebrados previamente à vigência deste documento legal, os quais permanecem regidos pela legislação em vigor na data de sua celebração”.

Fora do recorte temporal deste texto, mas que vale a citação aqui, a Lei nº 14.205/2021 foi sancionada pelo governo federal em 17 de setembro de 2021, com publicação no Diário Oficial da União em 20 de setembro.²⁷ A Lei nº 14.205/2021 autorizou a criação do Art. 42-A na Lei Pelé (Lei nº 9.615/1998), efetivando o direito de arena para o clube mandante num jogo de futebol profissional. Porém, in-

²⁶ SANTOS. MP do mandante e a disputa pelos direitos de transmissão no futebol, p. 90.

²⁷ BRASIL. Lei nº 14.205, 17 set. 2021.

cluiu também um parágrafo em que trata do respeito aos contratos vigentes, o que evitou quaisquer novas disputas sobre transmissão de torneios de futebol no Brasil ao menos até a escrita deste artigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que podemos ter demonstrado caminhos possíveis de utilização de um marco teórico mais amplo e que parte de uma base do materialismo histórico-dialético, como da Economia Política da Comunicação e da Cultura, para estudos de caso voltados à análise e à proposição regulatória, que considere as limitações do modo de produção capitalista, expressas na contradição economia-cultura.

É necessário renovar os marcos regulatórios sobre transmissão de jogos de futebol, de maneira a considerá-lo como um conteúdo de interesse social geral, logo, com algumas partidas devendo ser transmitidas em serviço de radiodifusão gratuito e ao vivo. Isso considera também a realidade de aumento da concorrência frente à convergência radiodifusão-telefonia-telecomunicações, mas com a brecha digital no acesso à internet de qualidade exigida para uma recepção ao vivo pela maior parte da população brasileira.

Além disso, também do ponto de vista da apropriação do jogo de futebol enquanto mercadoria, é necessário que os órgãos em defesa da concorrência e o Estado fiquem atentos às diferentes relações político-econômicas em disputa quanto a este bem simbólico, atuando, se necessário, para criar parâmetros mais justos de distribuição de uma receita tão relevante aos clubes.

Ao apresentarmos a proposta de regulação da transmissão de eventos de futebol, defendemos que será necessário fazer com que ela possa circular e ser aprimorada. A premissa é entender o futebol como algo de interesse social e, como tal, suas decisões precisam ser tomadas de forma mais ampla do que atualmente.

Reforça-se aqui a defesa de Fuentes de que “um direito que não se conhece é um direito que não se exerce, portanto, a alfabetização midiática e a difusão dos

direitos são tarefas inadiáveis para transitar de uma mera enunciação ao pleno exercício”.²⁸

Também foi muito importante a experiência de acompanhar os efeitos de um documento legal temporário sobre o mercado de transmissão de futebol no Brasil, pois nos ajudou a definir pontos sobre o que poderia ir diretamente para lei e o que deveria seguir para acompanhamento de órgão regulador.

Todas as situações relatadas, com uma síntese a partir dos dois quadros neste texto, exigem acompanhamento deste e de outros pesquisadores que busquem estudar a transmissão de futebol. Sempre é importante considerar que a defesa de melhores mecanismos de concorrência parte das limitações do modo de produção capitalista, logo, não virá com um modelo revolucionário que trará o futebol de volta à prática de lazer puramente popular. Porém, ela precisa seguir parâmetros mais justos, de maneira a considerar as melhores praticadas aplicadas em distintos lugares.

É necessário se atentar a todos os agentes possíveis, dos atletas profissionais às empresas que concorrem pelos direitos de transmissão de campeonatos de futebol. Mas neste processo não se pode esquecer que essas atividades são constituídas socialmente e, por isso, desenvolveram capacidade de atrair e movimentar capital. O direito ao acesso a determinados conteúdos está no entendimento de “conteúdo de interesse social geral”, aquilo que precisa chegar à população. Partimos disso como princípio para que o esporte enquanto negócio não se distancie ainda vez mais das pessoas, em meio a um constante processo de mercantilização de atividades culturais.

* * *

²⁸ FUENTES. Un lustro de las defensorías de las audiencias en Mexico, p. 189. Tradução nossa de: “Un derecho que no se conoce es un derecho que no se ejerce, por lo tanto, la alfabetización mediática y la difusión de los derechos son tareas insoslayables para transitar de una mera enunciación al pleno ejercicio”.

REFERÊNCIAS

- AGUILAR VILLANUEVA, Luis F. **La hechura de las políticas**. México: Porrúa, 1992.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Campo aberto**: para a crítica da epistemologia da comunicação. Aracaju: Edise, 2016b.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Esporte e capoeira: identidade nacional e globalização. **EPTIC**, São Cristóvão, v. 25, n. p. 183-202, 2023.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Mercado Brasileiro de Televisão**. 3. ed. São Cristóvão: Obscom/Cepos, 2016a.
- BOLAÑO, César; BASTOS, Manoel Dourado. Um pensamento materialista em comunicação. In: BIANCO, Nelia R.; LOPES, Ruy Sardinha. (Orgs). **O Campo da Comunicação**: epistemologia e contribuições científicas. São Paulo: Socicom Livros, 2020, p. 165-187.
- BORGES, Fernando. A mediatização dos clubes de futebol. In: Congresso Português de Sociologia, 10, Covilhã. **Anais do X Congresso Português de Sociologia**. Covilhã: UBI, 2018.
- BRASIL. **Lei nº 14.205**, de 17 de setembro 2021. Altera a Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, para modificar as regras relativas ao direito de arena sobre o espetáculo desportivo. Diário Oficial da União, ed. 178, seção 1, p. 1, 20 set. 2021.
- BRASIL, **Medida Provisória 984**, de 18 de junho de 2020. Altera a Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, que institui normas gerais sobre desporto, e a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, que dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor, e dá outras providências, em razão da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da pandemia da covid-19, de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Diário Oficial da União, Brasília, 18 jun. 2020, p. 1.
- BRITTOS, Valério Cruz. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. Tese (Doutorado), Comunicação e Culturas Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2001.
- BRITTOS, V. Cruz. Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar. In: JAMBEIRO, O.; BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. (Orgs). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004, p. 15-42.
- CAPELO, Rodrigo. Como as maiores ligas europeias negociam direitos de transmissão e distribuem verba entre clubes? Compare com o futebol brasileiro. **Blog do Rodrigo Capelo**, Globoesporte.com, São Paulo, 25 jun. 2020.
- ESPANHA. **Real Decreto-Ley 5/2015**, de 30 de abril de 2015. De medidas urgentes en relación com la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional. Madrid, Boletín Oficial del Estado, 1º maio 2015. p. 37989-38006.
- FUENTES, Adriana Solorzano. Un lustro de las defensorías de las audiencias en Mexico. In: GÓMEZ, Rodrigo. (Org). **A seis años de la Ley Federal de Telecomunicaciones e Radiodifusión. Análisis y propuestas**. México: Productoras de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 2020, p. 188-203.

- FRANCO, Maria Ciavatta. Quando nós somos o outro: questões teórico-metodológicas sobre os estudos comparados. **Educação & Sociedade**, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, v. 21, n. 72, p. 197-231, 2000.
- MARX, Karl. **Grundrisse**: Manuscritos econômicos de 1857-1858/ Esboços da crítica da economia política. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.
- MONTEIRO, Jorge V.. Os níveis de análise das políticas públicas. In: SARAIVA, E.; FERRARETE, E.. **Políticas Públicas**. Brasília: ENAP, 2006, p. 249-268.
- NIC.BR. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: TIC Domicílios 2022. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2023.
- OCDE. **Policy roundtables**: Competition and Sports 2010. s/l: OCDE: 11 jun. 2018.
- OLIVEIRA, Pedro António Maia. **A negociação centralizada dos direitos televisivos na óptica do direito da concorrência**. Lisboa: Verbo Jurídico, 2009.
- OLIVEIRA, Madalena; PAULINO, Fernando Oliveira. Serviço Público de Média em Portugal e no Brasil: Problemas e desafios da pesquisa comparada. **Sobre jornalismo**, Université Libre de Bruxelles, Bruxelas, v. 6, n. 2, p. 56-67, 2017.
- PORTUGAL. **Nota à Comunicação Social** - Aprovada em Conselho de Ministros Centralização dos direitos televisivos.
- SANTOS, Anderson D. G. dos. MP do mandante e a disputa pelos direitos de transmissão no futebol: barreiras político-institucionais em ação. In: VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. (Org.). **Cadernos de conjuntura das comunicações Lapcom Ulepicc-Brasil 2021**: pandemia, liberdade de expressão e polêmicas regulatórias na comunicação eletrônica. São Cristóvão: Ulepicc-Brasil, 2021, p. 76-94.
- SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol**. Tese (Doutorado em Comunicação), Faculdade de Comunicação da UnB, Brasília, 2021a.
- SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol**. Curitiba: Appris, 2019.
- SANTOS, Anderson David Gomes dos; SANTOS, Irlan Simões da Cruz. Futebol e economia política da comunicação: revisão de literatura e propostas de pesquisa. **Redes.com**, Sevilha, n. 12, p. 378-395, 2016.
- SANTOS, Verlane Aragão. A contradição economia e cultura: a crítica da Economia da Cultura, a partir da EPC. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., Virtual. **Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2020.

* * *

Recebido em: 21 jul. 2023.
Aprovado em: 15 jan. 2024.

Gagliano Neto: um resgate histórico sobre a trajetória do primeiro “speaker” do rádio brasileiro em Copas do Mundo

Gagliano Neto: a historical review of the trajectory of the first Brazilian radio “speaker” in World Cups

Daniel Leal

Universidade Federal de Pernambuco, Recife/PE, Brasil
Doutorando em Comunicação, UFPE
danielleal87@gmail.com

Giovana Mesquita

Universidade Federal de Pernambuco, Recife/PE, Brasil
Doutorado em Comunicação, UFPE

RESUMO: O artigo apresenta um resgate histórico sobre a trajetória do “speaker” Gagliano Neto, primeiro profissional do rádio brasileiro a narrar uma Copa do Mundo, em 1938, direto da França. O trabalho parte de um levantamento bibliográfico e de uma pesquisa documental junto à Hemeroteca Digital Brasileira para analisar a construção da figura de Gagliano nos jornais nacionais da década de 1930. O método utilizado para processar as 50 ocorrências encontradas em 16 jornais, entre 1930 e 1939, foi a Análise de Conteúdo, a partir da qual foi possível identificar um perfil sobre o personagem criado acerca da figura de Gagliano. Esta pesquisa explora também a forma de transmissão radiofônica nos primórdios deste meio de comunicação no Brasil, sempre com enfoque no referido narrador, que foi pioneiro, despertou admiração e raiva, e, durante algumas ocasiões, foi a voz mais ouvida do país. Apesar de tudo, Gagliano ainda é um nome pouco explorado na bibliografia comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE: Rádio; Rádio esportivo; Jornalismo esportivo; Gagliano Neto; Copa 1938.

ABSTRACT: The article presents a historical review of the trajectory of “speaker” Gagliano Neto, the first Brazilian radio professional to narrate a World Cup, in 1938, straight from France. The work starts from a bibliographic survey and a documental research at the Hemeroteca Digital Brasileira to analyze the construction of the figure of Gagliano in the national newspapers of the 1930s. The method used to process the 50 occurrences found in 16 newspapers, between 1930 and 1939, was the Content Analysis, from which it was possible to identify a profile about the character created around the figure of Gagliano. This research also explores the form of radio transmission in the early days of this means of communication in Brazil, always focusing on Gagliano, who was a pioneer, aroused admiration and anger, and, on some occasions, was the most heard voice in the country. Despite everything, Gagliano is still a little explored name in the communicational bibliography.

KEYWORDS: Radio; Sports radio; Sports journalism; Gagliano Neto; Cup 1938.

INTRODUÇÃO

O esporte moderno e os meios de comunicação de massa surgiram no Brasil de maneira quase concomitante em fins do século XIX. De acordo com Edison Gastaldo,¹ ambos são filhos diletos da modernidade. E é até certo ponto simples justificar: os dois floresceram diante do mesmo cenário nacional transicional.

No final do século XIX, o país viu, paralelamente, as práticas esportivas se disseminarem ao mesmo passo que os ventos de modernidade se alastravam. Em duas décadas, podemos destacar fatos históricos como: a abolição da escravidão (1888), a chegada do futebol no Brasil (1893), a derrubada do Império (1889) e a erradicação da febre amarela (1904-1908).

Neste mesmo período, as artes gráficas e as tecnologias de comunicação audiovisual experimentaram extraordinários avanços: fotografia, telefone, fonógrafo, cinema e impressão offset [...] forneceram condições tecnológicas para o surgimento desses dois importantes fundamentos da cultura de massa do século XX: mídia e esporte.²

Kischinhevsky e Lopez³ observam que as transmissões do rádio esportivo foram potencializadas pela realização, em 1896, dos primeiros Jogos Olímpicos da era moderna, em Atenas. “Por isso, não é surpresa que, quando o rádio dá seus primeiros passos nos anos 1910/1920, a transmissão de relatos esportivos tenha despertado tanto interesse”.⁴

É nesse cenário que surge o rádio no Brasil, com a experiência da Rádio Clube de Pernambuco, no Recife, em 1919. Não demoraria muito até que as ondas sonoras da música também se convertessem nas ondas sonoras dos gols. Devido ao limite deste trabalho, as descrições serão fragmentadas em quatro pontos: o contexto para o nascimento do rádio no Brasil; Gagliano Neto, o primeiro a narrar um Mundial; a construção da figura de Gagliano nos jornais da década de 1930; e uma breve descrição sobre a vida de Gagliano nos anos pós-Copa de 1938.

¹ GASTALDO. Futebol e estudos de comunicação no Brasil.

² GASTALDO. Futebol e estudos de comunicação no Brasil, p. 399.

³ KISCHINHEVSKY; LOPEZ. A dimensão sonora nos estudos de comunicação e esporte.

⁴ KISCHINHEVSKY; LOPEZ. A dimensão sonora nos estudos de comunicação e esporte, p. 3.

Para isso, este artigo parte do levantamento bibliográfico e documental realizado a partir de uma pesquisa junto à Hemeroteca Digital Brasileira, especificamente na década de 1930. O método utilizado para processar as 50 ocorrências encontradas em 16 jornais, entre 1930 e 1939, foi a Análise de Conteúdo quantitativa e qualitativa,⁵ a partir da qual foi possível identificar um perfil sobre o personagem – quase sempre admirado; mas, por vezes, odiado – criado acerca da figura de Gagliano e a importância deste narrador para a literatura do rádio nacional.

Apesar de ter pouco reconhecimento histórico na mídia esportiva nacional, foi este economista e, adiante “speaker”, o responsável pela narração daquela que foi a primeira transmissão de Copas do Mundo para o Brasil, em 1938, no evento ocorrido na França.

Vale destacar que esta pesquisa também fez buscas exploratórias, a partir da palavra-chave “Gagliano Neto”, no Portal de Periódicos da Capes e a Biblioteca Brasileira de Dissertações e Teses (BBDT). Porém, em ambos os canais, que reúnem os maiores acervos científicos virtuais do país, não foram encontrados trabalhos sobre o narrador.

Por outro lado, é importante destacar que este trabalho não tem como pretensão esgotar toda a trajetória de Gagliano Neto, mas, especialmente, servir como um impulso para que este personagem seja mais explorado. Há, por exemplo, milhares de outras menções ao termo “Gagliano Neto” nas décadas de 1940, 50, 60 e 70, que neste trabalho não serão exploradas.

UM BREVE CONTEXTO SOBRE O SURGIMENTO DO RÁDIO ESPORTIVO NO BRASIL

Bem antes das notícias que reverberariam país afora sobre futebol, ou do interesse maciço por esportes como o remo ou o elitizado turfe, surge o primeiro jornal voltado para o segmento esportivo do Brasil. *O Atleta* nasceu em 1856 e tratou de temas voltados para o aprimoramento físico dos moradores da cidade do Rio de Janeiro.⁶

⁵ BARDIN. *Análise de conteúdo*.

⁶ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

Outros jornais interessados em se especializar na temática foram pouco a pouco surgindo. Ribeiro⁷ destaca *O Sport* e *O Sportsman*, em 1885 e em 1891, respectivamente, também na cidade do Rio; *A Platea Sportiva*, em 1888; a revista *O Sport* e o jornal *Gazeta Sportiva*, ambos em 1898, em São Paulo – esta *Gazeta* não tem ligação com a homônima mais famosa que nasceria décadas mais tarde. “Em nenhuma das publicações o futebol era prioridade: apenas notícias de turfe, regatas e ciclismo”.⁸

De acordo com o historiador Victor Andrade de Melo,⁹ em geral, no início, “o noticiário de esportes se misturava com informações comerciais, políticas, econômicas, por vezes, inseridas no bloco dos acontecimentos sociais”. Porém, como fenômeno social que gerava interesse em determinados nichos, o esporte oferecia cada vez mais conteúdo à mídia que, por sua vez, aproximava-se de uma nova prática que se instituíria no país, ao redor da qual estavam envolvidos membros das elites. Noticiar esportes, então, configurava-se como um sinal de progresso e civilidade.¹⁰

Naquela altura, o futebol ainda buscava a profissionalização. O que acabou sendo crucial para o próprio fortalecimento do jornalismo especializado em esportes, levando-o também a uma dinâmica cada vez mais profissionalizada. Buarque de Hollanda¹¹ observa que “não resta dúvida que o contexto econômico e político propiciou a afirmação dessa espécie paralela e autônoma de gênero jornalístico”.

Atento a isso, o empresário Mário Rodrigues Filho foi no Brasil um verdadeiro agente da vida esportiva, política e cultural. Além de “inventar tradições”, “inventar multidões”¹² e pregar uma espécie de “pedagogia esportiva”, como reforça Buarque de Hollanda,¹³ o jornalista cultivava uma proximidade com os poderosos representantes do poder institucional ligado aos esportes no país.

⁷ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 27.

⁸ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 27.

⁹ MELO. *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*, p. 26.

¹⁰ MELO. *Cidade Sportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro*.

¹¹ BUARQUE DE HOLLANDA. *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*, p. 82.

¹² “Mário Filho, o Criador das Multidões” foi um documentário brasileiro lançado em 2010 por Oscar Maron Filho.

¹³ BUARQUE DE HOLLANDA. *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*, p. 83.

O fato é que, a chegada do futebol na imprensa, dominada plenamente pelas elites, logo revolucionaria todo um contexto midiático. Na década de 1920, o futebol já era o esporte número 1 do Brasil. Os estádios viviam lotados nas principais praças desportivas do Brasil, a exemplo do que ocorria em São Paulo, no Rio de Janeiro, no Recife e em Salvador, e “os jornais vendiam feito água”.¹⁴ É neste contexto que o rádio chega no universo das transmissões esportivas no Brasil

De acordo com André Ribeiro,¹⁵ a primeira transmissão esportiva no Brasil foi realizada por Leopoldo Santana, em 1922. Não se tratava ainda das veiculações que estamos hoje acostumados, mas sim de uma série de boletins recebidos por telefones e retransmitidos por alto-falantes.

Pouco mais de um mês após o presidente Eptácio Pessoa fazer um discurso pela Rádio Difusora do Rio de Janeiro, nas comemorações do centenário da Independência do país, em 15 de outubro de 1922, Casper Líbero, dono do Jornal *A Gazeta*, de São Paulo, convidou Leopoldo Santana para irradiar o jogo entre Brasil e Argentina, válido pelo Campeonato Sul-Americano, disputado no estádio das Laranjeiras, no Rio de Janeiro. [...] Eles informavam o andamento da partida aos frequentadores da Confeitaria Mimi, localizada no Vale do Anhangabaú, Centro de São Paulo.¹⁶

Em 1931, Nicolau Tuma, um então jovem estudante de Direito de 20 anos, tornou-se o primeiro narrador no país de uma partida de futebol na íntegra. Na Rádio Educadora Paulista (depois *Gazeta*), ele narrou São Paulo x Paraná, pelo Campeonato Brasileiro daquele ano. À época, como é possível imaginar, não havia uma mínima estrutura nos estádios para os radialistas. “Para realizar a transmissão, difícil foi encontrar espaço entre os torcedores que se espremiavam nas arquibancadas”.¹⁷

José Hamilton Ribeiro¹⁸ descreve a narração daquela primeira locução. “Peguem uma caixa de fósforos. A caixa de fósforos é um retângulozinho, não é? Agora sim, a caixa de fósforos é o campo. Do lado esquerdo vão jogar os paulistas; do direito, os paranaenses”, explicou Tuma, imortalizado como “speaker metralhadora”, apelido dado pela surpreendente marca de 250 palavras faladas por minuto.¹⁹

¹⁴ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 58.

¹⁵ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

¹⁶ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 59.

¹⁷ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 76.

¹⁸ RIBEIRO. *Jornalistas – 1937/1997*.

¹⁹ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá*.

Não é pretensão deste artigo fazer um detalhamento por toda a história do rádio esportivo brasileiro e seus inúmeros e riquíssimos personagens. Entretanto, pontuamos a relevância do surgimento da figura do primeiro plantão esportivo,²⁰ com José Augusto Siqueira, na Rádio Record; e pouco depois dos comentaristas, a exemplo de Thomaz Mazzoni, da Rádio Cruzeiro do Sul. A presença desses profissionais do rádio, em geral, ainda era rara nas maiorias das transmissões.

Nesse sentido, Almeida, Araújo e Rubio contextualizam que, nesse período, o Comitê Olímpico Internacional (COI) via a possibilidade de transmissão dos Jogos Olímpicos de 1924 no rádio como uma espécie de “concorrência”. “A possibilidade de haver a transmissão radiofônica de competições olímpicas era uma preocupação para os organizadores, que encaravam o meio como um problema, tendo em vista que poderia impactar negativamente na venda de ingressos”.²¹

Os pesquisadores complementam que, oito anos depois, porém, o rádio deixaria de ser visto como um adversário e passaria a ser considerado um importante veículo de divulgação. Adiante, nos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, 41 companhias estrangeiras enviaram 105 repórteres de rádio para a Alemanha. “O Brasil teve nove jornalistas credenciados, mas não há dados sobre quantos trabalharam para as rádios e para os meios de comunicação impressos”.²²

Nesta mesma década, em 4 de novembro de 1930, Getúlio Vargas assumiu o governo provisório que duraria 15 anos. No Programa de Reconstrução Nacional estava programada a criação do Ministério do Trabalho, que lançaria as bases para a posterior regulamentação da carreira de jogador de futebol profissional. Em março 1932, Vargas instituiu, por decreto, a liberação da publicidade em rádio.²³

Neste contexto, a imprensa esportiva foi se consolidando. Apesar do crescimento do rádio esportivo, nenhuma emissora se atreveu a transmitir a Copa do Mundo de 1934, na Itália. Fato que se consumiria quatro anos adiante, com um

²⁰ Profissional do rádio responsável por levar aos ouvintes boletins atualizados sobre outros eventos esportivos que ocorrem paralelamente àquele que está sendo transmitido; também pode ajudar com informações complementares à transmissão ou a qualquer outra cobertura que tenha a ver com esportes.

²¹ ALMEIDA; ARAÚJO; RUBIO. Revisitando transmissões radiofônicas pioneiras de Jogos Olímpicos no Brasil, p. 85.

²² ALMEIDA; ARAÚJO; RUBIO. Revisitando transmissões radiofônicas pioneiras de Jogos Olímpicos no Brasil, p. 89.

²³ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

quarteto de enviados especiais, sendo um deles com a missão de carregar consigo a história da rádio (especialmente a esportiva) brasileira.

GAGLIANO NETO: O PRIMEIRO A NARRAR UMA COPA DO MUNDO

Na década de 1930, as linhas telefônicas eram precárias. Técnicos precisavam solicitar a sua instalação com até uma semana de antecedência ao dia do jogo. Os microfones, pesadíssimos, invariavelmente pifavam durante as transmissões.²⁴ Imagine então, neste contexto, um narrador no meio da arquibancada. A torcida a cantar, a vaiar, a vibrar. Imagine esse locutor sem uma cadeira para sentar-se, sem uma equipe técnica. Era ali, de pé mesmo. Ele, a torcida, o jogo e o microfone na mão. Era no meio da arquibancada que o *speaker* atuava.

Também vale destacar que não havia vinhetas, efeitos sonoros, comentaristas e tampouco repórteres de campo. Um narrador, ou “*speaker*”, nos primórdios do rádio era, antes de tudo, uma voz solitária, mas forte e potente. A combinação entre palavras e ambiente sonoro foi levado a milhares de brasileiros, que aglomerados aos montes, puderam ouvir, em tempo real, pela primeira vez na história, a narração de uma Copa do Mundo. Isso aconteceu na França, em 1938.

A voz por trás do microfone era de Leonardo Gagliano Neto, um pernambucano nascido no Recife, em 24 de dezembro de 1911. Formado em Ciências Econômicas pela Faculdade de Contabilidade de Recife mudou-se para São Paulo em 1935, onde aos 24 anos iniciou sua carreira como radialista. Em março daquele mesmo ano narrou a primeira partida de futebol na Rádio Cruzeiro do Sul. O duelo foi justamente entre o Palestra Itália e o Botafogo-RJ, de acordo com o neto do radialista, Zilando Freitas, seus times do coração.²⁵

Três anos depois, já famoso na capital paulista pela sua voz possante e pausada,²⁶ viria a imortalizar-se na história da radiofonia brasileira definitivamente ao ser a voz que ligaria Brasil e França, sede da Copa do Mundo, em 1938. Gagliano Neto, titular do Departamento de Esportes da PRA-3, da Rádio Clube do Brasil, do

²⁴ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

²⁵ DUARTE. A história de Gagliano Neto, o primeiro “*speaker*” brasileiro em Copas do Mundo.

²⁶ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*.

Rio de Janeiro, foi o único sul-americano enviado para narrar o torneio na Europa. Era a primeira vez que o rádio esportivo brasileiro partia para a cobertura de um megaevento. Ribeiro²⁷ recorda que, além de Gagliano, foram enviados do Brasil para a França: Thomaz Mazzoni, de *A Gazeta*; Afrânio Vieira, do *A Noite*; e Everardo Lopes do *Jornal dos Sports*.

Muitas outras rádios e narradores poderiam ter tido o privilégio de ter ido àquela Copa. Ari Barroso, mineiro de Ubá, da Rádio Cruzeiro do Sul, já fazia sucesso como “homem da gaitinha” – ele tocava o instrumento como artefato sonoro na hora dos gols, uma revolução do precursor das vinhetas na rádio nacional.

O paulista Nicolau Tuma, por sua vez, já era amplamente conhecido no país, mas ele não iria à Copa por uma razão em especial. Embora no potente microfone da Rádio Cultura de São Paulo, Tuma se tornou mais um ouvinte daquele Mundial ao ver nascer os primórdios do monopólio da transmissão esportiva brasileira. Assim como já fazia nos campeonatos estaduais do Rio de Janeiro e de São Paulo, as Organizações Byington também compraram os direitos de reproduzir o Mundial de 1938 com exclusividade.

Por essa razão, apenas a sua cadeia de rádios poderia narrar a competição. Quatro emissoras estavam no grupo aptas a reproduzir a narração de Gagliano Neto: Cosmos e Cruzeiro do Sul, de São Paulo; a Clube do Brasil e Cruzeiro do Sul, do Rio de Janeiro; “além da Rádio Clube de Santos, em colaboração com os jornais *O Globo* e *Jornal dos Sports*, em patrocínio exclusivo do Cassino Urca”.²⁸

O historiador André Ribeiro²⁹ conta que, para obter a exclusividade do torneio, a Rádio Clube do Brasil pagou 100 contos, dinheiro que Gagliano Neto apostava: voltaria pelo menos triplicado aos cofres da empresa, tamanha era a expectativa de aumento da audiência. O radialista acertou precisamente, tanto que à frente seria promovido ao cargo de diretor geral da Rádio Clube do Brasil.³⁰

Gagliano, um pernambucano que fazia enorme sucesso no rádio do Rio de Janeiro, não fazia ideia do tamanho da repercussão de suas transmissões. Com seu estilo sóbrio, sem floreios, era capaz de

²⁷ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

²⁸ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 99.

²⁹ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

³⁰ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*.

improvisar por horas a fio. As praças das principais cidades do país lotaram para acompanhar suas transmissões diretamente da França, por meio de alto-falantes. O Brasil parou.³¹

Gagliano Neto viajou por 18 dias na segunda classe do navio Arlanza – o mesmo que levou o restante da delegação brasileira à França. Fez paradas na Bahia e no Recife, onde foram realizados dois treinos de campo para os atletas. O som das transmissões chegava com muitos chiados e interferências.³² O mesmo valia para o público, que sofria com a precariedade dos receptores a válvula, chamados de “capelinha”.

Nada que impedisse centenas (ou alguns milhares) de pessoas, incrédulas e fascinadas, a vibrar com os sons vindos do outro lado do oceano. Os que não tinham rádio em casa, artigo de luxo na época, aglomeravam-se no Largo do Paissandu, em São Paulo, ou diante da Galeria Cruzeiro, no Rio de Janeiro. Em geral, foi assim que a torcida brasileira ouviu Gagliano Neto narrar os 11 gols da vitória do Brasil sobre a Polônia por 6 a 5, em 5 de junho de 1938.

Do outro lado do oceano, Gagliano Neto “usava as linhas de transmissão de comunicação do exército da França para fazer a transmissão aqui para o Brasil”.³³ Foi assim garantida a narração da vitória diante dos polacos na estreia (as seleções partiam das oitavas de final).

Em seguida, o Brasil enfrentou nas quartas de final a Tchecoslováquia, então seleção vice-campeã mundial. No primeiro jogo, empate (1 a 1). No jogo seguinte, o de desempate, mais um jogo disputadíssimo. Mais cenas de violência, com jogadas ríspidas e atletas feridos. A ponto de Nicolau Tuma lembrar o trocadilho que Gagliano Neto repetia a todo instante nas transmissões em função do violento futebol praticado pelos tchecoslovacos contra os brasileiros “checos los toros e não checos los vacos”.³⁴

Outro detalhe importante é que, naquela Copa, os jogadores ainda não usavam numeração nas camisas. Ou seja, cabia aos narradores apreenderem bem a

³¹ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*, p. 99.

³² ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*.

³³ UBERREICH (informação verbal). *A primeira Copa do Mundo transmitida no Brasil pelo rádio*.

³⁴ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*, p. 7.

fisionomia dos jogadores, pelos cabelos, bigodes, trejeitos, altura... Dar um jeito era essencial. Aos desconhecidos adversários, salienta Ortriwano,³⁵ “haja imaginação!”.

Sem o principal jogador, Leônidas da Silva, fora do jogo contra a Itália, na semifinal, o Brasil foi derrotado pela Itália por 2 a 1. Até hoje não se sabe exatamente as razões exatas da ausência do atacante naquele jogo. Ortriwano³⁶ cita um trecho de uma reportagem do Estado de S. Paulo, que reproduz “numa voz rouca, com altos e baixos”, aquela informação:

Prezados ouvintes brasileiros, Marselha parou hoje para ver o time do Brasil. Leônidas não joga. A escalação do selecionado brasileiro é a seguinte: Walter, Domingos e Machado; Zezé, Martim e Afonsinho; Lopes, Luizinho, Romeu, Perácio e Patesko”. Depois, Gagliano Neto relaciona a seleção adversária. Ainda segundo o Estado, “mil homens, mil chapéus, na assistência da Praça Patriarca. Outros pontos de aglomeração para ouvir o jogo: Praça Antonio Prado, Líbero Badaró, Praça da Sé, Largo da Misericórdia.³⁷

O Brasil garantiu o terceiro lugar da Copa, ao vencer a Suécia, de virada, por 4 a 2. Leônidas, com oito gols, foi o artilheiro da Copa. Em um domingo, 19 de junho, Gagliano transmitiu, diretamente do Estádio Colombes, em Paris, a final da Copa do Mundo. Vitória italiana sobre a Hungria 4 a 2, com a Azzurra bicampeã.

A CONSTRUÇÃO DA FIGURA DE GAGLIANO NETO NA DÉCADA DE 1930

Gagliano Neto foi, indiscutivelmente, um pioneiro. O título de primeiro a narrar um Mundial para uma nação que, adiante, tornar-se-ia “o país do futebol”, não está em questão na historiografia deste “speaker”. Por outro lado, o narrador foi retratado ao longo dos anos como uma figura contraditória. Amada, idolatrada, “o melhor”; questionada, odiada, “persona non grata”. É, seguramente, esta dualidade na constituição da figura de Gagliano a principal contribuição deste artigo.

Para chegar ao material que apresentaremos a seguir, optamos pela pesquisa na Hemeroteca Digital Nacional, portal de periódicos nacionais que permite ampla consulta (e gratuita) a jornais, revistas, anuários, boletins e publicações seriadas. Foi apenas neste ambiente que, através da palavra-chave

³⁵ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*, p. 3.

³⁶ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*, p. 5.

³⁷ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*, p. 5.

“Gagliano Neto”, conseguimos encontrar registros sobre o “speaker”. Conforme já mencionado, também visitamos o Portal de Periódicos da Capes e a BBDT, porém sem encontrar nada nestes acervos, a partir de buscas pelo nome radialista, objetivo do nosso estudo.

Na Hemeroteca Nacional, optamos por restringir a nossa pesquisa à década de 1930 por duas razões mais fortes: primeiro, pelas limitações espaciais deste artigo; e, em seguida, por entender que foi este o período que lançou maior luz à carreira de Gagliano Neto, justamente pelo fato de ter sido ele o primeiro narrador brasileiro em Copas do Mundo. Há também uma terceira razão, menor, que é dar margem para que novos trabalhos acerca deste comunicador surjam adiante. Afinal, observamos que nas décadas posteriores há ainda milhares (sim, muito mais do que mil) de menções ao termo “Gagliano Neto”.

Dito isto, encontramos entre os anos de 1930 e 1939 um total de 50 registros que remetiam a Gagliano Neto, seja para anunciá-lo em transmissões esportivas, seja para analisar o trabalho do “speaker” na Copa de 1938, ou mesmo com entrevistas com o narrador, tratado por vezes como uma espécie de celebridade por determinados veículos de comunicação da época.

O material encontrado, primeiramente, foi submetido à “leitura flutuante”, fase da análise de conteúdo³⁸ em que surgem as primeiras impressões. Em seguida, foram selecionadas as unidades de análise.

O jornal que mais menções a Gagliano Neto ofereceu no período em análise foi o *Correio Paulistano*, primeiro jornal diário publicado em São Paulo e o terceiro do Brasil (desde 1854). Ao todo, foram 14 ocorrências sobre Gagliano Neto. Podemos dividir essas referências em três blocos (a divisão qualitativa serve igualmente para os demais jornais): 1. Publicitário, com anúncios de jogos que seriam narrados por Gagliano Neto e seu “screte”; 2. Entrevista com Gagliano Neto; 3. Notícias em que o nome do narrador é mencionado para dar destaque a forma de narração de determinado lance; o impacto da transmissão para a sociedade; ou informações sobre a ida e vinda do narrador para/da França).

³⁸ BARDIN. *Análise de conteúdo*.

Em termos quantitativos, a publicidade se fez presente em duas oportunidades, enquanto Gagliano Neto foi entrevistado uma vez e, por fim, as notícias com menções ao narrador apareceram por 11 vezes. A maioria dessas notícias dão contornos mais concretos ao poder comunicacional e à potência do rádio numa época sem televisão e ainda inimaginável internet. Numa das notícias, lê-se, por exemplo, que o presidente Getúlio Vargas parou ao lado da família para ouvir a narração de Gagliano em notícia veiculada em 7 de junho de 1938 – vale ressaltar que optamos por manter as grafias originais dos textos que serão citados.

Todas as atenções estavam voltadas para o encontro internacional de futebol que se feriu á tarde entre os conjuntos do Brasil e da Polonia. Excepcionalmente, como talvez nunca tenha acontecido, o interesse aqui na capital da Republica, foi geral. O Departamento nacional de Propaganda collocou varios alto-falantes em diversos pontos da cidade. [...] O telegraphista Dario Balledau, chefe da estação postal telegraphica de Campos, cahiu fulminado por uma syncope cardiaca ao ouvir, depois de tantas peripecias, o “speaker” Gagliano Neto, anunciar a victoria do Brasil, nas canchas de Strasburgo. Os jornaes da tarde publicam, com todo o destaque, photographias tiradas no Palacio da Guanabara do presidente Getulio Vargas, senhora e filha, assistindo pelo radio ao desenrolar da peleja.³⁹

Em 9 de agosto de 1938, o *Correio Paulistano*⁴⁰ traz uma entrevista na chegada de Gagliano Neto ao Recife, de regresso da França, a bordo do mesmo navio que o levara, o Arlanza. Ao aportar na capital pernambucana, o radialista demonstrou a sua face de comentarista. E teceu duras críticas à (falta de) disciplina dos jogadores brasileiros na Copa. “Os jogadores europeus cumprem religiosamente, sob pena de severas sanções, as instruções técnicas dos respectivos treinadores, o que desgraçadamente não se verificou com os nossos quadros, onde cada jogador age por conta própria”.⁴¹

A mesma queixa de Gagliano por “falta de disciplina” foi veiculada, dois dias antes, em 7 de agosto, pelo tradicional *Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro, na seção Telegramas do interior, que na ocasião reportou *Notícias de Pernambuco*.⁴² Na passagem, uma nota traz que Gagliano, de passagem pela capital, entrevistado pela

³⁹ CORREIO PAULISTANO: Declarações do Sr. Castello Branco, p. 9.

⁴⁰ CORREIO PAULISTANO: E'cos da disputa do campeonato mundial de futebol.

⁴¹ CORREIO PAULISTANO: E'cos da disputa do campeonato mundial de futebol, p. 9.

⁴² JORNAL DO BRASIL: Notícias de Pernambuco, p. 6.

imprensa, citou vários casos e pontos a evoluir com a Seleção Brasileira. Após a parada no Recife, a viagem seguiria para o Rio de Janeiro, no dia 12, desta vez no navio Highland Patria.

O segundo jornal com mais notícias envolvendo Gagliano Neto é justamente o *Jornal do Brasil*. O periódico acompanha desde a expectativa para uma transmissão de rádio na Copa até o retorno da delegação brasileira. Sobre a ida, é interessante a nota de 19 de maio de 1938 que atesta treinos diários dos jogadores sob o comando do técnico Ademar Pimenta dentro do navio. Em outra passagem o jornal informa que Gagliano Neto passou mal na saída do Recife, mas logo ficou “inteiramente restabelecido” na viagem.⁴³

Ao todo, o *Jornal do Brasil* traz 11 menções ao narrador ao longo da década, que vão de fevereiro de 1937 a dezembro de 1938, ano do Mundial. No dia 9 de junho de 1938, por exemplo, pode-se ler o anúncio da exibição de uma “reportagem cinematográfica” do jogo entre Brasil e Polônia (ocorrido em 5 de junho) para acontecer no cinema Broadway, na então capital federal. “E os cariocas poderão ver, assistindo esse filme, aqueles mesmos lances que os fizeram vibrar de emoção através da descrição perfeita de Gagliano Neto, o formidável speaker do Radio Clube do Brasil”.⁴⁴

Numa outra matéria, adiante, no dia 14 de junho, o jornal informa que os últimos lances do jogo não puderam ser filmados pela falta de luz e pela chuva torrencial em Strasburgo. A narração dos lances no cinema, entretanto, não foram as originais de Gagliano Neto no rádio, mas, sim, de Ari Barroso, o vitorioso “speaker” da “Sports na batata”, conforme relatado pelo jornal.

Em 19 de junho, a coluna Boladas e Balões, assinada pelo jornalista Paulo Gustavo cita uma revolta de Gagliano Neto com a arbitragem, sem, no entanto, deixar claro sobre que jogo se referia, embora, por dedução, entendemos que tenha relação com a derrota para a Itália, na semifinal, jogo que aconteceu no anterior dia 16.

Não há como, agora, após tantos jogos rudes e seguidos dos nossos, desconhecer que os juízes europeus tudo fazem, lícita ou ilícitamente, para que a copa do campeonato mundial não saia da Europa. Deve ser, realmente, difícil, diante de flagrantes injustiças, conservar a calma e a

⁴³ JORNAL DO BRASIL: Campeonato Mundial de Football.

⁴⁴ JORNAL DO BRASIL: A guerra e o football, p. 13.

elegância que caracterizam o espírito esportivo. E chegamos a compreender porque Gagliano Neto tem tanta vontade de quebrar a cara daquela gente toda.⁴⁵

Foi no *Jornal do Brasil* também que identificamos as primeiras polêmicas envolvendo o nome de Gagliano Neto. Em 16 de dezembro de 1938, o periódico publica uma “nota oficial”, na íntegra, do Vasco da Gama. O clube carioca faz extensa contextualização para ao final apontar um veto à presença de Gagliano Neto no clube. Vale destacar que, no dia seguinte, o *Correio Paulistano* também traz nota similar de protesto.

Lamentamos que o Rádio Clube do Brasil, o pioneiro do rádio no Brasil, e que tem sempre sido distinguido com a nossa simpatia e apreço, esteja por mero acaso sendo joguete de espíritos partidários que, sem a devida compostura, insultam uma organização como o Clube de Regatas Vasco da Gama [...] procurando destruir a amizade entre o nosso clube e a emissora. [...] Desta forma comunicamos a V. Exa. que como sempre, o Vasco terá muito prazer em acolher o Rádio Clube do Brasil, fazendo-vos ciente entretanto que o Sr. Gagliano Neto não é persona grata ao nosso clube.⁴⁶

O jornal *O Dia*, do Paraná, foi o terceiro com mais registros sobre Gagliano Neto na época. E aquele que trouxe elogios, sim, mas também severas críticas. Antes do Mundial, em 4 de maio de 1938, o jornal noticia a transmissão da Copa “para todos os brasileiros”, destacando a façanha da Rádio Clube do Brasil, em combinação com *O Globo* e o *Jornal dos Esportes*.⁴⁷ Primeiramente, o empolgado anúncio da transmissão com elogios ao “speaker”.

Funcionará como “speaker”, em todas as transmissões, Gagliano Neto. Eis aí um nome que se impôs, de modo definitivo, na preferência do nosso público esportivo, graças a uma série de serviços de alta sensação. Só a reportagem feita por Gagliano Neto no campeonato sul-americano bastaria para consagrar e popularizar um “speaker”. Aliás, ele possui todas as qualidades que marcam os expoentes de sua profissão: dicção absolutamente nítida, inflexões justas, sendo o repórter na seleção dos aspectos mais palpitantes de cada fato, probidade e abundância nas informações, e uma excepcional qualidade descritiva. Durante as

⁴⁵ JORNAL DO BRASIL: Boladas e Balões, p. 2.

⁴⁶ JORNAL DO BRASIL: D C. R. Vasco da Gama: Nota oficial, p. 13.

⁴⁷ Os dois jornais que participaram da cobertura não trazem registros a Gagliano Neto a partir da nossa pesquisa na Hemeroteca Digital Nacional realizada a partir do nome do radialista como palavra-chave.

irradiações do campeonato, terá, como se pode prever, um público jamais conseguido por qualquer outro “speaker” brasileiro.⁴⁸

No dia 9 de julho de 1938, *O Dia* teve acesso a trechos de uma carta enviada pelo meio-campista Tim, “à sua progenitora”, fato que teria decorrido ainda durante a Copa. No seu texto, o atleta do Fluminense e da Seleção fazia duras críticas ao técnico da Seleção no Mundial, Ademar Pimenta, e ao radialista Gagliano Neto. O conteúdo, exclusivo na época, repercutiria ainda por muitos dias adiante.

Soube aqui que o Gagliano Neto, na sua irradiação do jogo contra os checos fez as piores referências ao meu jogo, dizendo que eu era o pior elemento do ataque e que estava prejudicando o jogo dos companheiros. Entretanto, as coisas foram justamente ao contrário. Eu nunca fiz uma partida como aquela, e para provar já mandei para o Fernando alguns recortes de jornais franceses que ele traduzirá para a senhora [...]. Esse ordinário do Gagliano procurou me desmoralizar.⁴⁹

No dia 16 de julho, é a vez do próprio jornal *O Dia* trazer uma matéria em que faz contundentes críticas, a começar pelo trocadilho com o nome do locutor a quem chama de “Italiano Neto”. O título da matéria, não assinada, é o seguinte: “Gagliano Neto o ‘speaker’ sem noção de responsabilidade”. O texto endossa as críticas do meia Tim, realizadas dias antes, ao narrador. Além disso, ao final, a matéria traz uma acusação de que Gagliano teria comemorado a derrota do Brasil frente à Itália, na semifinal do Mundial.

É grande o número de acusações feitas pelos nossos “scratchmen” contra o “conhecido” locutor da Radio Clube do Brasil, Gagliano Neto. [...] Contra a atuação do “speaker” “Italiano Neto”, conforme dizer dos jornais cariocas, são inúmeras as queixas de jogadores. [...] Na transmissão dada por Gagliano Neto aos ouvintes do Brasil, Tim foi o pior elemento em campo. No entanto, “el Peon” foi o 1º homem em campo. As declarações do meia esquerda do Fluminense não foram exageradas, porquanto todos nós ficamos perplexos quando assistimos o filme. Foi verdadeiramente espetacular a atuação de Tim. [...] Agora ficam provadas as qualidades do “speaker esportivo” n. 1 do Brasil, que por ocasião do ultimo Sul-Americano, na Argentina, com suas insolências, quase criou um caso entre nosso país e a república irmã. [...] Agora, novamente o locutor da P. R. A. 3 cometeu “gafes” tremendas omitindo fatos verdadeiros e inventando falsidades. Os jogadores chegam a acusá-lo de “torcer” contra o Brasil fato bastante grave. Domingos, falando aos jornalistas guanabarinóis disse que após o Brasil

⁴⁸ O DIA: Será irradiado o campeonato mundial para todos os brasileiros, p. 6.

⁴⁹ O DIA: Pimenta fortemente acusado por Tim, p. 8.

ser derrotado pela Itália, passeando por uma movimentada rua de Marselha encontrou Gagliano Neto sentado num bar, bebendo cerveja à saúde de nossos vencedores. É de se “parar” com o “seu” “Italiano Neto”. Agora já o conhecemos de sobra.⁵⁰

É interessante notar que um acervo de memória constituído a partir de jornais e revistas, construído com a preocupação de contemplar múltiplos olhares, pode propiciar uma pluralidade de visões acerca de personagens históricos. Com Gagliano Neto não foi diferente. Ao longo da nossa pesquisa, pudemos observar que as críticas ao trabalho do “speaker” foram exceções – que decorreram especificamente nestes dois casos trazidos no universo de 50 ocorrências.

Também é pertinente destacar também que, apesar de o nosso recorte de pesquisa abarcar a década em que Getúlio Vargas decretou o Estado Novo (em 1937), com uma nova Constituição imposta no país, não encontramos relatos que remetem a qualquer ligação entre a Gagliano Neto e o presidente da República no período – embora seja público que Vargas, assim como outros históricos ditadores, também se valeu do futebol para melhorar a sua imagem.⁵¹

Sobre Gagliano, na década de 1930, podemos observar que a maioria das notícias sobre o narrador trazia elogios, mediante entrevistas, opiniões sobre profissional do rádio, e artigos com curiosidades. Do Rio de Janeiro, O Jornal das Moças: Revista Semanal Ilustrada,⁵² por exemplo, informou em 3 de agosto de 1939 que Gagliano Neto era também o diretor de publicidade da PRA-3. Em 28 de outubro daquele mesmo ano, a coluna “Radioatividades” assinada por Paulo Roberto trazia os times de cada jornalista. Lá, corroborando com Duarte,⁵³ informava que Gagliano era “completamente Botafogo (sócio e torcida)”.

A *Gazeta*, de Santa Catarina, em 2 de fevereiro de 1937, trazia num título de matéria: “Gagliano Neto, o maior ‘speaker’ desportivo do Brasil!”. No texto exaltava o papel do narrador na Copa Sul-Americana, cuja 14ª edição foi realizada entre 27 de dezembro de 1936 e 1º de fevereiro de 1937, na Argentina.⁵⁴

⁵⁰ O DIA: Gagliano Neto o “speaker” sem noção de responsabilidade, p. 6.

⁵¹ RIBEIRO. *Os donos do espetáculo*.

⁵² JORNAL DAS MOÇAS: Radioatividades.

⁵³ A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo.

⁵⁴ Argentina e Brasil acabaram empatados houve a necessidade de um jogo desempate. A Seleção Argentina foi a campeã.

Com o risco de sua própria integridade física, agredido com palavras e gestos de uma assistência mal educada e desumana, ainda assim, Gagliano Neto, não arredou o pé de seu posto, que se tornou, como ele muito bem disse, um posto de sacrifício, procurando inteirar aos seus patrícios que o ouviam, de todos os detalhes e oscilações por que passou a final do Campeonato Sul-Americano de Foot-ball. Gagliano Neto não foi somente um “speaker”. Foi, antes, um verdadeiro patriota, não encobrindo o gesto indigno e, sobre todos os títulos, ingrato que os filhos da Argentina tiveram para conosco.⁵⁵

Dois dias depois, em 4 de fevereiro de 1937, o mesmo jornal informava que vários gaúchos estavam empenhados em presentear a Gagliano com uma medalha de ouro pelos relevantes serviços prestados na Argentina. Abaixo, organizamos numa tabela os periódicos, entre jornais e revistas, que trouxeram informações sobre Gagliano Neto na década de 1930, com o respectivo quantitativo de menções.

Periódicos	Ocorrências
Correio Paulistano (SP)	14
Jornal do Brasil (RJ)	11
O Dia (PR)	7
Jornal das Moças – Revista Semanal Ilustrada (RJ)	3
A Gazeta (SC)	3
Diário de Notícias (RJ)	2
Beira-Mar (RJ)	1
Diário Carioca (RJ)	1
Gazeta de Notícias (RJ)	1
Guanabara Fluminense (RJ)	1
O Imparcial (RJ)	1
Jornal do Commercio (RJ)	1
A Federação: Orgam do Partido Republicano (RS)	1
A Ordem (RN)	1
Carioca (RJ)	1
O Radical (RJ)	1

Tabela 1: Jornais e revistas que noticiaram “Gagliano Neto” na década de 1930.
Fonte: autores (2024).

⁵⁵ A GAZETA: Gagliano Neto, o maior “speaker” desportivo do Brasil!, p. 2.

GAGLIANO NETO, OS RUMOS PÓS-MUNDIAL

De acordo com Ortriwano,⁵⁶ como prêmio por sua corajosa iniciativa, após a Copa, Gagliano Neto foi promovido ao cargo de diretor geral da Rádio Clube do Brasil.

Partindo do princípio de que rádio é sonhar, tentou voos mais altos reunindo na emissora dos Irmãos Byington a nata do rádio brasileiro. Como dirigente, suas iniciativas de formar um cast fabuloso foram malogradas. A orgia de contratar os maiores astros e estrelas por somas astronômicas, durou pouco. Nessa aventura, o próprio Gagliano dançou e foi para a Rádio Nacional, também do Rio de Janeiro.⁵⁷

Duarte⁵⁸ afirma que, após a Copa, Gagliano passaria pelas rádios Mayrink Veiga (1939- 1941) e Nacional (1941-1943). Em 1944, foi contratado por Roberto Marinho para comandar a implantação da Rádio Globo, onde esteve até fundar a sua rádio própria, a Continental, em 1949. Permaneceu no Rio de Janeiro até 1961, quando foi contratado para trabalhar nas Organizações Victor Costa e na TV Globo em São Paulo.

Em entrevista ao jornalista Marcelo Duarte,⁵⁹ o artista Zilando Freitas, neto de Gagliano e responsável por um acervo do radialista, afirma que o avô teria ainda trazido outras contribuições para a transmissão esportiva, “como o grito de gol, gol, gol”, a criação de apelidos e a tradução de termos futebolísticos para o português. “Foi meu avô quem chamou o Leônidas de ‘Diamante Negro’ e de ‘Homem de borracha’ pela primeira vez, assim como foi ele que transformou ‘corner’ em escanteio, ‘foul’ em falta, entre outras palavras que só existiam em inglês”.⁶⁰

Ao fim da Copa, Gagliano viajou durante quatro meses pela Europa, “período que aproveitou para observar como funcionavam as emissoras de rádio do Velho Mundo”.⁶¹ Em sua volta ao Brasil, concluiu que os europeus possuíam mais infraestrutura, mas que não chegavam aos pés dos locutores brasileiros no quesito emoção.

⁵⁶ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*.

⁵⁷ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*, p. 3.

⁵⁸ DUARTE. A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo.

⁵⁹ DUARTE. A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo.

⁶⁰ DUARTE. A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo.

⁶¹ DUARTE. A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo.

O pesquisador Thiago Uberreich⁶² explica que não existe registro sonoro dessa primeira transmissão de Copas do Mundo para o Brasil. “Infelizmente, não existe áudio disso (da transmissão). Eu já pesquisei o máximo que eu pude, mas, pelo que eu entendi, não havia formas de gravar essa transmissão, mas, foi uma narração importante”.⁶³

Esta pesquisa também realizou uma tentativa junto a Rádio Clube, no Recife, a fim de saber sobre o registro histórico da época. Mas, de acordo com o coordenador de jornalismo da rádio, André Luiz Cabral, um incêndio em 1977, no Palácio do Rádio, no Recife, levou todo o acervo da Rádio Clube, que não possui mais registros do período.

A carreira de Gagliano ainda incluiu a fundação de rádio:

Em 1949, fundou a Rádio Continental e, no mesmo ano, foi mais uma vez pioneiro, ao organizar a primeira transmissão externa do Carnaval carioca. Em 1954, voltou à Rádio Continental, participando da reformulação da emissora e da conseqüente transformação dela em Rádio Mundial. Ao mesmo tempo, atuou como diretor do jornal O Campeão. Permaneceu no Rio de Janeiro até 1961, quando foi contratado para trabalhar nas Organizações Victor Costa e na TV Globo em São Paulo. Nesta época, fazia também a narração de corridas de cavalo no Jockey Club de São Paulo, esporte pelo qual era apaixonado.⁶⁴

A carreira de Gagliano na locução esportiva chegou ao fim em 1967. Ainda trabalhou no meio publicitário e foi diretor de Relações Públicas e Publicidade do Hotel Horsa Nacional em São Paulo, onde trabalharia até o seu falecimento, em 5 de março de 1974, vítima de um ataque cardíaco, aos 62 anos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pouco conhecido do grande público brasileiro, sequer do povo pernambucano, tão orgulhoso pelos seus ícones pioneiros mundo afora, Gagliano Neto deixou um legado que até hoje alimenta a paixão pelo futebol dos profissionais brasileiros do rádio e do jornalismo esportivo.

⁶² UBERREICH. *A primeira Copa do Mundo transmitida no Brasil pelo rádio.*

⁶³ UBERREICH. *A primeira Copa do Mundo transmitida no Brasil pelo rádio.*

⁶⁴ DUARTE. A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo.

A presença do rádio brasileiro na Copa de 1938 foi viabilizada também devido ao trabalho de Gagliano Neto, cuja história pessoal se confunde com a história do rádio brasileiro. Afinal, foi pela voz de Gagliano que o Brasil inteiro pôde acompanhar todas as emoções que uma Copa do Mundo oferece, com a riqueza de detalhes que só as imagens mentais podem fornecer.⁶⁵

A nossa pesquisa pôde acrescentar nesta trajetória do primeiro “speaker” brasileiro a narrar uma Copa do Mundo que a figura de Gagliano não se restringia apenas à função de reportar acontecimentos. Mais do que isso, à época, o narrador era também repórter e comentarista, além de figura que também aparecia para além da sua função basilar – ser radialista.

A partir do resgate junto aos 16 jornais e as 50 ocorrências encontradas sobre o radialista observamos que a trajetória de Gagliano Neto foi destacada pela sua atuação como narrador, mas também como personalidade do rádio com influência no futebol brasileiro. Não em vão, ele é entrevistado no regresso à França por diferentes periódicos e os seus comentários durante o Mundial reverberam em múltiplas notícias que o levam a ser julgado pelo público, por atletas e pelos pares. É neste recorte que trazemos também a face avessa aos costumeiros elogios históricos que contornam a maior parte das referências ao narrador.

As interfaces entre Comunicação, esportes e as Ciências Sociais foram extensamente exploradas ao longo do século XX, sobretudo a partir dos anos 1980. Porém, conforme destacam Kischinhevsky e Lopez, “o rádio esportivo suscitou esparsos estudos compreensivos [...], outros tantos de caráter histórico [...] e, ainda mais raramente, voltados para formação profissional”.⁶⁶

Por essa razão, entendemos que este artigo, cujo objetivo é resgatar a história de Gagliano Neto, com enfoque maior na década de 1930, é também uma contribuição aos estudos do rádio esportivo brasileiro. Este trabalho também visou a trazer luz à pouca valorização histórica acerca dos radialistas esportivos brasileiros, a fim de que se não permita que o legado de tantos profissionais que abriram – e abrem – caminhos no rádio esportivo brasileiro seja apagado.

⁶⁵ ORTRIWANO. *França 1938, III Copa do Mundo*, p. 10.

⁶⁶ KISCHINHEVSKY; LOPEZ. A dimensão sonora nos estudos de comunicação e esporte, p. 4.

Além disso, reforçamos que esta pesquisa sugere a abertura de novos caminhos para pesquisas sobre a figura de Gagliano Neto, com exploração possível nas décadas 1940, 1950, 1960 e 1970. Esse período pode trazer à luz novos olhares e colaborar para que a lacuna acerca da historicização do referido narrador, pouco explorado na bibliografia comunicacional, possa ser, passo a passo, superada.

* * *

REFERÊNCIAS

- A GUERRA E O FOOTBALL. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro: ed.133, jun., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/lxZmu>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- ALMEIDA, W.; ARAÚJO, D.; RUBIO, Revisitando transmissões radiofônicas pioneiras de Jogos Olímpicos no Brasil. **Radiofonias** – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 14, n. 1, p. 76-104, 2023.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BOLADAS E BALÕES. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro: ed. 142, jun., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/furMX>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo. O cor-de-rosa: ascensão, hegemonia e queda do *Jornal dos Sports* entre 1930 e 1980. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO, Victor Andrade de. (Orgs.). **O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.
- C. R. VASCO DA GAMA – NOTA OFICIAL. **Jornal do Brasil**. Disponível em: <https://abrir.link/avVoE>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- Campeonato Mundial de Football. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro: ed.115., maio, 1938. Disponível em: <https://abrir.link/bqPEv>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- Declarações do Sr. Castello Branco. **Correio Paulistano**. São Paulo: ed.25226, jun., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/Rozsy>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- E'cos da disputa do campeonato mundial de futebol. **Correio Paulistano**. São Paulo: ed.25281, ago., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/DfgOA>. Acesso em: 15 jul. 2023.
- DUARTE, M. A história de Gagliano Neto, o primeiro “speaker” brasileiro em Copas do Mundo. **O Guia dos Curiosos**. São Paulo, 2014. Disponível em: Acesso em: 23 mar. 2023.
- GAGLIANO NETO, O MAIOR “SPEACKER” DESPORTIVO DO BRASIL! **A Gazeta**. Florianópolis: ed. 693, fev., 1937. Disponível em: <https://abrir.link/zGXXz>. Acesso em: 15 jul. 2023.

Gagliano Neto o “speaker” sem noção de responsabilidade. **O Dia**. Curitiba: ed. 4590, jul., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/HQvRO>. Acesso em: 15 jul. 2023.

GASTALDO, E. Futebol e estudos de comunicação no Brasil: caminhos e encruzilhadas de um campo indisciplinar. In: GIGLIO, Sérgio; PRONI, Marcelo. **O futebol nas ciências humanas no Brasil**. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.

KISCHINHEVSKY, M.; LOPEZ, D. A dimensão sonora nos estudos de comunicação e esporte. **Radiofonias** – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 14, n. 1, p. 2-7, 2023.

MELO, V. A. **Cidade Sportiva**: primórdios do esporte no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Relume Damará/Faperj, 2001.

MELO, V. A. Causa e consequência: esporte e imprensa no Rio de Janeiro do século XIX. In: BUARQUE DE HOLLANDA, Bernardo Borges; MELO, Victor Andrade de (Orgs.). **O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.

NOTÍCIAS DE PERNAMBUCO. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro: ed.183, ago., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/czYHa>. Acesso em: 15 jul. 2023.

ORTRIWANO, G. **França 1938, III Copa do Mundo**: o rádio brasileiro estava lá. São Paulo: BOCC, 2000.

PIMENTA FORTEMENTE ACUSADO POR TIM. **O Dia**. Curitiba: ed. 4584, jul., 1938. Disponível em: <https://abrir.link/JBqkb>.

RADIOATIVIDADES. **Jornal das Moças**. Rio de Janeiro: ed.1259, ago., 1939. Disponível em: <https://abrir.link/heQYs>. Acesso em: 15 jul. 2023.

RIBEIRO, A. **Os donos do espetáculo**: histórias da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

RIBEIRO, J. H. **Jornalistas – 1937/1997**. São Paulo: Imprensa oficial do Estado de São Paulo, 1998.

Será irradiado o campeonato mundial para todos os brasileiros. **O Dia**. Curitiba: ed. 4529, maio, 1938. Disponível em: <https://abrir.link/VyGiL>. Acesso em: 15 jul. 2023.

UBERREICH, T. **A primeira Copa do Mundo transmitida no Brasil pelo rádio**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4VP3vjyilog>. Acesso em: 22 mar. 2023.

* * *

Recebido em: 27 jul. 2023.
Aprovado em: 31 jan. 2024.

Um importante campo suburbano: o estádio do Riachuelo F. C. (1906-1909)

An important suburban field: the Riachuelo F. C stadium (1906-1909)

Glauco José Costa Souza

Instituto Federal de Rondônia, Jaru/RO, Brasil
Doutorado em História Social, UFF
glauco.josecosta@hotmail.com

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo analisar a constituição de um espaço futebolístico nos subúrbios do Rio de Janeiro, mais especificamente na região do Riachuelo, na primeira metade do século XX, período em que o clube homônimo ao bairro participou de campeonatos de futebol importantes e providenciou a construção de seu campo. Para tanto, realizaremos nossa análise sobre alguns periódicos da época que davam espaços em suas páginas para os esportes suburbanos, tendo em comum também o fato de serem jornais de grande projeção e/ou abordarem especificamente as regiões que ladeavam o centro do Rio de Janeiro. Desse modo, esperamos contribuir com a ampliação dos estudos sobre as práticas esportivas para além dos grandes centros urbanos.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol; Subúrbios; Rio de Janeiro.

ABSTRACT: This article aims to analyze the formation of a football space in the suburbs of Rio de Janeiro, more specifically in the Riachuelo region, in the first half of the 20th century, a period in which the neighborhood's homonymous club participated in important football championships and provided building your field. To do so, we will carry out our analysis on some periodicals of the time that gave spaces in their pages to suburban sports, also having in common the fact that they were newspapers of great projection and/or specifically addressed the regions that bordered the center of Rio de Janeiro. In this way, we hope to contribute to the expansion of studies on sports practices beyond large urban centers.

KEYWORDS: Football; Suburbs; Rio de Janeiro.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento do futebol no Rio de Janeiro a partir do século XX foi permeado por disputas materiais e imateriais, as quais passaram desde discursos sobre quem poderia praticá-lo, até pela caracterização de instrumentos considerados essenciais para a execução de tal prática. Em meio a este cenário, tivemos a construção de campos de jogos, os quais foram aspectos destacados como necessários para as disputas de futebol. Possuir uma praça de esportes de qualidade era um elemento diferencial tanto pelo lado simbólico, como pelo lado prático do desenvolvimento futebolístico.

Nesse sentido, optamos no presente trabalho por abordar a construção do campo do Riachuelo A.C., em 1909, período em que o clube de mesmo nome se viu envolvido nas disputadas do Campeonato Carioca, de 1906, e da Liga Suburbana, em 1907. Ambas as competições, apesar da proximidade cronológica a respeito de sua criação e até da influência exercida pela primeira competição sobre a segunda, apresentavam características bastante distintas no que tange ao discurso e à prática do futebol, ainda que existam algumas semelhanças.

A opção por estabelecer um recorte temporal pequeno (1906 a 1909) se deve aos fatos que relacionam a participação do Riachuelo na primeira edição do que viria a ser o Campeonato Carioca, em 1906, na segunda divisão, sua saída problemática do torneio e adesão, no ano seguinte, à Liga Suburbana de Futebol e, surpreendentemente, seu abandono das competições futebolísticas contra outras equipes a fim de privilegiar os embates entre times formados por seus sócios. Foi nessa conjuntura que a instituição optou por construir uma praça de esportes própria.

Para tanto, faremos uso de notícias divulgadas em periódicos da época, como o *Correio da Manhã* e o *Gazeta de Notícias*, os quais, apesar da grande cobertura que faziam a respeito de notícias de vários assuntos no Rio de Janeiro e fora dele, também davam espaços para as informações esportivas. Embora seus focos não fossem os cotidianos suburbanos, havia notas que envolviam o dia a dia dos subúrbios cariocas, como fazia o *Jornal do Brasil*, outra fonte relevante em nosso recorte. Não obstante, a fim de preencher lacunas eventualmente deixadas pela imprensa mais centralizada no que ocorria em clubes como o Fluminense Football Club, recorreremos aos noticiários especificamente centrados nas regiões suburbanas, como

o *Progresso Suburbano* e o *Subúrbio*, de modo a ter mais dados para compreendermos a dinâmica de disputas envolvendo o Riachuelo, enquanto clube esportivo, bem como o bairro de igual denominação no qual estava situado e onde construiu seu campo de jogo, em 1909.

Dessa forma, acreditamos somar aos estudos esportivos sobre a História dos Esportes ao trazer aspectos que remetem ao elevado grau de organização das equipes suburbanas já na primeira década do século XX, bem como refletir acerca das formas de apropriação que estas instituições fizeram de aspectos muitas vezes relacionados apenas aos clubes instalados mais próximos à região centro-sul do Rio de Janeiro. Nosso objetivo é mostrar o quão complexas foram as dinâmicas do desenvolvimento futebolístico na Capital Federal, a fim de contribuir para a valorização de entidades e sujeitos muitas vezes colocados à margem ou apenas tendo destaques se relacionados com os agentes tradicionais da historiografia.

O FUTEBOL NOS SUBÚRBIOS CARIOCAS

O futebol chegou ao Rio de Janeiro na transição do século XIX para o XX como um dos diversos instrumentos modernos que foram importados da Europa e, inicialmente, havia sido direcionado para a parte da sociedade que se identificava com o continente europeu: homens brancos e letrados que podiam se dedicar aos esportes devido a sua paixão por tais atividades. Não obstante, ele rapidamente se tornou um objeto de disputa entre as classes sociais, já que foi apropriado por diversos indivíduos, diferente do que aconteceu com outras práticas esportivas.

Por ter características diversas de outros esportes da época, como o remo e o turfe, o futebol se inseriu mais facilmente nos hábitos das camadas médias e pobres, parcela considerável na composição socioeconômica da população que ocupava os subúrbios cariocas. Comparando o futebol com outras modalidades esportivas é possível perceber que “sua principal diferencial era a possibilidade cotidiana de sua prática. O futebol proporcionava ao torcedor a reprodução do jogo em qualquer espaço e momento”.¹

¹ COELHO. Futebol e produção cultural no Brasil: a construção de um espaço popular, 2006, p. 239.

Um dos motivos que nos ajudam a compreender a difusão do futebol nos subúrbios cariocas está ligado à questão econômica. Um estafeta ou um empregado do Jardim Botânico tinha condição de adquirir uma bola de futebol, já que se estima que este instrumento estivesse custando em torno de “cinco, seis mil réis cada uma”.² E, mesmo quando não fosse possível ter uma, dava-se para jogar “a tal porqueira com tudo quanto apanham que é redondo”,³ inclusive as frutas como laranjas ficavam sujeitas aos chutes de pés nervosos em praticar o esporte inglês – o que reforça o caráter substituível dos instrumentos necessários para jogar futebol. Enquanto o salário de um estafeta ou de um empregado do Jardim Botânico estava na casa dos 60 e 75 mil réis, respectivamente, a aquisição de uma bola, utensílio de média ou longa duração de uso, ocupava apenas uma única vez entre 6% e 8% do orçamento desses trabalhadores.⁴

Não obstante, a questão financeira não foi a única que permitiu ao futebol se inserir mais facilmente fora do grupo dos mais abastados. Ao longo do desenvolvimento de práticas esportivas que incidiu sobre a Capital Federal no início do século XX, não faltaram opções do gênero para quem estivesse disposto a praticá-las. O futebol, por sua vez, não exigia um local específico para ser jogado, ao contrário do remo, que precisava inegavelmente de espaços aquáticos. Dessa forma, não foram poucos os jogos que ocorreram nas ruas ou em terrenos baldios, como relatou Syneisio Passos ao *Gil Blas* sobre uma das impressões do seu cotidiano: “Em frente a minha casa há um pequeno espaço de terreno sem construção e mais ou menos plano, ao qual crianças deram o destino que tem hoje, nos perímetros urbanos, qualquer terreno assim baldio – é campo de foot-ball”.⁵ E assim chegou aos subúrbios do Rio de Janeiro, superando barreiras econômicas, sociais, geográficas e culturais, mas sem que isso possa ser associado a uma democratização no que tange a sua prática, pois tal situação seguiu sendo objeto de disputa entre os agentes sociais envolvidos.

O conceito do que vem a ser subúrbios é importante para nos ajudar a delimitar o objeto com o qual estamos trabalhando. Do ponto de vista geográfico, refe-

² *Jornal do Brasil*, 09/08/1905, p. 2.

³ *Jornal do Brasil*, 09/08/1905, p. 2.

⁴ SOUZA. “O football nós podemos jogar”: uma análise sobre o desenvolvimento do futebol fora dos clubes de elite do Rio de Janeiro, p. 54.

⁵ *Gil-Blas*, 02/09/1920, p. 11.

re-se às áreas que circundam as regiões centrais dos aglomerados urbanos, tendo origem etimológica na palavra inglesa *suburb*, que significa “sub-cidade”. Esta conceituação tem origem na expansão urbana internacional, em especial o processo que se desenvolveu na Europa Ocidental e nos Estados Unidos

Os subúrbios podem ser definidos como “a área do entorno metropolitano no qual a classe trabalhadora proletarizada foi se estabelecer”,⁶ o que lhe dá uma nova concepção de espaço em que “a população ali localizada carece de infraestrutura”,⁷ segundo Giancarlo Livman Fabretti (2013). Podemos considerar, dessa forma, uma contextualização do conceito de subúrbios para além do aspecto geofísico, haja vista ser ele um objeto que passa a ganhar sentidos variados pelas transformações que homens e mulheres fazem no território. Além disso, ele tem como característica na construção da sua palavra ser algo menor do que a cidade.

Assim, cria-se uma identidade, já na construção do próprio termo, na qual os subúrbios nascem em posição distanciada no que tange ao sentido em relação à cidade. Esta, por sua vez, pode ser compreendida como um complexo de modernidade e de desenvolvimento, características que não são vistas em que está abaixo dela. Na cidade há modernidade e desenvolvimento, nos subúrbios isso pode até acontecer, mas de forma pouco semelhante ao que acontece nas regiões centrais a fim de caracterizar as separações entre ambos. Para Mumford, a separação entre os subúrbios e a cidade só se concretizou no século XX, com a “propagação do ideal democrático valendo-se da multiplicação e da produção em massa”⁸ e produzindo uma “comunidade segregada, apartada da cidade não só pelo espaço, mas pela estratificação de classes”.⁹

A ideia de “segregação” produz uma concepção de separação de grupos pelos mais variados motivos, como questões étnicas, etárias ou culturais, mas Naciff e Kneib identificam como causa principal para isso a divisão social e a luta de classes. Para as autoras, esse “é um processo imposto pelo capitalismo que revela as

⁶ FABRETTI. *A metropolização vista do subúrbio: metamorfoses do trabalho e da propriedade privada na trajetória de São Caetano do Sul*, p. 9.

⁷ SOTO. *Subúrbio, periferia e vida cotidiana*, p. 110.

⁸ MUMFORD. *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas*, p. 525.

⁹ MUMFORD. *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas*, p. 533.

contradições econômicas e sociais da sociedade econômica”,¹⁰ podendo ser de dois tipos: voluntário ou involuntário.

Saboya (2009, p.1) aponta que a primeira “refere-se àquela em que o indivíduo ou uma classe de indivíduos busca, por iniciativa própria, localizar-se próximo a outras pessoas de sua classe”- como são os casos dos subúrbios norte-americanos e dos condomínios fechados [na atualidade]. Por outro lado, a segregação involuntária “é aquela em que as pessoas são segregadas contra a sua vontade, por falta de opção” – referência evidente às periferias brasileiras.¹¹

No Brasil, os subúrbios se formaram no final do século XIX de forma voluntária e, principalmente, involuntária, sobretudo no Rio de Janeiro. Fatores econômicos e políticos foram determinantes para isso. A região central do Rio de Janeiro passou na transição do século XIX para o XX por diversas reformas, de modo que o espaço físico se tornou mais valioso, mas, para isso, foi necessário deslocar pessoas, destruir moradias e promover uma verdadeira transformação no que era o Centro do Rio de Janeiro. À medida que o preço do terreno foi aumentando e o número dos cortiços diminuindo, muitos moradores não tiveram como se manter nas suas habitações, o que intensificou a ocupação dos morros do entorno e, principalmente, das regiões planas que ladeavam o espaço central carioca. Assim, áreas rurais do que hoje chamamos de Zona Norte, Zona Oeste e Baixada Fluminense se transformaram em um grande polo de atração para pessoas que não conseguiriam mais viver perto da Central do Brasil, mas que com ela precisavam ter contato por razões muitas vezes profissionais.

Segundo Benchimol, a base de referência para este processo fica evidente quando se percebe que o Barão de Haussmann “rasgou o centro de Paris, um conjunto monumental de largos e extensos bulevares em perspectiva, com fachadas uniformes de ambos os lados, reduzindo a pó os populosos quarteirões populares e o emaranhado de ruas estreitas e tortuosas”.¹² Estas foram as mesmas características que Francisco Pereira Passos, que conhecia e admirava a cidade parisiense, empreendeu em sua gestão como Prefeito do Distrito Federal.

¹⁰ NACIFF; KNEIB. Os subúrbios periferias nas metrópoles: um estudo sistêmico aplicado à Região Metropolitana de Goiânia, p. 5.

¹¹ NACIFF; KNEIB. Os subúrbios e periferias nas metrópoles, p. 6.

¹² BEMCHIMOL. *Pereira Passos: um Haussmann tropical*, p. 218.

Importante destacar que esta modernização apresentava sentidos diferenciados, de modo que “para os simpatizantes esta era a Regeneração, para os atingidos era o bota-abaixo”.¹³ A concepção a respeito da modernidade pode ser vista de forma plural, isto é, não existe uma única modernidade, mas sim várias modernidades. Isto é importante, pois demonstra a complexidade do espaço urbano do Rio de Janeiro na transição do século XIX para o XX, razão pela qual as ações de Pereira Passos não puderam apenas modernizar o espaço físico carioca, mas tiveram que tocar nas práticas sociais usando, na maior parte das vezes, o argumento de que tal processo se fazia necessário em razão dos melhoramentos que traria para a higiene e a circulação pública.

Para alcançar este objetivo, a construção da Avenida Central foi feita à custa da segregação de determinados frações sociais por meio da atuação estatal que se valeu de mecanismos econômicos e jurídicos de expropriação e valorização. A expropriação e a demolição de casas e estabelecimentos comerciais foram os meios que possibilitaram rasgar a cidade do Rio de Janeiro. Para muitos dos moradores o destino pós-Reforma foi ocupar os morros no entorno do centro ou as regiões suburbanas.

No que se refere a pequena burguesia comercial e industrial radicada nas áreas diretamente atingidas, tudo indica que uma grande parte foi pulverizada, restando-lhe, como alternativas, a transferência para os subúrbios ou áreas degradadas adjacentes ou a proletarização pura e simples. Entretanto, para uma parcela desses comerciantes e pequenos industriais, como Bhering ou a própria gráfica que editava a sofisticada revista *Renascença*, para aqueles enfim, que puderam permanecer no local transformado e valorizado pela ação do Estado, a abertura da avenida representou uma possibilidade de ascensão e enriquecimento (potencialização da escala de operações de acumulação para certos segmentos do capital comercial e Industrial).¹⁴

Em relação aos subúrbios do Rio de Janeiro, a construção de suas identidades ocorreu, entre outros caminhos, por meio de símbolos que reforçaram a existência de disputas na Capital Federal. A pesquisadora Elizabeth Dezouart Cardoso, por sua vez, analisa as noções pejorativas envolvendo as regiões suburbanas e considera que a maior parte desta concepção negativa veio dos veículos da imprensa de grande circulação no Rio de Janeiro, cujas sedes, em sua maioria, ficavam locali-

¹³ SILVA. Por que fazer uma Reforma Urbana: Juiz de Fora um caso peculiar, p. 5.

¹⁴ BEMCHIMOL. *Pereira Passos: um Haussmann tropical*, p. 230.

zadas nas áreas centrais da cidade, ao passo que “as publicações do Subúrbio criaram e veicularam representações tanto positivas quanto negativas sobre a área em foco, cada uma anulando a outra”.¹⁵

A imprensa, segundo Cardoso, foi determinante para a atribuição de características pejorativas para os subúrbios em um período no qual, curiosamente, bairros como Copacabana, Leblon e Ipanema, que, do ponto de vista geográfico, também poderiam ser considerados subúrbios por estarem no entorno do centro, receberam outras descrições. A pesquisadora, por sua vez, enfatiza que até a segunda década do século XX é prematuro caracterizar estes bairros como pertencentes à Zona Sul, como nos dias atuais, mas o mesmo não se aplica às áreas norte e oeste que já eram vistas como suburbanas. “Essas representações vieram inclusive a, além de ajudar a cimentar a valorização da Zona Sul e o processo de autoss segregação das camadas de renda superiores aí, criaram enorme preconceito relativamente ao Subúrbios, seus moradores e quase tudo de que lá viesse”.¹⁶

Por parte da imprensa suburbana, isto é, aquelas cujas sedes estavam localizadas nos subúrbios do Rio de Janeiro, a abordagem era variada no que tange ao destaque às características negativas e positivas, bem como dos motivos e formas para isso. Quando, por exemplo, se fazia necessário obter junto ao Estado melhorias em espaços públicos, podemos identificar uma ênfase maior nos aspectos negativos que fazem parte das realidades suburbanas, ao mesmo que o fundo do discurso traz em si o desejo de transformações semelhantes às encontradas em outras localidades da cidade. A edição do jornal *O Suburbio*, de 27 de julho de 1907, é dos exemplos que encontramos para fazermos nossas análises.

A rua dr. Dino [Lino] Teixeira [bairro do Riachuelo], a principal do lugar, está deploravelmente conservada. Cheia de buracos e sem calçamento, metamorphoseada n’um lençol de lama e pra maior divertimento dos transeuntes, uma malta de cães bravios preambulam por ahi atacando e perseguindo os transeuntes.

É percorrida em toda a extensão por uma linha de bonds que só aparecem de 30 em 30 minutos, cujos animaes, devido ao seu estado de fraqueza, mal podem transportar os passageiros que chegam atrasados aos seus destinos. [...] Notamos que a hygiene desconhece a existência deste

¹⁵ CARDOSO. Representações e identidade na cidade na primeira metade do século XX: os subúrbios cariocas, p. 237.

¹⁶ CARDOSO. Representações e identidade na cidade na primeira metade do século XX, p. 245.

logar, distante 20 minutos da Estação, porque é considerável o número de pântanos e charcos, cujas estagnadas contribuem para a insalubridade.¹⁷

O veículo que realizou a publicação definia-se como um porta-voz das populações suburbanas “independente, noticioso, literário e consagrado aos interesses locais”,¹⁸ cujo um dos objetivos era proporcionar aos seus leitores “e ao público em geral todo o conforto, todo bem estar”.¹⁹ Para tanto, *O Suburbio* usa os espaços de suas páginas para solicitar “urgente providencias, chamamos a atenção das autoridades locais”²⁰ a fim de resolver problemas de falta de infraestrutura e de saneamento básico nas regiões suburbanas, tal qual acontecia no Centro da Cidade, como deixa explícito em publicação do dia 7 de setembro de 1907: “O centro da cidade já está civilizado. Pelo menos não é o botocudo que era há meia dúzia de anos apenas. É tempo de cuidar também dos pobres subúrbios, se não apodreceiram já roídos pela gafeira, nos braços deprimentes do abandono, em que têm vegetado até agora”.²¹

A ênfase nos aspectos negativos suburbanos é, portanto, reforçada como um artifício da imprensa local para chamar a atenção à urgência que há na resolução dos seus problemas. Todavia, isso faz parte da construção de identidade dos subúrbios cariocas e se faz presente até os dias atuais. O mesmo vale para os aspectos positivos encontrados nos arrabaldes da cidade do Rio de Janeiro, como o crescimento econômico proporcionado pelo aumento da ocupação da região, em especial o comércio localizado próximo às linhas do trem, locais também de grande atração para a construção de moradias. O jornal *Progresso Suburbano*, que se definia como um órgão noticioso, recreativo e literário que foi criado para “pugnar pelos interesses da população dos subúrbios”²² é um bom exemplo para analisarmos esse caso. Sem deixar de lado a função na qual se colocava de dar “o grito de alarma todas as vezes que for necessário para despertar nossas autoridades e pô-las

¹⁷ *O Suburbio*, 27/07/1907, p. 1.

¹⁸ *O Suburbio*, 27/07/1907, p. 1.

¹⁹ *O Suburbio*, 27/07/1907, p. 1.

²⁰ *O Suburbio*, 27/07/1907, p. 1.

²¹ *O Suburbio*, 27/07/1907, p. 1.

²² *Progresso Suburbano*, 02/03/1902, p. 1.

alerta”,²³ ele fez uso de outros mecanismos que não a ênfase nas características pejorativas para falar sobre os subúrbios cariocas:

Procuraremos por meio de publicações tornar bem conhecido o nosso commercio suburbano, afim de lhe dar maior impulso e desenvolvimemto para que possa nivelar-se ao do centro comercial.

Não trataremos de política; procuraremos deleitar nossos leitores com boas poesias, contos amenos, sciencias, literatura e diversões.²⁴

O fato é que, ao analisarmos algumas de suas publicações na primeira década do século XX, podemos perceber que o foco de cobertura deste veículo são as regiões suburbanas por meio de anúncios comerciais e informações sobre eventos sociais, poesias e notícias a respeito das associações locais. Havia um espaço intitulado *A vida nos subúrbios* no qual, por sua vez, o *Progresso Suburbano* destacava sua visão sobre os subúrbios e a forma como pretende tratá-los:

Rápido e bem rápido tem sido há anos para cá o desenvolvimento dos subúrbios. A população da zona suburbana tem crescido de uma maneira extraordinária; o commercio tem-se espalhado e desenvolvido consideravelmente levando a vida e a nimação em todo logal onde tem penetrado.

Vê-se por toda a parte como que a vida querendo surgir forte e vigorosa; mas, ao mesmo tempo, vê-se tolhida por grandes empecilhos, verdadeiras barreiras invencíveis que não a deixam prosseguir, tudo isto devido á falta de melhoramento locais.²⁵

Para o Poder Público, em termos geográficos, as regiões suburbanas do Rio de Janeiro compreendiam o 4º distrito da Capital Federal, regiões que, segundo o Código de Posturas, poderia não ter canalização de esgoto.

Art. 17. Nos subúrbios, onde não existir canalização de esgoto, haverá sempre nos terrenos, distante pelo menos seis metros de qualquer casa habitada, dous semidouros ou fossas, sendo um para aguas servidas e outro para materiais fecaes, para onde serão canalizadas as mesmas aguas, e materiais dos prédios nos mesmos terrenos construídos. Estes semidouros serão sempre divididos em dois tanques pelo menos, sendo suas paredes cimentadas, e o fundo de terra permeável com a profundidade de quatro metros mínimo.²⁶

²³ *Progresso Suburbano*, 02/03/1902, p. 1.

²⁴ *Progresso Suburbano*, 02/03/1902, p. 1.

²⁵ *Progresso Suburbano*, 02/03/1902, p. 1.

²⁶ Código de Posturas: Leis, decretos, editaes e resoluções da intendência municipal do districto federal: compilação feita por ordem da prefeitura. Rio de Janeiro: Typ. Mont'alverne, 1894, p. 354.

A falta de saneamento permitida no ordenamento jurídico brasileiro para a sua Capital era sentida pelos habitantes dos subúrbios cariocas, como vimos acima na Rua Dr. Dino Teixeira, no bairro do Riachuelo. Ainda que o Código de Posturas exigisse padrões para contornar a situação, não era incomum encontrarmos pelas regiões suburbanas locais em que os padrões de higiene exigidos para outras localidades se faziam desconhecidos, ou seja, o cotidiano local indicava situações nas quais os projetos modernizadores do Brasil não saíram como o planejado; o desenvolvimento do futebol nos subúrbios é mais um exemplo disso.

O FUTEBOL COMO OBJETO DE DISPUTA E PROXIMIDADE

O futebol que chegou ao Rio de Janeiro o fez com traços que permitiram associá-lo a práticas do mesmo gênero que ocorriam na Europa, em especial nas regiões britânicas (Inglaterra e Escócia, mais especificamente). Oscar Cox, considerado o Pai-Fundador deste esporte no Rio de Janeiro, foi um dos fundadores do Fluminense Football Club, que em sua denominação já trazia elementos de aproximação com o mundo anglo-saxão e, em torno ideal, foram construídas diversas narrativas que corroboram este aspecto. Localizado na região centro-sul da Capital Federal, o clube da Rua Payssandu, nas Laranjeiras, foi visto por diversos jornais da época como um dos modelos a ser seguido no desenvolvimento do jogo futebolístico, uma vez que havia ressignificado um dos aspectos tidos como símbolos da modernidade europeia.

Oliven se apresenta como um dos defensores da ideia de que umas das riquezas da dinâmica cultural brasileira é a reelaboração e a ressignificação do que vem de fora em algo novo e diferente Peter Burke considera isto um fenômeno denominado por empréstimos culturais. Este olhar é necessário para analisar as tentativas de modernização na cidade do Rio de Janeiro ao longo dos séculos XIX e XX, relacionando o local ao global. No caso especificamente do Rio de Janeiro em um contexto que o moderno era ser semelhante ao estrangeiro euro-ocidental inglês e francês, ou seja, a modernização da então capital do país se daria inspirada nos moldes do que aconteceu naqueles países.

Nesse contexto, o futebol foi visto como um elemento de aproximação e a criação de clubes era parte deste processo, sendo muitas vezes a sua denominação

já um elemento de identificação de tal propósito. Assim, os termos “Football”, “Athletic” e “Club” se tornaram comuns de serem relacionados aos nomes próprios dados as agremiações esportivas do Rio de Janeiro no início do século XX.

Para o futebol suburbano, não contamos com narrativas que partem de um Pai-Fundador, tão pouco podemos encontrar uma origem consensual no que tange à sua prática, mas isso não nos impede de encontrarmos registros sobre as práticas futebolísticas desde o início do século XX, inclusive com semelhanças ao que ocorria na parte centro-sul da cidade ao buscar aproximações com o que ocorria fora do país já na escolha do nome das agremiações. No que tange à criação de clubes nos subúrbios voltados ao esporte bretão, temos o Football & Athletic Club, fundado em 1903²⁷ por moradores do Andaraí e foi um dos incentivadores da criação da Liga Metropolitana de Futebol. Mudando de nome para Associação Athletica Internacional, ele não era o único clube esportivo da região.

A criação de clubes voltados para a prática futebolística é um bom indicador da difusão desse esporte, os quais, quando tendo seu nascimento destacados pela imprensa, recebiam também elogios aos fundadores. A fundação do Athletic Mangureira Club, por exemplo, trazia a sua composição sendo feita “por grande número de rapazes fortes e conhecedores deste salutar sport”.²⁸ Não era incomum a divulgação em jornais da época sobre o nascimento de clubes esportivos. Neste fato divulgado pelo jornal *Gazeta de Notícias*, por exemplo, podemos ver uma dessas situações.

O surgimento do Athletic Mangureira Club deve-se ao grande número de adeptos do esporte bretão na região, os quais, caracterizados como detentores do saber deste jogo, se uniram para fundar uma agremiação que permitisse o exercício dessa prática. Além disso, a nota em si nos permite perceber que era comum a criação de clubes de futebol.²⁹ Importante destacar que na região da Mangureira, o Athletic não era a única associação do gênero, haja vista a existência na região do Sport Club Mangureira, fundado por operários da fábrica Chapéus Mangureira e que também se dedicava às atividades esportivas, dentre as quais se encaixa o futebol. Este, por sua vez, também incentivava a prática do críquete entre seus sócios com a

²⁷ ASSAF; MARTINS. *História dos Campeonatos Cariocas de Futebol – 1906/2010*, p. 19.

²⁸ *Gazeta de Notícias*, 13/04/1907, p. 3.

²⁹ *Gazeta de Notícias*, 22/05/1907, p. 4.

expectativa, na visão do *Gazeta de Notícias*, de gerar o interesse cada vez maior de outros adeptos.³⁰

A fundação do Riachuelo Football Club também não foi muito diferente ao trazer já em sua denominação um termo anglófilo. A modernização do Rio de Janeiro estava associada à absorção das práticas europeias, sendo o futebol uma delas. A criação de entidades para isso mostra não só uma organização para tal finalidade, como também permite identificar o ideal de aproximação com o exterior euro-ocidental por meio dos nomes escolhidos.

Importante destaque que no que tange ao esporte, sua inserção na sociedade moderna se dava muito ligada ao desenvolvimento físico, ao que era compartilhado por boa parte da imprensa brasileira na transição do século XIX para o XX. O *Jornal do Brasil*, pouco mais de dois anos após a Proclamação da República, salientava que “de uma tal educação é parte integrante e indispensável a educação física”,³¹ a qual, para o *Gazeta de Notícias*, deveria fazer com que “seus exercícios sejam diários, repetidos e logicamente progressivos”.³²

A participação nas atividades esportivas, de maneira geral, era uma forma de se modernizar dentro do cotidiano de diversos grupos sociais e, portanto, era importante tê-lo dentro da sociedade brasileira, como exortava o *Gazeta de Notícias*: “Ganha terreno em França a magna questão dos exercícios físicos da mocidade, especialidade que parecia até pouco privilegio da Inglaterra e da Alemanha. Quando os teremos n’este nosso caro Brazil?”.³³ A chegada dos esportes se fez regida por regras e outros elementos de distinção social, os quais eram vistos como essenciais para o enquadramento dentro do que se podia considerar moderno.

Nos subúrbios do Rio de Janeiro, estes ideais também se fizeram presentes ressignificados em torno de várias facetas, como o futebol. O Riachuelo se mostra como um dos agentes institucionais envolvidos neste processo que, inclusive, buscava se conectar com o que ocorria no centro-sul da Capital Federal. A equipe suburbana, que foi a primeira campeã da segunda divisão da Liga Metropolitana de 1906 (que deu origem ao Campeonato Carioca de Futebol de hoje em dia) também era um

³⁰ *Gazeta de Notícias*, 22/05/1907, p. 4

³¹ *Jornal do Brasil*, 30/11/1891, p. 7.

³² *Gazeta de Notícias*, 16/08/1898, p. 5.

³³ *Gazeta de Notícias*, 31/03/1891, p. 4.

dos incentivadores do futebol suburbano, sendo, inclusive, apontado como um dos iniciadores da Liga Suburbana que viria a ser criada em 1907. Buscando interagir com equipes de diversas regiões, o Riachuelo figurava como um dos principais desenvolvedores da prática e costumava fazer partidas amistosas contra times como o Botafogo Football Club, por exemplo, um clube ligado aos grupos aristocráticos da Zona Sul do Rio de Janeiro, como também era o Fluminense Football Club

Bateram-se em forte peleja os primeiros teams do Riachuelo e Botafogo. Ambos valentes, um é o vencedor do premio Gazeta de Notícias e outro o detentor da Caxambu Coup. Graças ao entrainment e a fortaleza que existem actualmente no primeiro team do Riachuelo, o Botafogo perdeu por cinco goals. Ninguém esperava semelhante resultado. Ao começar o jogo, no lado do Riachuelo notava-se grande receio e algum acanhamento. Conhecedores, no entanto, como são do campo, levaram grande vantagem sobre o adversário.³⁴

O rendimento apresentado dentro de campo pelo time do Riachuelo foi elogiado pelo *Gazeta de Notícias*, o que nos permite identificar no time suburbano um domínio das técnicas futebolísticas. Ao mesmo tempo, o Riachuelo é uma sociedade importante para refletirmos sobre o quadro social dos *sportsmen* que praticavam o futebol nos subúrbios do Rio de Janeiro nos primórdios. A instituição foi fundada por membros da família Joppert, os quais atuavam no alto comércio e possuíam ligações com o time do Botafogo, o que pode ser um fator que permitiu a realização do amistoso. Este quadro social, por si só, já nos mostra o quadro de grande complexidade que temos ao analisar as regiões suburbanas do Rio de Janeiro, mesmo sob o prisma do futebol, já que não é uma área exclusiva de participação de homens e mulheres de menor poder aquisitivo, mas como parte de espaços em que as ideias de modernidade foram ressignificadas sem excluir a proximidade entre local e global.

A LIGA SUBURBANA

Nos subúrbios os matchs de domingo. Adiantam-se bastante nos subúrbios o entusiasmo e animação pelos jogos athleticos. Já se fala numa liga suburbana e a rapaziada não pensa noutra cousa. Domingo ultimo foram disputados vários matchs.³⁵

³⁴ *Gazeta de Notícias*, 21/04/1907, p. 3.

³⁵ *Gazeta de Notícias*, 28/03/1907, p. 4.

Chamada de Liga Suburbana de Futebol, a primeira competição de grande porte que temos registros de ter acontecido nos subúrbios cariocas foi uma consequência do desenvolvimento deste esporte nas regiões suburbanas, como podemos verificar pelo surgimento de diversas entidades esportistas. Seu início aconteceu em 1907 e congregou para a sua edição inaugural “sociedades congêneres, não filiadas à Liga dos Sports Athleticos [novo nome da Liga Metropolitana de Futebol]”,³⁶ estas, importante destacar, não eram exceção no universo futebolístico do Rio de Janeiro, pois havia “cerca de doze a quinze clubs fora da Liga Metropolitana, alguns dos quais bem florescentes e reunindo bons elementos para a disputa de uma prova de honra”³⁷ e cujas algumas falaremos mais à frente.

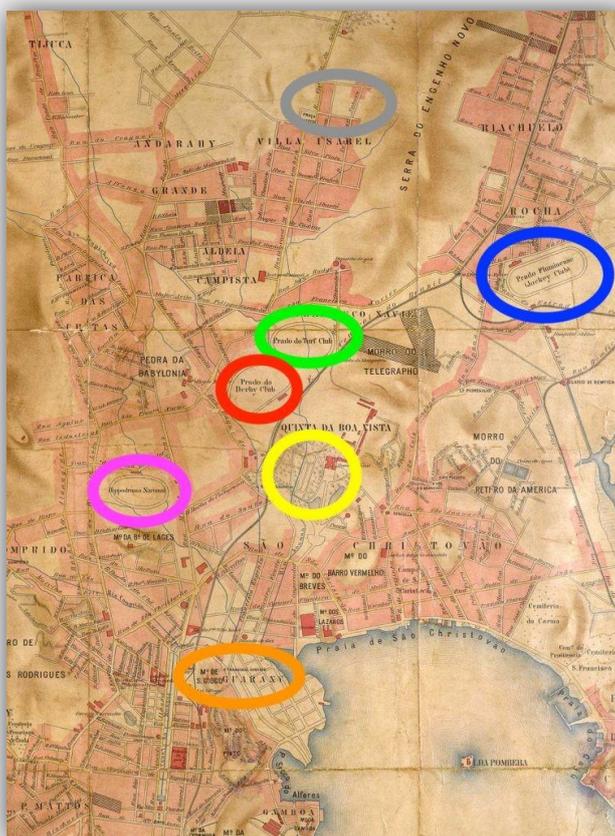
Dessa forma, o surgimento da Liga Suburbana não se configurou como um caso atípico ou extraordinário dentro do futebol carioca, mas sim um exemplo de seu desenvolvimento nos subúrbios Cariocas que buscavam reproduzir práticas conhecidas em outras localidades nacionais e internacionais. A Liga Suburbana de Futebol começou em 05 de maio de 1907 e contou com a participação dos seguintes clubes: Riachuelo Football Club, Sport Club Mangueira, Nacional Football Club, Pedregulho Football Club e Sampaio Football Club. O torneio foi disputado apenas na primeira divisão, mas contou com a sua separação entre os primeiros e os segundos times das equipes associadas, uma vez que na época não havia substituição e era possível separar os jogadores entre os que chamamos de “principais” e de “reservas”.

No primeiro quadro, o título ficou com o Riachuelo, que já havia, no ano anterior, conquistado a Segunda Divisão da Liga Metropolitana, mas no segundo quadro não foi decidido dentro de campo, pois o clube da família Joppert contestou a vitória do Mangueira sob a acusação de o clube ter utilizado jogadores que atuavam em outras competições cariocas. O acirramento da rivalidade entre os clubes suburbanos já é um sinal da inserção do futebol nas regiões dos subúrbios cariocas, ganhando força devido à construção de identidade que estas associações vão criando interna (em suas ruas e bairros) e externamente (perante outros bairros e cidades). A própria denominação das equipes já traz consigo estes signos ao muitas vezes reproduzirem os bairros em que estão inseridos.

³⁶ O *Paiz*, 21/03/1907, p. 4.

³⁷ O *Paiz*, 15/03/1907, p. 4.

O Riachuelo Football Club havia sido fundado no dia 19 de outubro de 1905 pela família Joppert. Logo em seu segundo ano de existência (1906) fez parte da Liga Metropolitana de Futebol (que hoje chamamos de Campeonato Carioca), mas jogando a 2ª divisão. Vencedor desta edição, se credenciou para disputar a partida de acesso contra o último colocado da seção principal, o Football and Athletic Club, mas foi derrotado por 5 a 2 e, pelo regulamento da época, deveria seguir na divisão de acesso pela temporada seguinte (1907). Sem o desejo de seguir nesta disputa, o clube foi um dos líderes da Liga Suburbana, isto é, uma nova competição na qual faria parte do grupo principal, como forma de demonstrar sua força no Rio de Janeiro, a qual estava associada ao bairro do qual fazia parte e cujo nome era o mesmo da agremiação.



Jockey Club (1. azul), Clube de Vila Isabel (2. cinza), Turf Club (3. verde), Derby Club (4. vermelho), Hipódromo Nacional (5. lilás), Prado Guarany (6. laranja), Quinta da Boa Vista (7. amarelo – apenas para referência). Fonte: Biblioteca Nacional.

O Sport Club Mangueira foi outra instituição importante para a nossa análise, pois, assim como o Riachuelo, trouxe consigo o nome do bairro ao pertencê-lo e se

identifica. Sua fundação ocorreu em 29 de julho de 1906, no antigo campo do Turf Club e já no segundo ano de sua existência fez parte da Liga Suburbana de Futebol.³⁸ O bairro da Mangueira, além de contar com o S.C. Mangueira, também contava com o Athletic Club Mangueira, o que nos indica ser uma área pujante em termos esportivos nos Subúrbios Cariocas. E assim o foi.

As corridas de cavalo, mais conhecidas como Turfe, se fizeram presentes por ali. O esporte foi praticado no Brasil desde o século XIX e apesar do destaque que teve o Jockey Club, localizado no bairro da Gávea, na Zona Sul, ao longo desse processo, a Zona Norte do Rio de Janeiro, isto é, regiões suburbanas também receberam locais para a prática deste esporte, como podemos identificar no mapa acima.

O campo do Turf Club, local de fundação do S.C. Mangueira, ficava próximo à estação de trem de São Francisco Xavier, perto de outros hipódromos e do bairro do Riachuelo, mostrando as interconexões existentes nos bairros suburbanos em torno das práticas esportivas que vão além do futebol. Todavia, já nesse primeiro momento, podemos compreender as razões para a existência de mais de um clube esportivo no bairro da Mangueira, haja a vista as diversas identidades ali presentes em torno do campo esportivo e que também se manifestaram nas rivalidades então construídas, como entre o Club Sport Mangueira e o Riachuelo Football Club a respeito do título de campeão dos 2º teams da Liga Suburbana de Futebol de 1907.

A discussão ganhou espaço em alguns jornais do Rio de Janeiro, como o *Correio da Manhã*, e apesar de o reclamante (Riachuelo) propor um jogo desempate para resolver o embate, o Mangueira, em carta publicada, não só negou a acusação “injusta clamorosa que lhe é feita, e muito menos a imposição de um desempate, pois é impossível haver desempate, onde não há empate”.³⁹ Sem solução, o S.C. Mangueira ameaçou deixar a Liga Suburbana, algo que assustou seus organizadores, ao ponto de lhe oferecerem o título dos segundos quadros, mas que não fez o clube mudar de ideia.

Em 1908, a Liga Suburbana de Futebol deu sequência aos seus jogos sem a participação dos dois vencedores do ano anterior, pois, além do Mangueira, o Riachuelo também a deixou. Os motivos para esta decisão, entretanto, estavam longe

³⁸ *A Imprensa*, 30/07/1909, p. 5.

³⁹ *Correio da Manhã*, 06/10/1907, p. 8.

de ser um possível desinteresse de seus associados pelo futebol ou mesmo para as práticas esportivas. A realidade do clube dos irmãos Joppert, por exemplo, era bem distinta disso:

Vão muito adiantados os trabalhos da construção do ground deste club. O campo, que fica esplendidamente localizado em ângulo da rua Vinte Seis de Maio e Conselheiro Castro, na estação Riachuelo, tem grande largura, maior comprimento [...].

Agora mesmo, no intuito de treinar os associados, visto como desligou-se da Liga Suburbana, este clube acaba de instituir o Campeonato Jupyra que será disputado anualmente somente pelos teams compostos de seus associados.

Bravo ao Riachuelo!⁴⁰

O exemplo do Riachuelo não é um caso isolado nas regiões suburbanas do Rio de Janeiro. A construção de um campo próprio era uma necessidade esportiva, econômica e social para os clubes esportivos e seus associados. No que tange ao aspecto esportivo, por assim dizer, há o fato de possuir um campo para mandar seus jogos e praticar seus treinos, sendo este um fator importante a fim de dar aos jogadores conhecimentos a mais sobre a relva em que vão atuar. A respeito do fator econômico, ainda que não se configurasse uma prática explícita no período do amadorismo no futebol carioca, havia a cobrança de valores para ceder o lugar a outros clubes e, principalmente, de forma explícita, os valores arrecadados com a venda de bilhetes eram uma das mais importantes formas de financiamento das entidades esportivas neste período. E por fim, mas não menos importante, temos o aspecto social que, segundo Gilmar Mascarenhas, permitiu a construção de espaços esportivos para atender aos interesses das elites locais:

Nesse sentido, nossos primeiros estádios eram destinados exclusivamente às elites. Sua geografia é inequívoca: localizados nos bairros mais nobres, e como equipamentos de pequeno porte (geralmente uma única estrutura edificada que sequer cobria toda a extensão de um dos quatro lados), apresentavam uma arquitetura mais assemelhada a um confortável teatro, porém, a céu aberto.⁴¹

Mesmo localizado próximo à estação de trem do Riachuelo, local, como mostramos anteriormente, que tinha ao seu redor regiões com problemas causados

⁴⁰ *O Paiz*, 24/05/1908, p. 8.

⁴¹ MASCARENHAS. *Entradas e bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol*, p. 107.

pela falta de saneamento básico, não podemos deixar de enfatizar que a localidade era uma das mais disputadas entre as regiões suburbanas devido à proximidade com o transporte sobre trilhos. Segundo Fernandes, um dos traços que permitiu a caracterização dos subúrbios cariocas foi a sua relação com bairros ferroviários,⁴² ainda que, como aponta Maurício de Abreu, este processo de expansão dos meios de transporte separou a cidade⁴³ – a *urb* da *suburb*, sendo aquela caracterizada por ter bondes elétricos e esta pelos trens.



Fonte: Site da Biblioteca Nacional.

Não obstante a estes apontamentos, a ocupação suburbana na virada do século XIX para o XX foi bastante diversa, de modo que a proximidade entre casas mais luxuosas, habitações simples, comércio, linha do trem e campo de futebol era evidente, como podemos perceber pelo exemplo do Riachuelo. Fundado na Rua Diamantina, casa de Carlos Joppert, o clube fez seu campo perto da estação de trem do bairro, entre as ruas Conselheiro Castro e Vinte e Seis de Maio, perto do logradouro Lino Teixeira, outrora criticada pela falta de higiene, como podemos ver no mapa acima.

Ao estudar de forma aprofundada o bairro do Engenho de Dentro, subúrbio do Rio de Janeiro, Serfaty destaca a relação de seus moradores com a região, na qual uns possuíam nas localidades moradia e sustento, enquanto outros poderiam apenas morar e existiam aqueles que apenas lucravam com o lugar:

⁴² FERNANDES. 2017.

⁴³ ABREU. O Rio de Janeiro no século XIX: da cidade colonial à cidade capitalista. In ABREU *Evolução urbana da cidade do Rio de Janeiro*, 2013.

Acompanhando o crescimento de construções no Engenho de Dentro entre os anos de 1876 e 1904, podemos assim afirmar que os proprietários que investiam seus capitais na compra de terrenos e imóveis o faziam com objetivos diversos – que iam desde a proposta de edificar a própria moradia até a intenção de reverter o investimento numa renda mensal através de diversas modalidades de aluguel de imóveis, sejam casas, quartos, lojas ou avenidas.⁴⁴

No caso do Riachuelo, em especial, a família Joppert, cujos membros frequentavam eventos sociais junto à elite carioca, participavam de forma ativa da política carioca e retiravam suas rendas de atividades comerciais, isso também se aplicava. A *Revista da Semana*, periódico de variedades e que se destacou por ser a pioneira no Brasil ao utilizar novos processos fotoquímicos,⁴⁵ dedicou parte de uma de suas edições para falar sobre o bairro do Riachuelo, em 1909, apresentando-o como um bairro “que se recomenda pelo seu adiantamento, o que lhe dá foros de aristocrático”.⁴⁶ Aproximadamente 10 mil pessoas viviam por ali e conviviam com alguns problemas, como a falta de calçamento em ruas mais recém-criadas, falta de saneamento em algumas áreas e falta de policiamento dada à amplitude local.

Dentro desse cenário, a Rua Diamantina, por exemplo, na qual foi fundado o Riachuelo F.C., é apontada como um logradouro dos mais salubres do bairro, mas desprovida de calçamento. O futebol também não passa incólume ao texto de a *Revista da Semana*, sendo destacado o seguinte:

Tem um centro sportivo, onde o “foot-ball” é entusiasticamente cultivado e em cujo “ground” se reúnem na estação respectiva as principaes famílias da localidade, que vão levar os seus aplausos á mocidade que se exercita e que lhe proporciona horas de inteira satisfação nos arriscados lances do vulgarizado e estimado “sport”.⁴⁷

Neste sentido, o campo do Riachuelo foi um dos locais que permitiu a difusão do futebol nos subúrbios do Rio de Janeiro, sem que isso, necessariamente, significasse a melhora de toda a região, haja vista a existência e permanência de muitos problemas que extrapolam o âmbito esportivo. Isso, no entanto, não impediu a prática futebolística, ao mesmo tempo em que não a fez ser disseminada igualmente por to-

⁴⁴ SERFATY. *Pelo trem dos subúrbios: disputas e solidariedades na ocupação do Engenho de Dentro (1870-1906)*.

⁴⁵ Site: Biblioteca Nacional.

⁴⁶ *Revista da Semana*, 21/03/1909, p. 5.

⁴⁷ *Revista da Semana*, 21/03/1909, p. 6.

dos os agentes sociais envolvidos. Difusão do futebol não significa sua democratização e, muitas vezes, ela vinha acompanhada pela diferenciação através de discursos, gestos e outros elementos utilizados para referendar a diferença de status social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O campo do Riachuelo é um dentre muitos elementos existentes nas Histórias dos Esportes no Rio de Janeiro que merecem ser submetidos a pesquisas acadêmicas. Neste artigo, buscamos trazer alguns elementos que permitem discutir a existência daquele espaço conectado a aspectos que não se restringem ao âmbito regional. Buscamos trazer, por exemplo, aspectos globais que envolviam a difusão do futebol a partir de um modelo inglês para diversas regiões espalhadas pelo mundo, em que a organização de clubes e competições, bem como a construção de estádios foi uma característica indissociável.

Ao estudarmos ações suburbanas do Rio de Janeiro no início do século XX que se relacionam a aspectos outrora vistos como exclusivos dos agentes sociais mais abastados economicamente e residentes no que hoje é considerado Zona Sul da antiga Capital Federal, podemos dar vozes a sujeitos esquecidos e, principalmente, mostrar quão complexa é o processo histórico no Brasil. Não há dicotomias entre as pessoas envolvidas ao longo da História que seja capaz de explicar tudo, haja vista o elevadíssimo grau de complexidade que envolve a realidade social de hoje e do passado.

Deste modo, optamos por fazer do Riachuelo, um clube suburbano fundado por uma família tradicional e influente socioeconomicamente, um instrumento para refletirmos acerca destas complexidades, as quais também permitem relacionais aspectos regionais e a itens globais. Não obstante, aproveitamos para enfatizar que parte da história do primeiro time campeão da Liga Suburbana, em 1907, não se constitui como única possibilidade de pesquisa, uma vez que existem diversos outros clubes a espera de pesquisadores/as ávidos/as por novos trabalhos.

Dessa forma, esperamos ajudar a estimular outros trabalhos que tenham os esportes suburbanos como elemento central de análise, principalmente buscando enfatizar as complexas dinâmicas presentes no passado durante a estruturação daquelas regiões. Os subúrbios foram, por séculos, negligenciados por uma historiografia pro-

positalmente centrada em agentes históricos que, na maioria das vezes, pouca identificação possuía com a maior parte das pessoas que vivem no mesmo país. Pesquisar sobre localidades, agentes e instituições que foram ignoradas por esta abordagem tida como clássica, é uma forma de romper barreiras históricas de segregação.

* * *

REFERÊNCIAS

ABREU, Maurício de A. O Rio de Janeiro no século XIX: da cidade colonial à cidade capitalista. In: _____. **Evolução urbana da cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPP, 2013.

Acervo Digital da Biblioteca Nacional.

ASSAF, Roberto; MARTINS, Clovis. **História dos Campeonatos Cariocas de Futebol – 1906/2010**. Rio de Janeiro: Maquinária, 2010.

Benchimol, J. L. **Pereira Passos**: um Haussmann tropical. A renovação urbana da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Divisão de Editoração, 1992.

CARDOSO, Elizabet Dezouart. Representações e identidade na cidade na primeira metade do século XX: os subúrbios cariocas. **URBANA**, v. 6, n. 9, 2014 [Dossiê: Dimensões Simbólicas das Intervenções Urbanas], CIEC/UNICAMP.

Código de Posturas: Leis, decretos, editaes e resoluções da intendência municipal do districto federal: compilação feita por ordem da prefeitura. Rio de Janeiro: Typ. Mont'alverne, 1894.

COELHO, Frederico Oliveira. Futebol e produção cultural no Brasil: a construção de um espaço popular. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da; SANTOS, Ricardo Pinto dos. (Org). **Memória social dos esportes**: futebol e política: a construção de uma identidade nacional. Rio de Janeiro: Mauad Editora: FAPERJ, 2006.

FABRETTI, Giancarlo Livman. **A metropolização vista do subúrbio**: metamorfoses do trabalho e da propriedade privada na trajetória de São Caetano do Sul. Tese (Doutorado). São Paulo: USP, 2013.

FERNANDES, Felipe Moura. **Tristes fins de Policarpo Quaresma**: Brasil entre ficções geográficas no sertão/litoral. Tese (Doutorado). São Paulo, USP, 2012.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

MELO, Victor Andrade de. **Cidade sportiva**: primórdios do esporte no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Faperj, 2001.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história**: suas origens, transformações e perspectivas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

NACIFF, Yordana Dias das Neves; KNEIB, Erika Cristine. Os subúrbios e periferias nas metrópoles: um estudo sistêmico aplicado à Região Metropolitana de Goiânia. **Anais XVIII ENANPUR**, 2019.

OLIVEN, Ruben George. **Cultura e Modernidade no Brasil**. São Paulo em Perspectiva, 2001.

SANTOS, Leonardo Soares dos. De arrabaldes a subúrbios: a geografia social do Rio de Janeiro a partir dos seus cronistas. **Locus**: revista de história, Juiz de Fora, v. 20, n. 2, 2015.

SERFATY, Elaina Reoli Cirilo. **Pelo trem dos subúrbios**: disputas e solidariedades na ocupação do Engenho de Dentro (1870-1906). Dissertação (mestrado), PUC-Rio, Departamento de História, 2017.

SILVA, Maíra Carvalho Carneiro. Por que fazer uma Reforma Urbana: Juiz de Fora um caso peculiar. **Anais do I Colóquio do Lahes** (Laboratório de História Econômica e Social): Juiz de Fora, 2005.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro. Editora Civilização Brasileira, 1966.

SOTO, William Héctor Gómez. Subúrbio, periferia e vida cotidiana. **Estudos, Sociedade e Agricultura (Rio de Janeiro)**. v. 16, n. 1, p. 109-131, 2008.

SOUZA, Glauco José Costa. “O football nós podemos jogar”: uma análise sobre o desenvolvimento do futebol fora dos clubes da elite do Rio de Janeiro. **Revista Record**, 2015.

WOODWARD, Kathryn. “Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual”. In SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org). **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2014.

* * *

Recebido em: 15 fev. 2023.
Aprovado em: 08 set. 2023.

A várzea como refúgio: imaginários sociodiscursivos em narrativas de vida de personagens do futebol amador de Belo Horizonte/MG

The *várzea* as a refuge: socio-discursive imaginaries in life narratives of amateur football characters from Belo Horizonte/MG

Pollyanna de Mattos Moura Vecchio

CEFET-MG, Belo Horizonte/MG, Brasil
Doutorado em Estudos de Linguagens
pollyannamattosvecchio@gmail.com

Luiz Henrique Silva de Oliveira

CEFET-MG, Belo Horizonte/MG, Brasil
Doutorado em Teoria da Literatura e Literatura Comparada

RESUMO: Em muitas cidades brasileiras, campos de várzea e agremiações amadoras de futebol surgem para cobrir a lacuna de socialização e lazer em áreas onde o poder público está ausente. Nossa hipótese é a de que, ouvindo narrativas de vida de diferentes personagens da várzea, é possível ligar os pontos em comum dessas vozes e fazer emergir o interdiscurso capaz de evidenciar o conhecimento e os imaginários desses sujeitos sobre o papel e a evolução do futebol de várzea na capital mineira. Para tanto, valemo-nos de entrevistas espontâneas e de ferramental teórico da Análise do Discurso de linhagem francesa. Neste estudo, entrevistamos três personagens do futebol de várzea de Belo Horizonte de gerações diferentes (um participante de 29 anos, uma participante de 69 anos e outro de 72 anos) e analisamos como o imaginário sociodiscursivo da várzea como “refúgio” de ambientes hostis aparece no interdiscurso que perpassa as três narrativas de vida.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol; Várzea; Análise do Discurso; Imaginários sociodiscursivos; Narrativas de vida.

ABSTRACT: In many Brazilian cities, lowland fields (“várzea”) and amateur football clubs appear to fill the gap in socialization and leisure in areas where public policies are absent. Our hypothesis is that, by listening to the life narratives of different characters from the várzea, it is possible to connect the common points of these voices and bring out the interdiscourse capable of highlighting the knowledge and imaginaries of these subjects about the role and evolution of football in the capital of Minas Gerais. We used spontaneous interviews and theoretical tools from French Discourse Analysis. So, in this study, we interviewed three characters from Belo Horizonte's várzea football from different generations (a 29-year-old participant, a 69-year-old participant and another 72-year-old participant) and we analyzed how the socio-discursive imaginary of amateur football as a “refuge” from hostile environments appears in the interdiscourse that permeates the three life narratives.

KEYWORDS: Amateur football; Várzea; Discourse Analysis; Socio-discursive imaginaries; Life narratives.

INTRODUÇÃO¹

Campos de futebol em regiões periféricas são uma realidade comum no Brasil. Grande parte desses equipamentos de lazer são construídos pelo esforço coletivo das comunidades que os circundam e são, em sua maioria, improvisados em terrenos baldios em que há uma grande extensão de terra plana, mais conhecida como várzea. Nesses locais, é comum que haja práticas espontâneas de futebol, as famosas “peladas”, mas em alguns casos acontece de surgir ali um time de futebol amador para disputar torneios regionais.

Ao longo do tempo, os campos de futebol de várzea acabam se transformando em espaços de socialização da comunidade em que estão inseridos e seus times contribuem para a formação da identidade dos sujeitos, constituindo entre eles um grupo de pertença. Diego Biagi, tendo se dedicado ao estudo dos significados das práticas de futebol amador na cidade de São Paulo, afirma que os clubes de comunidade “permitem enxergar muito além da questão do lazer popular: nos permitem enxergar diversas dinâmicas da intervenção política nos bairros, que se reflete na política municipal”.² Para o estudioso, o futebol tem o potencial de fazer ver e/ou demandar ações de estado para o desenvolvimento da qualidade de vida em espaços periféricos. Afinal, os campos promovem o encontro de atores sociais os mais diversos, mas que partilham de identidade e pertencimento razoavelmente comuns, assinalados pela coexistência no espaço. E é o espaço fator determinante para a construção das experiências e memórias afetivas e, porque não, históricas (resguardando limites e proporções do termo) de determinado grupo. Viver e pensar os espaços do futebol significa viver e pensar a própria cidade, isto é, aquilo que ela oferece e aquilo que ela “proíbe”. Em direção semelhante a de Biagi, mas considerando o caso de Belo Horizonte, nosso *locus* de pesquisa, pensamos que refletir historicamente sobre o futebol de várzea significa contribuir para reconstituição de parte da memória identitária da cidade.

¹ Pesquisa produzida no âmbito do projeto de extensão “Memórias do futebol de várzea em Belo Horizonte: das linhas do campo às páginas da identidade”, coordenado pelos autores no Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG).

² BIAGI. *Amadores, profissionais e varzeanos*, p. 127.

Letícia Julião, estudiosa da história da capital mineira, defende que o plano de edificação da cidade, empreendido por Aarão Reis, preocupou-se unicamente com o núcleo administrativo, ou seja, os contornos da então avenida 17 de Dezembro, atual Avenida do Contorno. Conforme a pesquisadora, muito pouco se fez além de demarcar o território suburbano. Prova disso é que a Comissão Construtora da Nova Capital (CCNC) sequer considerou a edificação de vias que unissem a zona urbana e as zonas periféricas, o que resulta, pois, “num obstáculo concreto, isolando estrategicamente, a cidade cenário monumental daquela comumente identificada como pobre, perigosa e até mesmo insalubre”.³

De acordo com Julião, a geometria clara e arejada, que determinava previamente os limites e hierarquizava os territórios da cidade, não só reiterava o caráter higienista do projeto original, mas evitaria, por décadas adiante, contágios indesejados da cidade oficial com a cidade periférica. O projeto arquitetônico de Belo Horizonte, portanto, ao mesmo tempo revelava e naturalizava os chamados perigos da multidão suburbana. Os espaços geometricamente pensados e abertos colocariam todos à vista de todos. Nas palavras de Letícia Julião,

[...] o plano [de construção de Belo Horizonte] apresentava sinais de atomização urbana, uma vez que tendia a classificar espaços de acordo com funções distintas, isto é, fixavam-se áreas específicas para a moradia, o trabalho, o comércio, o lazer etc. São curiosas inclusive as denominações: Bairro dos Funcionários e Avenida do Comércio. Decretava-se, assim, uma tendência à compartimentalização da cidade, erguendo-se barreiras invisíveis entre as classes sociais, homogeneizando os espaços e eliminando a mistura de pessoas, atividades e coisas.⁴

Não é de se estranhar, portanto, que os habitantes de espaços periféricos de BH tenham se organizado a fim de criarem suas próprias zonas de convivência e socialização. Muitas regiões, inclusive, antecedem a estruturação da capital, como as atuais Venda Nova e Barreiro. Nesses lugares, habitavam descendentes de escravizados, operários da construção, migrantes pobres e uma sorte de pessoas “indesejadas” por significativa parcela das pessoas abrigadas dentro do perímetro da Avenida do Contorno.

³ JULIÃO. Belo Horizonte: itinerários da cidade moderna (1891-1920), p. 60.

⁴ JULIÃO. Belo Horizonte: itinerários da cidade moderna (1891-1920), p. 60-1.

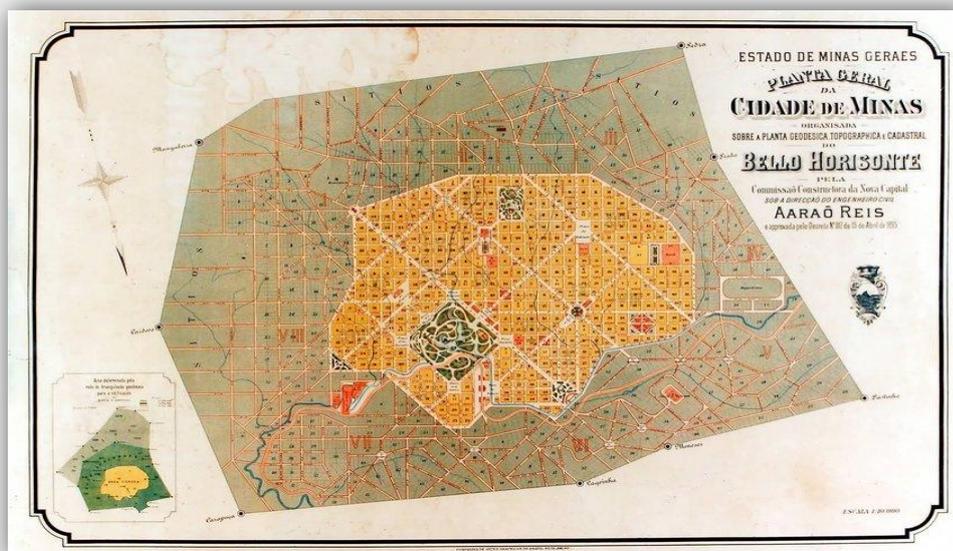


Figura 1: Planta Geral da Cidade de Minas (1895).
 Fonte: Arquivo Público Mineiro. Planta Geral da Cidade de Minas, on-line.

O futebol, por sua vez, acabou sendo uma forma de proporcionar ocupação, lazer e convívio em espaços carentes de políticas de Estado na cidade. É verdade, conforme afirma Diego Biagi, que há certa carência de registros históricos e jornalísticos sobre o futebol amador no Brasil e, diríamos, em Belo Horizonte, particularmente. Em relação aos primórdios da prática no país, o pesquisador afirma que “a documentação histórica do início do século XX privilegia a prática que ocorria dentro dos clubes de elite, tanto nas atas de reunião quanto nas coberturas jornalísticas”.⁵ Ao longo do referido século, embora tenha havido algum lugar em emissoras de rádio para o futebol amador, como é o caso da mineira Rádio Itatiaia,⁶ resgatar as histórias da várzea por meio de pesquisa documental é ainda tarefa hercúlia. Há iniciativas acadêmicas neste sentido, como os reconhecidos trabalhos de Raphael Rajão Ribeiro,⁷ só para citarmos um exemplo. Contudo, ainda tímidas diante da riqueza de informações a serem documentadas.

⁵ BIAGI. *Amadores, profissionais e varzeanos*, p. 51.

⁶ Transmissão em www.itatiaia.com.br ou 95,7 FM.

⁷ RIBEIRO, *A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal*, 2018; RIBEIRO, *Festivais esportivos varzeanos em Belo Horizonte*, 2019. RIBEIRO, *A várzea e a metrópole: futebol amador, transformação urbana e política local em Belo Horizonte (1947-1989)*, 2021.

Por outro lado, os atores que vivenciaram e vivenciam o esporte nas cidades operam como arquivos vivos do conhecimento e devem ser contemplados quando se propõe reconstruir as memórias e as identidades das regiões onde estão inseridos. Ao se referirem ao futebol varzeano na capital paulista, os pesquisadores Alberto Luiz dos Santos, Aira Bonfim e Enrico Santos Spaggiari sinalizam para “uma necessidade explícita por incorporar sujeitos e grupos sociais historicamente silenciados, além de aprofundar um aporte teórico e conceitual que seja capaz de suplantar a concepção eurocêntrica de patrimônio, globalmente disseminada”.⁸

Tendo em vista tal possibilidade de pesquisa, este artigo se propõe a trazer parte da perspectiva daqueles que viveram para contar. Nossa hipótese é a de que, ouvindo narrativas de vida de diferentes personagens da várzea, podemos ligar os pontos em comum dessas vozes e fazer emergir o interdiscurso capaz de evidenciar o conhecimento e os imaginários desses sujeitos sobre o papel e a evolução do futebol de várzea na capital mineira.

Nesse sentido, para este artigo, entrevistamos três personagens do futebol varzeano de Belo Horizonte de duas gerações diferentes (um participante de 27 anos, uma participante de 69 anos e outro de 72 anos) e analisamos como o imaginário sociodiscursivo da várzea aparece no interdiscurso que perpassa as três narrativas de vida. As entrevistas foram coletadas com técnicas de narrativa de si⁹ depois transcritas e analisadas tendo em vista a perspectiva do interdiscurso.¹⁰ Uma vez que envolveu seres humanos, a pesquisa foi submetida à avaliação e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da instituição onde foi executada.

Os resultados da análise demonstram que, dentre os imaginários que estão presentes nas narrativas, sobressai aquele que atribui ao futebol de várzea a responsabilidade de ter servido como contraponto à vida escassa das periferias retratadas pelos entrevistados e como um refúgio para o ambiente de violência a que estavam expostos.

O artigo está organizado da seguinte maneira: na próxima seção, fazemos

⁸ SANTOS; BONFIM; SPAGGIARI. Mapeamento do futebol de várzea de São Paulo (SP), p. 149.

⁹ ARFUCH. *O espaço biográfico*, p. 100.

¹⁰ MAINGUENEAU. *Gênese dos discursos*, 2008.

uma revisão bibliográfica de estudos que tratam do futebol de várzea no Brasil até chegar ao nosso locus, ou seja, a cidade de Belo Horizonte. Em seguida, apresentamos algumas perspectivas teóricas sobre a violência e a periferia. Apresentamos também a perspectiva da Análise do Discurso de linha francesa que adotamos como base para o estudo, trazendo os conceitos de narrativa de si, interdiscurso e imaginários sociodiscursivos. Apresentado o arcabouço teórico, partimos para as análises do *corpus*, iniciando com a contextualização das entrevistas e a caracterização sociodiscursiva dos três participantes e finalizando com análise de trechos selecionados das entrevistas transcritas.

O FUTEBOL DE VÁRZEA PELO PRISMA DOS ESTUDOS ACADÊMICOS

Ao se realizar uma revisão bibliográfica sobre os estudos que tratam do futebol de várzea no Brasil, observa-se um número considerável de pesquisas no estado de São Paulo.

Daniel Veloso Hirata, por exemplo, desenvolve uma abordagem histórica sobre a relação do futebol amador com o desenvolvimento urbano e social da cidade de São Paulo, bem como sua inserção em contextos sociais específicos. Para o pesquisador, o futebol de várzea está intrinsecamente ligado ao processo de periferação da cidade, acompanhando as mudanças na indústria e seguindo a malha da rede de transporte coletivo municipal. O pesquisador levanta a hipótese de que a várzea se constitui como um campo de práticas e forças que filtram fluxos de diferentes circuitos e conexões dos territórios urbanos. Ele conclui que o futebol de várzea se apresenta como um prisma privilegiado para se captar transversalmente as diferenças das dicotomias entre formal/informal, legal/ilegal, estatal/privado no desenvolvimento da capital paulista.¹¹

No campo da Antropologia Social, a tese de Enrico Spaggiari focaliza a atuação de jogadores de futebol em Guaianases e outros bairros periféricos da zona leste de São Paulo (SP). Com base em descrições das relações que permeiam o sistema futebolístico amador e profissional, tais como o engajamento de familiares, agentes

¹¹ HIRATA. *O futebol varzeano: práticas sociais e disputas pelo espaço em São Paulo*, 2005.

de futebol, professores e diretores do clube varzeano Botafogo de Guaianases, foram discutidos os processos de captação de jovens e a transformação deles em futebolistas. O estudo conclui que os jovens praticantes do esporte são constituídos e constituidores de relações e práticas de fazer família no sistema que envolve o futebol. O conjunto de tais relacionalidades é o que o pesquisador chama de “família esportiva”, ou seja, “a objetificação das relações que produzem jovens futebolistas”.¹²

Alberto Luiz dos Santos estuda as batucadas de beira de campo como bens culturais num sentido amplo, defendendo o samba como patrimônio cultural da capital paulista e o futebol de várzea como autoconstrução e obra da periferia. Utilizando como metodologia um percurso etnográfico com observação de eventos com futebol e batucada, aplicação de questionário semiestruturado e registros audiovisuais, o pesquisador chega à conclusão de que há um “atrelamento histórico entre futebol e samba na capital paulista, das ‘várzeas iniciais’ às periferias da metrópole” e de que “nos campos de várzea, as referências culturais se realizam permeando identidades, pertencimento, sonoridades, memórias, ludicidade, formas de sociabilidade, gestos e estéticas”.¹³ Santos também defende que os campos de várzea são representações de lugares urbanos em que o valor econômico se opõe ao valor simbólico, sendo este determinado por afetos e sentimentos identitários que levam algumas comunidades a denunciarem a utilização capitalista dos campos com a especulação imobiliária, daí a emergência, segundo o pesquisador, do tombamento de campos onde se pratica o futebol popular.

Também com o objetivo de refletir sobre os processos de proteção ao patrimônio relacionado à várzea, Alberto Luiz dos Santos, Aira Bonfim e Enrico Spaggiari propõem um mapeamento da várzea paulistana encomendado pelo Núcleo de Identificação e Tombamento do Departamento de Patrimônio Histórico (DPH). Tal mapeamento é feito por meio de três principais eixos temáticos de análise: os campos, os acervos/coleções e os eventos/projetos/práticas culturais envolvendo o futebol amador. A metodologia utilizada envolveu pesquisa documental e bibliográfica, mapeamento georreferenciado e pesquisa etnográfica. Os pesquisadores

¹² SPAGGIARI. *Família joga bola: constituição de jovens futebolistas na várzea paulistana*, p. 391.

¹³ SANTOS. *O samba como patrimônio cultural em São Paulo (SP): as batucadas de beira de campo e o futebol de várzea*, 2021.

chegaram à conclusão de que o “futebol varzeano, de maneira simplificada, enquadra-se em bens materiais que poderiam ser tombados, incluindo as sedes dos clubes, os campos, as medalhas, as taças, os uniformes e toda coleção de acervos históricos”.¹⁴ Porém, a pesquisa demonstra que esse resguardo tem sido feito ainda de maneira rudimentar e quase exclusivamente pelas

próprias comunidades envolvidas com esses futebóis, que categorizam processo de levantamento documental, institucionalização, divulgação/comunicação das informações a respeito desses bens. Iniciativas que, no entanto, não diminuem ou escanteiam a urgência dos processos de resguardo, salvaguarda e fiscalização que são atribuídos a patrimônios protegidos.¹⁵

Sobre a região nordeste do Brasil, Rosângela Duarte Pimenta faz um estudo sociológico e comparativo entre o futebol amador e a pelada em áreas urbanas e sertanejas, especificamente nas cidades de Recife (PE) e Sobral (CE), entre 2005 e 2006. A metodologia utilizada foi a análise qualitativa de observação de partidas, de gravações de jogos e de entrevistas com dirigentes, jogadores e torcedores. O objetivo da pesquisadora foi observar como as regras de jogo são criadas, debatidas, seguidas e adaptadas pelos envolvidos nas partidas, tendo como arcabouço os estudos dos teóricos Pierre Bourdieu, Norbert Elias e Harold Garfinkel. Pimenta concluiu que “o futebol amador se afasta muito de uma imagem de senso comum como um tipo de futebol inferior, desordenado e desregrado – no sentido de que as regras são constantemente burladas ou ‘esquecidas’”.¹⁶

No caso do Rio Grande do Sul, valendo-se de referencial teórico próximo ao nosso, a tese de Mauro Myskiw, realizada no universo das Ciências do Movimento Humano, propôs estudar os significados do futebol não apenas em face da circunscrição de um circuito e suas lógicas, mas também em relação à circulação e à trajetória de vida das pessoas. O autor mapeou o que ele chama de 4 controvérsias que lhe serviram como ponto de partida para analisar as identidades de sujeitos e suas práticas motivadas pela vivência no esporte em questão: a) “aquí é a várzea, não é o profissional”; b) “o clube de hoje é um jogo de camisas”; c) “o que incomoda é a

¹⁴ SANTOS; BONFIM; SPAGGIARI. Mapeamento do futebol de várzea de São Paulo (SP): reflexões para processos de proteção ao patrimônio, 2022.

¹⁵ SANTOS; BONFIM; SPAGGIARI. Mapeamento do futebol de várzea de São Paulo (SP), p. 150.

¹⁶ PIMENTA. *Desvendando o jogo: futebol amador e pelada na cidade e no sertão*, p. 195.

pressão que vem de fora”; e d) “hoje eles foram só para jogar bola”. O estudioso concluiu que os significados do futebol implicam e estão implicados num paradoxo: de um lado, os entrevistados defenderam um movimento de purificação do futebol de várzea, ou seja, são partidários das origens e das imagens dos primeiros movimentos da prática em solo sul-rio-grandense; de outro lado, os entrevistados não foram avessos a um inevitável movimento de hibridização, onde as tramas e as trajetórias de vida não são e nem poderiam ser deixadas de lado, porque são processo e produto do futebol.¹⁷

No caso de Belo Horizonte, com pesquisa bibliográfica baseada sobretudo na análise de jornais da época, Raphael Rajão Ribeiro se dedicou ao estudo das origens tanto do futebol de clubes quanto do futebol amador em Belo Horizonte. O autor afirma que, ao longo da primeira metade do século XX, os times mais elitizados que estavam se formando na capital e no estado de Minas Gerais acabaram se juntando para formar um circuito de futebol de espetáculo, ou seja, campeonatos com presença de torcida e arrecadação de bilheteria. Também começaram a assumir cargos de direção em entidades reguladoras do esporte no estado, resultando na profissionalização de alguns times, como o Atlético e o América, e limitando os jogos de times de elite com agremiações que não fizessem parte do circuito, sobretudo fazendo “segregação da associação de trabalhadores braçais, de negros, de pobres e de moradores de áreas suburbanas”.¹⁸

Esse teria sido um dos motivos para a formação de agremiações paralelas aos times já existentes. Nessa época, teriam surgido times amadores em bairros mais populares, como Yale Athletic Club e o Palestra Itália (que passará a se chamar Cruzeiro Esporte Clube), times do bairro operário do Barro Preto, e outras agremiações nos bairros Floresta e Lagoinha, ambos fora do perímetro da Avenida do Contorno.

O futebol como espetáculo seguiu o inevitável caminho da profissionalização, embora travasse diálogo com o futebol amador varzeano. Este, em inúmeros momentos, operou como refúgio à exclusão provocada pelo crescimento desordenado da capital. O traçado da cidade já aponta para um futuro de difícil integração,

¹⁷ MYSKIW. *Nas controvérsias da várzea: trajetórias e retratos etnográficos em um circuito de futebol da cidade de Porto Alegre*, 2012.

¹⁸ RIBEIRO. *A várzea e a metrópole*, p. 205.

em sentido amplo, entre o centro administrativo e as zonas periféricas. Os campos de terras, nestes espaços, cumpriram papel de socialização e integração de grupos violentados – também em sentido amplo – dentro do território municipal.

Ainda sobre a várzea belo-horizontina, Felipe Vinícius de Paula Abrantes, em sua tese de doutoramento em Estudos do Lazer, analisa especificamente a prática esportiva realizada por frequentadores do Parque Jornalista Eduardo Couri, no Morro do Papagaio, em Belo Horizonte. Em relação aos usos do parque, para além dos campos de futebol, a pesquisa de Abrantes mostrou que existe uma espécie de barreira social entre os diferentes grupos que usam o equipamento público. Ainda que a organização de equipes de futebol materialize torneios e festivais no Parque, a apartação social nas organizações das equipes, bem como na apropriação do equipamento público são elementos denunciadores da apartação social no território em que o espaço público está localizado.

Abrantes chega à conclusão de que, na gestão do parque, faltava/falta conexão entre os anseios da comunidade e o que era oferecido pelo poder público, pois a pesquisa revelou que a maioria das atividades de lazer no parque eram/são iniciativas dos moradores, evidenciando, assim, a falta de protagonismo do Estado. Ele também analisa que os campos do parque são espaços públicos, mas a manutenção, organização e promoção de atividades são feitas pela Associação Esportiva da Barragem Santa Lúcia, que se opôs à colocação de grama sintética no campo, alegando que poderia levar ao controle do espaço por empresas patrocinadoras privadas, uma forma de resistência à mercantilização dos campos,¹⁹ o que seria, pois, mais um golpe violento nas populações periféricas e protagonistas do futebol amador.

A(S) VIOLÊNCIA(S)

De acordo com a Organização Mundial da Saúde,²⁰ a violência é definida como o uso intencional da força ou poder em uma forma de ameaça ou efetivamente, contra si mesmo, outra pessoa ou grupo ou comunidade, que ocasiona ou tem grandes

¹⁹ ABRANTES. *A bola no “pé do morro”: o futebol como campo de possibilidades de lazer no Morro do Papagaio em Belo Horizonte-MG*, 2021.

²⁰ KRUG et al. *World report on violence and health*, 2002.

probabilidades de ocasionar lesão, morte, dano psíquico, alterações do desenvolvimento ou privações.

O documento aponta subdivisões para o termo violência.²¹ Destacamos aqui, para nossos propósitos, a violência cometida ou tolerada pelo Estado e a violência psicológica. Diversos autores, tais como Walter Benjamin, Karl Marx, Michel Foucault, Sigmund Bauman, Giorgio Agamben, Hannah Arendt e Marx Weber sinalizam que a violência subjaz a toda e qualquer forma de abuso de poder. Tais autores são unânimes em apontar as diferentes formas de abuso do Estado para promover ou manter controle de determinados grupos ou corpos.

Durante o seminário *Sécurité, Territoire, Population*, ministrado em 1978, no Collège de France, Michel Foucault, por exemplo, propõe entender o poder não apenas como relação entre indivíduos ou grupos, mas também como conjunto de práticas de governo, as quais possibilitam que alguns possam conduzir ou governar a conduta de outros, de tal sorte a interferir no horizonte de possibilidades de ações e vivências. Naquele momento, o filósofo estava preocupado com as especificidades das práticas de governo e as justificativas que fazem com que alguns governem e outros obedeçam.

Em trabalhos anteriores, como em *Vigiar e punir*, publicado originalmente em 1975, o autor já havia analisado tecnologias e racionalidades de governo e controle, as quais chamou de “poder disciplinar” e de “biopoder”. A primeira diz respeito aos aparatos de organização e gestão de vidas e cerceamento de seres e condutas. A segunda, às formas práticas de controle da vida de sujeitos e grupos. Por vezes, o uso da força ou da coerção são estratégias de implementação tanto do poder disciplinar quanto do biopoder. Força aqui não se resume ao uso do físico, mas a mecanismos aparentemente naturais de conservação ou manutenção de sujeitos e condutas (in)desejáveis. Nas palavras de Foucault,

o que há de mais perigoso na violência é sua racionalidade. Certamente, a violência é em si mesma terrível. Mas a violência encontra sua ancoragem mais profunda na forma da racionalidade que nós utilizamos. Pretendeu-se que se nós víssemos em um mundo de razão, nós nos livraríamos da violência. O que é to-

²¹ O documento destaca ainda as seguintes formas de violência: violência física, assassinatos, violência sexual e psicológica, assédio sexual e moral (no trabalho ou não), abusos emocionais, espancamentos, prostituição forçada, coerção à pornografia, a violência étnica e racial e violência cometida ou tolerada pelo Estado.

talmente falso. Entre a violência e a racionalidade, não há incompatibilidade. Meu problema não é o de fazer o julgamento da razão, mas o de determinar a natureza dessa racionalidade que é tão compatível com a violência.²²

Sendo assim, arriscamos dizer que, no caso de Belo Horizonte, a cidade oficial não espera o contato aberto e livre entre o centro planejado e as periferias. Prova disso são as ausências de espaços de socialização nas regiões mais distantes do hipercentro e a dificuldades de acesso a ele. Além de uma indubitável promoção da violência de Estado, no caso de nossa capital planejada, por meio da racionalidade positivista, a separação tácita perpetrada pela organização do espaço resulta em outra forma de violência: a psicológica.

A título de exemplo, ao realizar amplos estudos de casos, Viviane Guerra assevera que a violência psicológica constitui toda forma de rejeição, depreciação, discriminação, desrespeito, cobranças exageradas, punições humilhantes. Tais formas de maus-tratos psicológicos são responsáveis por ocasionar danos ao desenvolvimento biopsicossocial, principalmente de crianças e adolescentes. Uma das consequências, em longo prazo, da violência desta natureza é a fragilização da personalidade da vítima, mais especificamente na sua forma de encarar a vida.²³

Mas por que trazermos o debate sobre formas de violências aqui? Justamente porque, como as narrativas dos entrevistados mostrarão, o futebol de várzea, por meio de sua inequívoca socialização, a despeito da exclusão perpetrada pela racionalidade da cidade oficial, reforça não só as noções de identidade e pertencimento, mas também ajudam o sujeito a se fortalecer diante de inúmeras violências. Os participantes de nosso estudo, periféricos e, portanto, alijados em grande medida, de inúmeras atividades da cidade em que estão inseridos, enxergam nos campos de terra fortalecimento suficiente para vencer as formas de violência de Estado e de violência psicológica.

Segundo Tiaraju D'Andrea, o termo periferia deriva dos debates econômicos ocorridos nas décadas de 1950 e 1960. Tais debates tratavam das relações desiguais entre os países da periferia do capitalismo e as chamadas economias cen-

²² FOUCAULT. *Dits et écrits II-1976-1988*, p. 857-58, tradução nossa.

²³ GUERRA. *Violência de pais contra filhos: a tragédia revisitada*. 1998.

trais. Sobretudo naquele momento, vários estudos analisaram os desdobramentos do referido cenário econômico nas cidades latino-americanas, principalmente aquelas que experimentavam explosão demográfica.

No âmbito dos estudos sobre a realidade brasileira, houve consenso em denominar periferia um território geográfico cujas principais características eram pobreza, precariedade e distância em relação ao centro. Por sua vez, se a partir dos anos de 1970, parte dos esforços interpretativos voltava-se para a produção da cidade como reflexo da produção econômica, a partir dos anos 1980, pesquisas de viés antropológicas lançaram um novo olhar sobre a periferia, ressaltando modos de vida e o imaginário das populações.²⁴

D’Andrea ainda explica que é possível conceituar periferia como “movimento popular espontâneo que possui particularidades intrínsecas à conjuntura histórica na qual foi criado e se desenvolveu”.²⁵ Por isso, o autor ressalta a existência de uma memória que perpassa gerações, ou seja, “uma vivência que produz identificação com os sujeitos oriundos da mesma classe social e com códigos compartilháveis”.²⁶ As experiências urbanas e sociais são distintas quando comparamos periferias e centro. Da mesma forma que as infâncias, os gostos e as subjetividades também o são.

Veremos adiante o interdiscurso presente nas memórias discursivas dos entrevistados. O próximo passo, pois, será o de tentar entender como os imaginários sociodiscursivos, por meio do interdiscurso, revelam imagens do futebol de várzea.

AS NARRATIVAS DE SI, O INTERDISCURSO E OS IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS

Dentro do campo epistemológico da Análise do Discurso de linha francesa, adotamos, como base para este estudo, três conceitos que guiaram as análises: a narrativa de si, o interdiscurso e os imaginários sociodiscursivos, os quais apresentamos brevemente a seguir.

²⁴ A este respeito, vale conferir: ZALUAR, Alba. *A máquina e a revolta: as organizações populares e o significado da pobreza*. São Paulo: Brasiliense, 1985 e KOWARICK, Lúcio. *A espoliação urbana*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

²⁵ D’ANDREA. Contribuições para a definição dos conceitos periferia e sujeitos e sujeitas periféricos, p. 20.

²⁶ D’ANDREA. Contribuições para a definição dos conceitos periferia e [...], p. 34.

A respeito da teoria das narrativas de si ou narrativas de vida, Leonor Arfuch afirma que “toda biografia ou relato da experiência é, num ponto, coletivo, expressão de uma época, de um grupo, de uma geração, de uma classe, de uma narrativa comum de identidade”.²⁷ Também afirma que, nas últimas décadas, houve um grande aumento na produção de relatos de vida, em um movimento interdisciplinar de análises e da utilização preferencial da entrevista como fonte de dados para a pesquisa científica em Ciências Sociais. Para a autora, o uso da entrevista traz para a pesquisa “o imaginário da voz, da presença, da proximidade, a ideia de uma ‘verdade’ – da vida, do acontecimento – que o diálogo, em suas inúmeras acentuações, seria capaz de restituir”.²⁸

A concepção de Dominique Maingueneau do interdiscurso, por sua vez, pressupõe uma memória discursiva que todo sujeito traz de bagagem contendo tudo aquilo que, ao longo da vida, ele leu, ouviu e viu e que derivou de fontes como a família, o Estado, a igreja, a mídia etc. Para Maingueneau, essa memória discursiva é “constituída de formulações que se repetem, recusam e transformam outras formulações”.²⁹ Assim, há discursos dentro de outros, tanto naqueles que se reafirmam quanto nos que se rejeitam, numa rede ou num diálogo infinito. Essa rede, então, seria o interdiscurso e seu estudo passou a ter primazia nas pesquisas desse campo epistemológico.³⁰

Já os imaginários sociodiscursivos, segundo Patrick Charaudeau, referem-se a interpretações da realidade compartilhadas por determinados grupos sociais e disseminadas em domínios discursivos específicos, como a religião, a política, a arte e o esporte. Segundo o autor, uma vez que a realidade seria complexa demais para ser percebida pelo Homem isoladamente, ele se vale dos imaginários sociodiscursivos produzidos por instâncias de poder para dar sentido às suas experiências. Além de moldar a sua percepção de mundo, os saberes e discursos aos quais o Homem tiver aderido ao longo dos anos, consciente ou inconscientemente, teriam interferência direta nas suas escolhas e ações, moldando também a sua vida.

²⁷ ARFUCH. *O espaço biográfico*, p. 100.

²⁸ ARFUCH. *O espaço biográfico*, p. 242.

²⁹ MAINGUENEAU. *Novas tendências em Análise do Discurso*, p. 115.

³⁰ MAINGUENEAU. *Gênese dos discursos*. 2008.

Os imaginários sustentam a adesão a uma determinada forma de enxergar o mundo e podem ser identificados não só nos textos produzidos pelo aparelho de regulação, mas também nas falas de seus seguidores ou mesmo de seus opositores. Nesse sentido e na perspectiva do interdiscurso, os imaginários sociodiscursivos se manifestariam no discurso dos sujeitos e das instituições e revelariam suas visões de mundo, suas identidades individuais e coletivas, sua adesão ou refutação a um discurso dominante e a avaliação que fazem de suas atividades sociais.

Assim, por meio da análise do interdiscurso que perpassa as entrevistas com personagens diferentes da várzea belo-horizontina, investigamos quais imaginários sobre o futebol amador emergiram nas falas dos participantes, no diálogo presente entre os textos. Em seguida, discutimos o que esses imaginários podem revelar em relação ao papel e a importância do futebol amador para seus praticantes, para as comunidades em que estão inseridos e, ao fim e ao cabo, para a própria cidade de Belo Horizonte.

METODOLOGIA E DESCRIÇÃO DOS PARTICIPANTES

Este estudo faz parte do projeto de extensão “Memórias do futebol de várzea em Belo Horizonte: das linhas do campo às páginas da identidade”, coordenado pelos autores no Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). O objetivo principal do projeto é reconstruir parte da memória identitária de Belo Horizonte por meio de entrevistas com personagens do futebol amador local.

Tendo como base teórica as técnicas de narrativas de si, foi elaborado um roteiro de entrevista em profundidade com perguntas que levavam os participantes a, primeiro, relatarem sua história com a várzea de Belo Horizonte e, depois, apresentarem a perspectivação de si em relação ao papel que a várzea desempenha/desempenhou nas suas vidas e na de outros indivíduos e comunidades que fazem parte de suas respectivas trajetórias. As entrevistas duraram em média 60 minutos, foram gravadas em áudio e, posteriormente, transcritas para fins de análise. Por questões éticas, os nomes dos participantes foram alterados para nomes fictícios.

O primeiro participante será denominado Carlos. Trata-se de um homem de 72 anos de idade que relata ter sido jogador e treinador de diversos times

amadores da capital mineira, incluindo agremiações já extintas e times ainda atuantes e vinculados à Federação Mineira de Futebol. Sua atuação principal teria sido entre os anos de 1970 e início dos anos 2000, em times das regiões Centro-sul e Oeste de Belo Horizonte. Carlos é aposentado e sua escolaridade é o Ensino Fundamental. O participante também relata ter atuado como comentarista esportivo do futebol de várzea belo-horizontino em rádio comunitária.

A segunda participante será denominada Rosa. Trata-se de uma mulher de 69 anos de idade, que participa como voluntária de uma agremiação vinculada à Federação Mineira de Futebol. Rosa cuida da escolinha de futebol para crianças e adolescentes carentes no campo do time ao qual está ligada, na região Centro-sul de Belo Horizonte. Entre suas responsabilidades, está a arrecadação de verba entre os comerciantes locais para o lanche semanal servido para cerca de 100 alunos após o treino. Rosa é aposentada, mas ainda trabalha como salgadeira no bar à beira do campo do time ao qual está vinculada. Sua escolaridade é o Ensino Fundamental.

O terceiro participante será denominado Daniel. Trata-se de um homem de 29 anos de idade, que relata já ter sido jogador de diferentes times amadores da capital mineira, incluindo times federados. Ainda atuante, porém não na categoria de destaque dos times (primeiro quadro), sua atuação principal teria sido entre os anos de 2008 e 2015, em times da região Oeste e Noroeste de Belo Horizonte. Daniel é bacharel em Direito.

Os três participantes relatam terem vivido durante a infância, adolescência e parte da vida adulta em aglomerados urbanos, fora do hipercentro da capital, onde estão as sedes dos principais times amadores aos quais estiveram/estão ligados.

ANÁLISES DISCURSIVAS

Conforme observamos na descrição dos participantes, embora tenham vivenciado o futebol amador na cidade de Belo Horizonte, eles pertencem a gerações diferentes e não fizeram parte dos mesmos times. Apesar desse distanciamento temporal e geográfico, o interdiscurso que perpassa as três narrativas evidencia o imaginário da várzea como um contraponto à infância e à juventude carentes de recursos vivenciadas pelos entrevistados. Analisemos os seguintes trechos:

Minha vida naquela época era vida de pobre. Eu fui criado em uma favela. Você tinha que buscar a água na cabeça. Tinha que se virar, estudar de manhã, levar o almoço para o pai ao meio-dia e voltar a pé para os campinhos de bola. Aí, a tarde inteira ficava disponível, até as sete horas. Até o sol ir embora, a gente ia jogar futebol. Era pelada o dia inteiro. No domingo ia jogar no time. (CARLOS).

Antigamente não tinha nada aqui. A única coisa que destacava era o futebol e a igreja. Eu mexi na igreja também. Fiz coroação de Nossa Senhora. Não tinha televisão direito, não tinha celular igual tem hoje. Não tinha muito lazer, nosso lazer era ver o time jogando. (ROSA).

Eu cresci em uma vila bem pequenininha, colada no Anel Rodoviário. Então eu, meus primos e meus amigos não tínhamos muito acesso ao lazer e cultura. Meus pais são casados há mais de 40 anos, então eu tive uma boa estrutura familiar, mas a gente não tinha dinheiro. Meu lazer, durante minha infância, era jogar bola. Eu jogava bola em qualquer lugar que você possa imaginar: na rua, em casa, em qualquer quadra que nós achávamos, qualquer campo. Isso acontecia até mesmo por falta de dinheiro e de acesso a outros brinquedos. Por exemplo, na minha época tinha videogame, mas eu, meus primos e meus amigos não tínhamos. Então a gente jogava bola no tempo livre inteiro. Eu ia pra escola de manhã, voltava, a gente comia e eu e meus primos íamos pro campo. (DANIEL).

Nos três trechos, podemos observar, por um lado, formações que revelam a visão dos entrevistados sobre a comunidade onde moravam como um lugar carente de recursos e sobre as parcas condições socioeconômicas de suas respectivas famílias. Esse imaginário pode ser observado nas escolhas lexicais dos entrevistados para caracterizar o local em que viviam: “vida de pobre”, “favela”, “vila bem pequenininha, colada no Anel Rodoviário”, “não tinha nada aqui”; em descrições de atividades, como “tinha que buscar a água na cabeça”; na atestação da ausência do Estado em: “não tínhamos muito acesso ao lazer e cultura”, “Não tinha muito lazer”; e na baixa condição socioeconômica das famílias em: “a gente não tinha dinheiro”, “falta de dinheiro e de acesso a outros brinquedos”.

Por outro lado, observamos formações que trazem o imaginário da prática espontânea do futebol como a única opção de lazer disponível no contexto em que viviam. Esse imaginário pode ser observado em trechos como “até o sol ir embora a gente ia jogar futebol. Era pelada o dia inteiro”, “Meu lazer, durante minha infância, era jogar bola”, “então a gente jogava bola no tempo livre inteiro. Eu ia pra escola de manhã, voltava, a gente comia e eu e meus primos íamos pro campo”, “A única coisa que destacava era o futebol” e “nosso lazer era ver o time jogando”.

Outro interdiscurso que perpassou as narrativas foi a visão da várzea como um contraponto à violência a que estão expostos os moradores das comunidades periféricas, podendo ser eles vítimas dela ou mesmo enxergar na própria criminalidade uma opção de ocupação do tempo livre, tendo em vista a ausência do Estado na implantação de políticas públicas de lazer, esporte, cultura e de outras atividades voltadas para crianças e jovens moradores desses locais. Isso sem mencionar a ausência de opções amplas de lazer em espaços mais distantes do hipercentro da capital. Analisemos os seguintes trechos:

Eu falo mais de onde eu venho e lá o pessoal é humilde. Você pega aquelas crianças que estão saindo do crime e tal, você dá uma condição boa, um projeto que a criança chega e tem um café da manhã para ele, tem um jogo de futebol, sendo o melhor pra ele, tem ajuda daquelas empresas com algum suporte, dá camisa, fim de ano faz festa. Então a criança sai um pouco de drogas, que toda favela tem. (CARLOS).

Comecei há muito tempo a mexer com escolinha, mas daí parou. De uns doze anos pra cá, eu comecei a dar os lanches de novo, depois de um dia que eu estava sentada no ônibus com um antigo técnico da escolinha. A gente estava vendo fotos dos meninos dos times e ele tava me mostrando quem tinha morrido, a maioria por criminalidade. Daí eu falei com ele pra gente voltar com a escolinha pra diminuir um pouco isso. Assim eu comecei a mexer de novo com os lanches e estamos aqui até hoje. (ROSA).

Eu cresci em um lugar onde a gente tinha contato e vivia em meio ao tráfico de drogas, o que era escancarado, à luz do dia. Então eu passava do lado de conhecidos meus, primos meus que vendiam drogas e que estavam ali planejando até mesmo ações criminosas. E o futebol sempre foi, pra mim, o que nos mantinha ocupados com uma coisa boa. Eu acho que atrelado a educação, o esporte tem poder de socializar e de ensinar. Eu sempre falo que a várzea forma caráter. A gente jogava bola mesmo, o dia inteiro, e era aquilo que nos mantinha, de certa forma, felizes, entretidos, enfim, envolvidos com algo que nos ajudava a ficar longe de coisas ruins. (DANIEL).

Os entrevistados compartilham o imaginário da comunidade periférica como um lugar onde há grande exposição da violência, vivenciada inclusive por crianças. Isso pode ser vislumbrado nos seguintes trechos: “crianças que estão saindo do crime”, “a gente tinha contato e vivia em meio ao tráfico de drogas” e “eu passava do lado de conhecidos meus [...] que estavam ali planejando até mesmo ações criminosas”, “ele tava me mostrando quem tinha morrido, a maioria por criminalidade”. Outra coincidência é que os três entrevistados projetam o futebol de várzea como um refúgio para essas violências. Como se o campo funcionasse como um território imune às formas de violação em sentido amplo.

No caso do entrevistado Carlos, ele não inclui a si mesmo nessa vivência, mas demonstra adesão ao imaginário da várzea como refúgio quando elogia a iniciativa de projetos para crianças que envolvem o futebol amador, classificando-os positivamente, como nos trechos “sendo o melhor pra ele” e “a criança sai um pouco de drogas”.

No caso da entrevistada Rosa, a sua observação do futebol como contraponto à violência a teria levado a se articular com outros moradores para reavivar a escolinha de futebol, projeto do qual participa ativamente na atualidade. Isso pode ser observado no trecho: “A gente estava vendo fotos dos meninos dos times e ele tava me mostrando quem tinha morrido, a maioria por criminalidade. Daí eu falei com ele pra gente voltar com a escolinha pra diminuir um pouco isso”.

Em relação ao entrevistado Daniel, a adesão ao imaginário da várzea como refúgio à violência emerge como experiência própria, em que o entrevistado enxerga o futebol periférico como um dos fatores que contribuíram para que ele tivesse uma infância sadia e que ajudaram na formação de seu caráter. Isso pode ser observado em trechos como: “nos mantinha ocupados com uma coisa boa”, “a várzea forma caráter”.

Por fim, nas três narrativas, perpassa o interdiscurso de que o futebol de várzea tem grande potencial para subsidiar políticas públicas de esporte e lazer em comunidades periféricas.

Eu penso que essas escolinhas que eles fazem hoje em dia nos campos de várzea são uma coisa muito boa, porque as crianças já ficam com aquele intuito. Porque, hoje em dia, querendo ou não, até a criança da favela, com poder aquisitivo menor, não tem mais o mesmo interesse no futebol. O negócio deles é computador, celular, é rede social. A criança da favela está inserida nesse contexto já. Então os projetos que têm em alguns times de favela devem ser expandidos, vários locais de favelas têm muito isso, projeto do menor. (CARLOS).

Um campo de periferia igual tem aqui, com esse tanto de menino que tem aqui, eu não me preocupo se vai sair um Neymar. É claro que eu vou gostar, mas eu estou mais preocupada com a escola, que ele estude e que ele respeite as pessoas, se torne uma pessoa do bem, que vai ter uma família. É pra isso que eu venho aqui todo sábado e corro atrás do lanche. (ROSA).

A gente tem uma várzea cada vez mais atuante. O poder público deveria utilizar isso para o bem. A prefeitura, o governo do estado, até mesmo políticas públicas federais, eles podem utilizar isso como um aliado no combate à violência, no aumento dos índices dos indicativos escolares. E a gente não usa isso porque a gente não achou o modelo eficaz, eficiente, ou porque a gente não deu a devida atenção para isso, pra juntar educação, esporte, porque é algo que não pode estar desvinculado. (DANIEL).

Nos trechos, percebemos a adesão dos entrevistados ao imaginário da várzea como fator de transformação social, como um instrumento próprio das periferias e que, por esse motivo, teria grande potencial para ser usado pelo poder público para melhoria das condições de vida em locais que, desde a fundação da cidade de Belo Horizonte até contemporaneamente, têm sido alijados do acesso a aparelhos públicos de lazer, esporte e cultura.

No caso do entrevistado Carlos, há uma visão de que os projetos de escolinhas de futebol para menores de idade nos clubes amadores podem servir, inclusive, de contraponto a um desafio pungente enfrentado por crianças e jovens nos últimos anos, que é o excesso de tela. Já a entrevistada Rosa demonstra seu entendimento de que, por um lado, a chegada ao estrelato de um jogador profissional saído de campos de periferia é um acontecimento raro se observarmos a quantidade de crianças que frequentam os campos. Por outro lado, é imenso o potencial do futebol comunitário de contribuir para um crescimento saudável de um enorme número de crianças e adolescentes moradores de periferias e que esse deveria ser o objetivo maior dos projetos que envolvem a várzea.

Por fim, o entrevistado Daniel vislumbra a utilização do potencial do futebol de várzea como política de integração entre educação e esporte que poderia transformar a realidade brasileira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, entrevistamos três personagens do futebol varzeano de Belo Horizonte, os quais chamamos ficticiamente de Carlos, ex-jogador de 72 anos; Rosa, responsável pelo lanche de um projeto de uma escolinha de futebol, de 69 anos; e Daniel, atual jogador, de 29 anos. Nosso objetivo foi investigar como o imaginário sociodiscursivo da várzea aparece no interdiscurso que perpassa as três narrativas de vida. As entrevistas foram coletadas com técnicas de narrativa de si, depois transcritas e analisadas tendo em vista a perspectiva do interdiscurso.

Nossa hipótese foi a de que, ouvindo narrativas de vida de diferentes personagens da várzea, pudéssemos ligar os pontos em comum dessas vozes e fazer e-

mergir o interdiscurso capaz de evidenciar o conhecimento e os imaginários desses sujeitos sobre o papel e a evolução do futebol de várzea na capital mineira.

Para tanto, fizemos um primeiro movimento de discutir brevemente a instalação da capital e os indícios de exclusão, tais como a urbanização do núcleo administrativo em detrimento das zonas periféricas; a falta de acesso e fácil integração entre os diversos espaços da cidade; e a ausência de equipamentos de lazer, esporte e cultura para além dos contornos da Avenida do Contorno.

Em seguida, relacionamos a formatação da história de Belo Horizonte a um processo de violência contra sujeitos periféricos. Duas formas de violência mereceram destaque. Por um lado, a violência de Estado, uma vez que, por meio de sua racionalidade, a cidade (leia-se: os governos) não se dispôs a dotar, a contento, as regiões periféricas de equipamentos públicos de lazer, esporte e cultura. Por outro lado, daqui deriva a segunda forma de violência, a psicológica, uma vez que a falta de espaços de socialização pode afetar o desenvolvimento pleno destes sujeitos – a menos que eles se protejam ou criem espaços de resistência.

O interdiscurso presente nos relatos dos entrevistados revela três dimensões acerca do futebol de várzea em Belo Horizonte. Em primeiro lugar, o imaginário da várzea aparece como um contraponto à infância e juventude carentes de recursos, uma vez que os entrevistados são de origem bastante humilde e habitaram espaços periféricos da capital. Em segundo lugar, surge o imaginário da várzea como um contraponto à violência a que estão expostos os moradores das comunidades periféricas. Como desdobramento desse interdiscurso, pode-se ler a várzea como uma das poucas possibilidades de lazer em espaços carentes. Curiosamente, estes espaços não foram contemplados com infraestrutura adequada ao bem-viver desde a fundação de Belo Horizonte, tampouco despertaram interesse por parte de governos em dotá-los de equipamentos de esporte, lazer e cultura. E, por fim, o futebol de várzea é visto como elemento de grande potencial para subsidiar políticas públicas de esporte e lazer em comunidades periféricas.

Com este trabalho, esperamos evidenciar, por meio do interdiscurso analisado, demandas urgentes de sujeitos e coletivos quanto ao esporte e ao lazer na cidade de Belo Horizonte. Ressaltamos que se trata de um trabalho em fase inicial, que faz parte de um projeto de extensão baseado em entrevistas com personagens do fute-

bol de várzea local. Esperamos que, conforme o projeto avance e sejam coletadas e analisadas mais entrevistas, seja possível reconhecer outros imaginários que nos permitam reconstruir parte da memória identitária da capital de Minas Gerais.

* * *

REFERÊNCIAS

- ABRANTES, Felipe Vinícius de Paula. **A bola no “pé do morro”**: o futebol como campo de possibilidades de lazer no Morro do Papagaio em Belo Horizonte-MG. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer), FEFETO, UFMG, Belo Horizonte, 2021.
- ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010.
- ARQUIVO PÚBLICO MINEIRO. Acervo cartográfico do APM. **Planta Geral da Cidade de Minas**. Disponível em: shorturl.at/nKX59. Acesso em: 9 nov. 2022.
- BIAGI, Diego Fernandes de. **Amadores, profissionais e varzeanos**: os significados das práticas futebolísticas na cidade de São Paulo e os clubes da comunidade. Dissertação (Mestrado em História), FGV-Rio, 2017.
- CHARAUDEAU, Patrick. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. **Entrepalavras**, Fortaleza, 571-591, 2017.
- D'ANDREA, Tiaraju. Contribuições para a definição dos conceitos periferia e sujeitos e sujeitas periféricos. **Novos estudos**. CEBRAP, n. 39, v. 1, 2020, p. 19-36.
- FOUCAULT, Michel. **Dits et écrits II-1976-1988**. Paris: Gallimard, 2001.
- GOMES, Lívio Rodrigues. **Entre campos e cantos**: para uma sociologia do futebol amador. Dissertação (Mestrado em Sociologia), FAFICH, UFMG, Belo Horizonte, 2013.
- GUERRA, Viviane Nogueira de Azevedo. **Violência de pais contra filhos**: a tragédia revisitada. São Paulo: Cortez, 1998.
- HIRATA, Daniel Veloso. **O futebol varzeano**: práticas sociais e disputas pelo espaço em São Paulo. Dissertação (Mestrado em Sociologia), FFLCH, USP, São Paulo, 2005.
- JULIÃO, Letícia. Belo Horizonte: itinerários da cidade moderna (1891-1920). In: DUTRA, Eliana de Freitas (Org). **BH: horizontes históricos**. Belo Horizonte: C/ARTE, 1996, v. 1, p. 49-105.
- KRUG, Etienne G. *et al.* (eds). **World report on violence and health**. Geneva: World Health Organization, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Trad.: Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em Análise do Discurso**. 3 ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.

MYSKIW, Mauro. **Nas controvérsias da várzea**: trajetórias e retratos etnográficos em um circuito de futebol da cidade de Porto Alegre. Tese (Doutorado em Ciências do Movimento Humano), UFRGS, Porto Alegre, 2012.

PIMENTA, Rosângela Duarte. **Desvendando o jogo**: futebol amador e pelada na cidade e no sertão. Tese (Doutorado em Sociologia), CFCH, UFPE, Recife, 2009.

RIBEIRO, Raphael Rajão. **A bola, as ruas alinhadas e uma poeira infernal**: os primeiros anos do futebol em Belo Horizonte (1904-1921). Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2018.

RIBEIRO, Raphael Rajão. **A várzea e a metrópole**: futebol amador, transformação urbana e política local em Belo Horizonte (1947-1989). Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais), FGV, Rio de Janeiro, 2021.

RIBEIRO, Raphael Rajão. Festivais esportivos varzeanos em Belo Horizonte: memória social da cultura futebolística popular. **FuLiA/UFMG**, Faculdade de Letras da UFMG, Belo Horizonte, v. 3, p. 10-36, 2019.

SANTOS, Alberto Luiz dos. **O samba como patrimônio cultural em São Paulo (SP)**: as batucadas de beira de campo e o futebol de várzea. Tese (Doutorado em Geografia Humana), FFLCH, USP, São Paulo, 2021.

SANTOS, Alberto Luiz dos; BONFIM, Aira; SPAGGIARI, Enrico. Mapeamento do futebol de várzea de São Paulo (SP): reflexões para processos de proteção ao patrimônio. **Revista Desenvolvimento Social**, v. 28, n. 1, p. 122-152, 2022.

SPAGGIARI, Enrico. **Família joga bola**: constituição de jovens futebolistas na várzea paulistana. Tese (Doutorado em Antropologia Social), FFLCH, USP, São Paulo, 2015.

* * *

Recebido em: 09 nov. 2022.
Aprovado em: 15 jan. 2024.

“Mas existem equipes de futebol de várzea femininas?: o processo de mapeamento do futebol de mulheres em São Paulo

**“But are there female amateur football teams?:
the process of mapping women's football in São Paulo**

Aira Bonfim

Repertório Cultural, São Paulo/SP, Brasil
Mestre em História, Política e Bens Culturais, FGV/RJ
E-mail: airafbonfim@gmail.com

Alberto Luiz dos Santos

Prefeitura Municipal de Valinhos, Valinhos/SP, Brasil
Doutor em Geografia, USP

Enrico Spaggiari

Instituto Ludopédio, São Paulo/SP, Brasil
Doutor em Antropologia Social, USP

RESUMO: Este artigo sumariza dados de pesquisa do projeto de extensão “Mas existem equipes de futebol de várzea femininas?”: cartografia do futebol varzeano de mulheres em São Paulo/SP, realizado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) ao longo de 2022 e que buscou articular ensino, pesquisa e extensão. Objetivou-se mapear equipes de futebol de várzea de mulheres na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) e traçar um perfil social da composição dos times mapeados. Foram localizadas 95 equipes a partir de um trabalho multidisciplinar e engajado, que contou com oficinas regulares durante 6 meses. Espera-se que este trabalho possibilite a inferência e reflexão sobre demandas e questões (atuais e futuras) associadas às práticas populares, esportivas e culturais das mulheres futebolistas da RMSP, bem como estimule a elaboração de novos projetos participativos (coletivos e compartilhados) com as equipes varzeanas paulistanas.

PALAVRAS-CHAVE: Futebol de mulheres; Futebol de várzea; Mapeamento; São Paulo.

ABSTRACT: This article summarizes research data from the extension project “But are there female varzea football teams?”: cartography of women's varzea football in São Paulo/SP, carried out at the Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP) throughout 2022 and which sought to combine teaching, research and extension. The objective was to map women's lowland football teams in the Metropolitan Region of São Paulo (RMSP) and draw a social profile of the composition of the mapped teams. 95 teams were located through multidisciplinary and engaged work, which included regular workshops for 6 months. It is expected that this work will enable inference and reflection on demands and issues (current and future) associated with the popular, sporting and cultural practices of women footballers in the Metropolitan Region of São Paulo (RMSP), as well as stimulating the development of new participatory projects (collective and shared) with Varzeana teams from São Paulo.

KEYWORDS: Women football; Amateur football; Mapping; São Paulo.

INTRODUÇÃO

15 de novembro de 2021, feriado nacional. No Complexo Esportivo do Campo de Marte, no bairro da Casa Verde, próximo à Marginal Tietê, na zona norte da cidade de São Paulo, em meio à retomada de algumas atividades presenciais após um longo hiato por conta da pandemia de Covid-19, foi organizada a segunda edição do Maior Festival Feminino de Várzea do Mundo. Mesmo sem dispor de grandes recursos financeiros, o evento reuniu, ao longo de um dia, milhares de atletas e entusiastas do futebol feminino de diversas regiões da cidade e demais municípios da RMSP.¹ Entre as equipes, vale destacar a presença de duas equipes indígenas de aldeias paulistanas, bem como de imigrantes bolivianas também residentes em São Paulo. Ao longo do evento, mulheres atuantes dentro do universo varzeano foram homenageadas, todas as equipes receberam troféus de participação e o encerramento do festival contou com a presença de sambistas e cantoras do grupo de samba-rock Clube do Balanço, artistas forjadas nos encontros promovidos pelo Cruz da Esperança, uma das agremiações esportivas e culturais do local.

O evento, que teve grande visibilidade midiática, com cobertura local de diversos veículos de imprensa (Band Esportes, Globo Esportes e Profissão Repórter, também da Rede Globo), foi desdobramento de antecedentes recentes, mas que carregam engajamentos e resistências de pessoas e grupos ligados a uma prática que, a partir da articulação de redes de relações envolvendo atletas e equipes, vem se consolidando há algumas décadas. O “maior festival de várzea feminino do país” foi idealizado pela Liga Feminina de Futebol Amador, cuja fundação e trajetória revelam dinâmicas e agenciamentos interessantes para compreender, de forma ampla, a cultura esportiva popular na metrópole e região metropolitana de São Paulo/SP.

Em 2016, cerca de sete times de futebol de mulheres da região de Parelheiros, extremo da zona Sul de São Paulo, organizaram um torneio de futebol varzeano feminino que reuniu dez equipes, inclusive de bairros vizinhos, como

¹ O festival recebeu patrocínios de comércios e parceiros locais – com destaque ao aporte dos deputados federais Leci Brandão e Orlando Silva (ambos do PC do B) –, além de contar com os lucros gerados com as vendas nos bares e lanchonetes de cada um dos seis campos do Complexo Esportivo.

Capão Redondo, Jardim Ibirapuera e Jardim Ângela. Com duração de dois meses e disputado em forma de “mata-mata”, o campeonato foi vencido pelo time de mulheres do Apache E.C., criado no mesmo ano e ligado à agremiação varzeana de homens, de mesmo nome, fundada em 2014. As jogadoras do Apache, após esta primeira competição, passaram a disputar outros torneios (Libertadores da Várzea, Copa Delfino Santos, COPA da Paz, Copa Nenhuma a Menos, Copa BNH e a 1ª Copa da LIGA). Uma de suas lideranças, Maria Amorim, educadora social, jogadora e dirigente da equipe do Apache, ao constatar que não havia ainda qualquer iniciativa de centralização do calendário de jogos e torneios no cenário do futebol varzeano de mulheres, decidiu reunir informações e contatos de times – novos e antigos – da RMSP, tanto a partir dos dados de torneios anteriores, quanto por meio de pesquisas em redes sociais.

Assim, foi criada a Liga Feminina de Futebol Amador, cuja articulação e crescimento se deram de forma orgânica, no “boca a boca”, de rede em rede social, relacionando mulheres varzeanas de diferentes lugares da metrópole através do WhatsApp. Por meio do Ginga F. C, marca que realiza iniciativas sociais esportivas, a “Liga da Maria” teve contato com Aline Pellegrino, ex-jogadora da seleção brasileira de futebol e à época coordenadora de futebol feminino da Federação Paulista de Futebol (FPF), levando ao reconhecimento da Liga pelo maior órgão de representatividade do futebol paulista.

Em 2019, poucos anos após sua criação, a Liga já somava mais de 100 agremiações, com um conjunto expressivo localizado nos bairros da zona sul de São Paulo. Abrangência que estimulou a organização de um festival esportivo – modalidade tradicional do cenário varzeano – só com equipes de mulheres.² Em conjunto com os dirigentes das agremiações responsáveis pelos seis campos de futebol do Complexo Esportivo do Campo de Marte, foi organizada a primeira edição

² Os festivais esportivos, observados em São Paulo/SP e outras cidades brasileiras (Ribeiro, 2021), eram e seguem sendo práticas esportivas e culturais centrais na organização dos clubes varzeanos, mobilizando diversos atores sociais ao longo de um final de semana, principalmente para comemorar aniversários da agremiação organizadora, e em paralelo ao calendário anual de torneios e campeonatos. A celebração é marcada por formas rituais, elementos simbólicos e relações de reciprocidade que dão continuidade a tradições cerimoniais de outras esferas da cultura popular. Nesse modelo, diversas partidas são realizadas em um final de semana (ou somente um dos dias, sábado ou domingo), reunindo equipes de diferentes categorias e faixas etárias dos clubes. Cada partida encerra em si uma disputa específica entre duas equipes, valendo um troféu.

do Festival, disputada simultaneamente nos seis campos do local, entre as 07h00 e as 18h00, com a realização de 36 partidas envolvendo 72 equipes varzeanas da RMSP e aproximadamente 800 jogadoras.³ Além das quatro regiões do município e RMSP, compareceram times do litoral paulista, Rio de Janeiro e do Paraguai, divididos em diferentes categorias (sub-13, sub-17 e categoria livre, de 18 a 40 anos).

A primeira edição do festival não contou com patrocínios e todos os custos relativos ao evento (arbitragem, água e troféus) foram repartidos entre os dirigentes das agremiações mantenedoras dos seis campos. Mesmo assim, o sucesso do festival não só estimulou a realização de novas edições nos anos seguintes, como também conferiu prestígio ao Campo de Marte e à Liga Feminina, que no início de 2020 foi convidada a participar e representar a várzea no 1º Programa de Liderança Feminina no Futebol. O evento produzido pela FPF – que contou com a participação de 35 mulheres que trabalham em clubes, influenciadoras, dirigentes, professoras e historiadoras – integrou ações especiais desenvolvidas pela entidade com objetivo conectar mulheres que já atuam no futebol, capacitando-as para posições de liderança. Ainda em 2020, com a interrupção das dinâmicas futebolísticas na cidade em razão da pandemia de Covid-19, a Liga experimentou as ferramentas disponíveis e em evidência naquele período. O perfil de Instagram da Liga passou a entrevistar personalidades representativas da história do futebol de mulheres no Brasil. Foram, no total, 27 convidadas, entre ex-jogadoras pioneiras da seleção brasileira de futebol, pesquisadoras da área, jogadoras em atividade e mulheres varzeanas.⁴

³ O Complexo de Campos de Futebol do Campo de Marte, mantido pela Associação de Clubes Mantenedores da Área de Esportes, Lazer e Cultura do Campo de Marte, é uma área localizada no bairro da Casa Verde, na zona norte do município, porém não muito distante do centro antigo de São Paulo, e o último a abrigar seis campos de futebol de várzea, cada um deles administrado por uma agremiação diferente. Além das atividades esportistas, os clubes realizam eventos e promovem atividades culturais (bailes, rodas de samba) nas áreas de sociabilidade do Complexo Esportivo, reunindo semanalmente cerca de 5 mil pessoas. Atualmente, os campos ocupam um trecho de um terreno que pertence à Aeronáutica e abrigam diversos outros equipamentos ligados à instituição. O projeto de construção de um parque público, em meio aos conflitos entre diferentes agentes públicos e privados envolvidos na disputa fundiária entre a União e a Prefeitura de São Paulo desde a década de 1930, levou as agremiações a se reunirem em uma associação para defender a permanência dos campos e das práticas varzeanas com a transformação do Complexo Esportivo Campo de Marte em um Clube Desportivo da Comunidade (CDC).

⁴ Os dados sobre datas, horários, quantidade de participantes das competições organizadas pela Liga foram obtidas junto a representantes da mesma, que participaram do projeto de extensão tratado por esse artigo.

A narrativa acima, centrada da trajetória e atuação da Liga Feminina de Futebol Amador, levanta questões importantes para compreender os modos de vida urbanos relacionados a uma das atividades de associativismo esportivo e de lazer mais duradouras desde o final do século XIX e que continua a mobilizar agrupamentos coletivos – as agremiações varzeanas – de caráter popular e grande representatividade que estabelecem complexas articulações com diversas instâncias do cenário esportivo, político, social e cultural das cidades brasileiras.⁵

No campo acadêmico, destaca-se a crescente e diversificada bibliografia voltada ao futebol de várzea – e aos futebóis, em sentido amplo –, mobilizando questões singulares para explorar diferentes recortes, temas e contextos.⁶ Sobre o futebol de mulheres, especificamente, é possível perceber que houve, nas duas últimas décadas, um aumento significativo de estudos e pesquisas, com diferentes temas e abordagens, estimuladas pelas leituras de gênero e discussões sobre outros marcadores (sexualidade, raça, geração e classe).⁷ Contudo, apesar de sempre contar com jogadoras, torcedoras e dirigentes, a prática das mulheres nos contextos populares ainda foi pouco investigada pelas ciências sociais brasileiras.⁸ Portanto, frente à escassez de narrativas e pesquisas sobre a presença de mulheres na história do futebol nacional,⁹ principalmente no universo da cultura esportiva popular, um olhar direcionado especificamente para o futebol varzeano de mulheres é essencial para compreender um universo heterogêneo de práticas e agenciamentos locais (particulares e criativos) de diferentes contextos e assim aprofundar um aporte teórico e conceitual que, por muito tempo, privilegiou o

⁵ RIBEIRO; SPAGGIARI. *Futebol Popular*.

⁶ DAMO. Futebóis – da horizontalidade epistemológica à diversidade política.

⁷ GOELLNER, Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. FRANZINI. Futebol é “coisa para macho”? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. CAPUCIM E SILVA. Narrativas sobre o futebol feminino na imprensa paulista: entre a proibição e a regulamentação (1965-1983). KESSLER. Mais que Barbies e ostras: uma etnografia do futebol de mulheres no Brasil e nos Estados Unidos. ALMEIDA. Do sonho ao possível: projeto e campo de possibilidades nas carreiras profissionais de futebolistas brasileiras. BONFIM. Football feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941). GOELLNER; CABRAL. *As pioneiras do futebol pedem passagem: conhecer para reconhecer*.

⁸ Vale ressaltar que por mais de quatro décadas (1941-1979) o futebol de mulheres foi considerado um esporte desaconselhável, violento e incompatível com a natureza feminina e por essas razões, proibido por lei no Brasil, fato que prejudicou a sua prática e incentivo, além de comprometer o desenvolvimento desse futebol como modalidade competitiva, profissional ou de lazer (GOELLNER, 2005; FRANZINI, 2005; KESSLER, 2015; BONFIM, 2019).

⁹ GOELLNER; KESSLER. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades.

futebol praticado por homens e só recentemente tem procurado incorporar a prática das mulheres, historicamente silenciadas.

“Mas existem equipes de futebol de várzea femininas?” Essa pergunta, colocada por um dirigente varzeano da zona norte de São Paulo no início de 2019, antes da realização do festival daquele ano, foi o ponto de partida de um projeto de extensão realizado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).¹⁰

Com base na lista inicial de 100 equipes vinculadas à Liga Feminina de Futebol Amador, o projeto teve como objetivo, por meio de uma pesquisa coletiva e compartilhada, mapear a distribuição espacial das equipes varzeanas de mulheres da Região Metropolitana de São Paulo e traçar um perfil social da composição dos times mapeados.

Para isso, foi elaborada um percurso de pesquisa construído a partir de metodologias quantitativa e qualitativa, bem como de um modelo participativo – coletivo e compartilhado – desenvolvido em conjunto com pesquisadoras/es, interlocutoras/es e interessadas/os no tema, em um exercício constante de trocas de percepções e reflexões. Nesse sentido, a proposta envolveu, num primeiro momento, um processo de capacitação de pesquisadores/aplicadores (graduandos e pós-graduandos) e representantes da Liga, por meio de debates, formações e rodas de conversa on-line. Tal capacitação subsidiou a elaboração e aplicação de um questionário on-line (organizado na ferramenta Google Forms), bem como para a análise dos dados coletados. Portanto, o projeto contou com a participação de cursistas como formuladores e realizadores da pesquisa.¹¹

¹⁰ O projeto “*Mas existem equipes de futebol de várzea femininas?*”: *cartografia do futebol varzeano de mulheres em São Paulo (SP)*, proposto pelo professor José Paulo Florenzano e realizado ao longo de 2022 na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e coordenado pelas/os autoras/es deste artigo, contou com o auxílio do Plano de Incentivo a Projeto de Extensão (PIPEXT-2022) e foi elaborado com a preocupação de articular ensino, pesquisa e extensão, para assim contribuir com o intercâmbio de conhecimento e práticas entre a Universidade e diferentes setores da sociedade, promovendo ações afirmativas de combate às desigualdades sociais, à discriminação racial e de gênero.

¹¹ Lista de participantes da pesquisa: Aline Vicente dos Santos, Ana Beatriz do Nascimento Oliveira, Anderson Oliveira de Araujo, Beatriz Calheta Silva, Bruna Dantas da Silva, Danilo Abrahão Mekari, Emilia dos Santos Sosa, Erik Rodrigues das Dores, Felipe Rocha Corvino, Giovanna Scandaroli Bulhões Faial, Gisele Matos Chaves, Hellen Guidolin, Juliana Lima de Carvalho Madeira, Juliana Rose Santos Cavalcante, Lucas Ribeiro Paula, Maria Amorim, Maria do Socorro de Sousa Cruz, Maria Luiza Vilella, Ruth Bessa Santana Gasparetto, Sibelle Barbosa da Silva, Sidinéia Chagas, Tais Bichara e Túlio Martins Ribeiro.

O projeto, centrado no futebol varzeano de mulheres, buscou não só reconhecer os protagonismos de mulheres no Brasil e identificar as desigualdades de gênero relativas às mulheres nos esportes, como também mapear, de forma abrangente, o circuito varzeano paulistano vivenciado por mulheres e suas implicações nos espaços de lazer e práticas esportivas populares da metrópole. Essa iniciativa se articula, assim, a um conjunto de propostas mais recentes que têm buscado esquadrihar, com os devidos e tardios aprofundamentos, a heterogeneidade de práticas dissonantes e modos cotidianos de vivenciar o futebol, com um olhar atento para os engajamentos e formas de resistência de pessoas e grupos aos quais a experiência futebolística foi, durante muito tempo, cerceada ou restrita.

Este artigo apresenta as atividades e análises realizadas ao longo do projeto de extensão, que teve como principais objetivos: (1) mapear a distribuição espacial das equipes femininas do circuito varzeano na RMSP, tendo como ponto nodal a Liga Feminina de Futebol Amador; (2) compreender as dinâmicas urbanas de disseminação – conexões, trajetos e redes de relações – dos coletivos populares de mulheres pela cidade; (3) traçar e entender a composição das equipes a partir de alguns marcadores sociais; (4) identificar ações, espaços, equipamentos, práticas, eventos e grupos que ainda se encontram numa posição de invisibilidade quando observados somente por prismas institucionais; (5) descortinar um quadro de agenciamentos, dinâmicas e articulações que permeiam o circuito varzeano de futebol de mulheres enquanto experiência cidadina popular.

Nas seções a seguir, serão descritas as atividades desenvolvidas, que foram divididas em três etapas: a) divulgação e formação da equipe dos pesquisadores/aplicadores (graduandos e pós-graduandos) e de representantes da Liga Feminina de Futebol de Parelheiros; b) realização de sete encontros remotos voltados à capacitação da equipe, elaboração e aplicação do questionário on-line e relatoria de debate com representantes das equipes mapeadas; c) organização dos dados, produção de infográficos e elaboração do mapeamento. Por fim, serão apresentados alguns produtos e desdobramentos do projeto, com destaque para a finalização e distribuição do produto cartográfico impresso com um conjunto de dados da pesquisa quantitativa/qualitativa.

FORMAÇÃO DA EQUIPE DE PESQUISADORES/AS

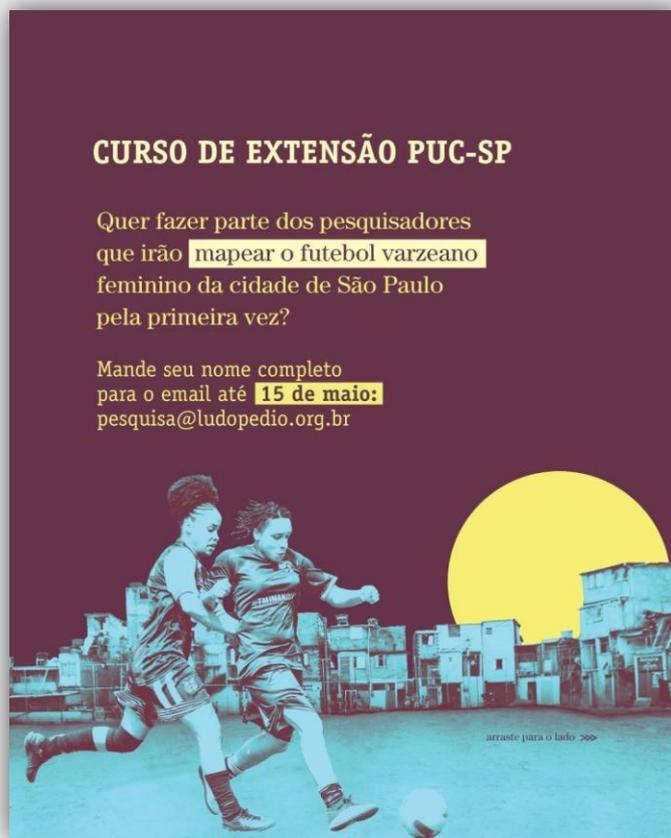


Fig. 1 - Card de divulgação do curso de extensão.

Sendo o projeto concebido para ocorrer de forma colaborativa e dialógica, a equipe coordenadora optou por uma divulgação abrangente, não tecendo quaisquer restrições relativas à área de formação, atuação profissional, envolvimento com o futebol, ou outras especificidades. A intenção era alcançar um “público geral” interessado no tema e contribuir com os objetivos da pesquisa, ou seja, conhecer mais sobre o futebol de mulheres de São Paulo e RMSP. Com tais premissas, a divulgação do curso de extensão ocorreu por via digital, a partir de uma arte-convite (*card*) publicado nas redes sociais e grupos de WhatsApp relacionados à Liga Feminina de Futebol Amador; nas redes sociais da equipe coordenadora; e no sítio eletrônico do portal Ludopédio. Além de contar as possibilidades de

multiplicação a partir de tais eixos, o *card* (Fig. 1) também foi divulgado nos e-mails de estudantes do curso de Ciências Sociais da PUC.¹²



Fig. 2 - Origem das/os pesquisadoras/es participantes de fora do estado de São Paulo.

Dentre as mais de 50 pessoas inscritas, a aplicação da pesquisa contou com 22 participantes envolvidas/os com todas as etapas do projeto. Uma marca desta equipe formada foi a diversidade, seja no âmbito da faixa etária (participantes entre 20 e 50 anos), origem e residência (participantes de dez Estados do Brasil, sendo as/os paulistas em maior número, conforme figuras 2 e 3, abrangendo 12 cidades diferentes), atuação profissional (12 atuações diferentes, destacando-se àquelas relacionadas à gestão e prática do esporte, mídias, educação, cultura e ciências humanas) e intenções com o curso (envolvendo desde motivações de pesquisa, trabalho ou fomento e conhecimento do futebol de mulheres).

¹² A divulgação teve início em 30/04/2022 e, como procedimento para inscrição, a pessoa interessada deveria enviar nome completo para o e-mail de cadastro até 15/05/22. Dez dias antes de completar a quinzena estabelecida para as inscrições, em 06/05/22, a procura pelo curso alcançou a marca de 50 inscritas/os. Foi enviado um e-mail às/aos inscritas/os, confirmando suas respectivas participações no curso, com a data do primeiro encontro em plataforma virtual e indicando algumas informações gerais e links de mini-documentários, de modo a promover uma primeira aproximação das pessoas inscritas ao escopo do projeto.



Fig. 3 - Origem das/os pesquisadoras participantes residentes no estado de São Paulo.

Vale destacar que as informações obtidas a partir do perfil das/os pesquisadoras/es foram tabuladas e apresentadas ao grupo (Figuras de 2 a 4). Tais informações, quando publicizadas, ajudaram a dimensionar a diversidade do coletivo, o que levou a alguns ajustes sutis na mediação dos encontros para potencializar a compreensão do tema por todos e todas. Foram enfocados, por exemplo, as divisões administrativas e regionais da cidade de São Paulo para aqueles que desconheciam tais divisões, bem como alguns termos e especificidades do futebol varzeano paulistano, aos quais nem todas/os as/os participantes estavam familiarizadas/os.



Fig. 4 - Atividades e ocupações das/os pesquisadoras/es participantes.

ENCONTROS REMOTOS: CAPACITAÇÃO, ELABORAÇÃO E APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIO

O cronograma de execução do projeto abrangeu um período total de seis meses (entre maio e novembro de 2022), com a realização de sete encontros virtuais. Os encontros quinzenais, realizados pela plataforma virtual *Google Meet*, foram centrais para o desenvolvimento da pesquisa, pois viabilizaram os momentos expositivos propostos pelas/os coordenadoras/es, bem como a elaboração coletiva dos questionários que foram, posteriormente, aplicados junto às/aos representantes das equipes de futebol feminino amador.

Em sentido amplo, tais encontros tiveram caráter formativo, com foco em procedimentos metodológicos qualitativos e quantitativos em ciências humanas, além de apresentarem um panorama sobre a história e contemporaneidade do futebol de várzea de São Paulo e, especificamente, do futebol de várzea de mulheres. Nesse processo, cumpre destacar a presença de varzeanas (praticantes, organizadoras ou entusiastas da modalidade), sobretudo Maria Amorim e Sidnéia Chagas, respectivamente presidente e participante da Liga supracitada, o que potencializou a proposta dialógica do curso com os recorrentes e significativos relatos de suas vivências.

Ainda que tais conteúdos tenham sido abordados em todos os encontros, conformando uma possibilidade de aprendizagem continuada, cada encontro quinzenal teve um enfoque principal. A síntese do projeto e a estruturação do curso foram os temas centrais do *primeiro encontro*, realizado em 19 de maio de 2022. A partir do aporte de um material expositivo (*slides*), a equipe coordenadora situou a concepção, justificativa e objetivos da pesquisa, bem como os procedimentos e o cronograma do curso, após breve apresentação de cada pesquisador/a.

Como a intenção principal dos encontros subsequentes era definir o questionário que seria aplicado com as/os representantes das equipes, foi proposta uma rodada inicial de possíveis perguntas condutoras para contemplar os objetivos de pesquisa, o que suscitou amplo envolvimento e debate das/os pesquisadoras/es. Para contemplar tais levantamentos, foi solicitado às/aos participantes que redigissem as perguntas, de modo a gerar um banco de questões

a ser apresentado no encontro seguinte. Para tanto, foi disponibilizado um link de plataforma virtual de arquivos.



Fig. 5 - Slide do encontro dois para apresentação dos primeiros passos e metodologias da pesquisa.



Fig. 6 - Slide do encontro dois para apresentação das metodologias da pesquisa.

O *segundo encontro*, em 02 de junho de 2022, apresentou: a) a necessidade de planejamento de uma pesquisa (clareza de seu objetivo, formulação de hipóteses, reunião bibliográfica e definição de métodos); b) as estratégias metodológicas definidas para o curso (quantitativo, qualitativo e híbrido, centrada em aplicação de questionário), conforme Figuras 5 e 6; c) as demandas e

problemáticas que envolvem a construção de um questionário (tempo, acessibilidade, linguagem, efetividade, imparcialidade, entre outras formas de relacionamento com o/a entrevistado/a).

A partir de tal exposição, estabeleceu-se um frutífero diálogo sobre possibilidades de pesquisa. Dada a concepção inicial do projeto em interface com as questões enviadas pelos/as cursistas via plataforma virtual, foi definido que a elaboração do questionário se daria em torno de quatro temas principais: a) perguntas sobre a *equipe*; b) perguntas sobre *quem joga*; c) perguntas sobre *onde joga*; e d) perguntas sobre *o/a interlocutor/a*.

Na figura 7, extraída dos *slides* de apoio apresentados às/ aos cursistas, é possível identificar o conjunto inicial de perguntas alinhadas a cada tema, o que seria então acrescido de outras ao término do segundo e terceiro encontros. Esse foi um momento potente do curso, pois as perguntas mais recorrentes enviadas pela plataforma virtual foram expostas e interpretadas, o que foi motivando as/ os pesquisadoras/as a novas formulações. Foi solicitado, então, que as novas ideias fossem enviadas via *chat*, viabilizando assim o registro pela equipe coordenadora. Nessa chave, o segundo encontro foi finalizado com a proposição de uma nova rodada de envios de perguntas pelas/os pesquisadoras/as (novamente por plataforma virtual), de modo a alinhá-las aos objetivos, viabilidade e possibilidades da pesquisa.

Seções de Perguntas		Pergunta ABERTA	Pergunta FECHADA
<p>Com base nas sugestões de perguntas enviadas, mapeamos os seguintes TEMAS:</p> 	Sobre o time	<ul style="list-style-type: none"> Qual o nome da equipe? (sem abreviar) Quando foi fundada? (só ano?: data completa?) 	<ul style="list-style-type: none"> Tem rede social? () Sim () Não (obrigatória) Se Sim () FB () Insta () Twitter () Site (não obrigatória)
	Sobre quem joga	<ul style="list-style-type: none"> Quanto cada uma paga para jogar? (valor por mês? diária?) Quanto anos tem a jogadora mais nova? E a mais velha? Média de jogadoras ativas? (número fechado ou "entre"?) 	<ul style="list-style-type: none"> Quem joga? () Mulheres () Misto Entre as jogadoras há: () menores de idade, () Mães, () Estudantes, () Trabalhadoras (mais de uma resposta)
	Sobre onde joga	<ul style="list-style-type: none"> Local onde o time mais treina? ----- ----- 	<ul style="list-style-type: none"> Como a maioria das jogadoras se deslocam até o local? () a pé, () transporte público, () Transporte próprio, () aplicativo, () bike (pergunta fechada)
	Quem é o/a interlocutor/ra das respostas	<ul style="list-style-type: none"> Nome completo Qual a sua relação com o time? Idade 	<ul style="list-style-type: none"> () Mulher, () Homem, Outro:-----

Fig. 7 - Slide sobre a formulação das perguntas para o questionário de pesquisa.

O *terceiro encontro*, realizado em 14 de junho de 2022, foi o momento de definição do questionário condutor da pesquisa. Previamente, a equipe coordenadora havia realizado uma apreciação das perguntas enviadas pelas/os cursistas, pela qual foram estabelecidos agrupamentos de perguntas semelhantes/recorrentes, supressões de perguntas cuja aplicação seria inviável e distinções de questões fechadas de resposta única, fechadas de múltipla resposta e abertas. Assim, foi possível apresentar o questionário finalizado, pronto para ser aplicado pelas/os pesquisadoras/as com os representantes das equipes de futebol. Tal apresentação, além de possibilitar uma apreciação geral do grupo, sanando dúvidas, suscitou que cada participante do curso identificasse sua contribuição à metodologia da pesquisa como um todo e elencasse possíveis ausências, mudanças ou acréscimos.

Após esse momento, foi compartilhado um Manual de Aplicação e também foi realizado um teste de aplicação do questionário, de modo a gerar maior familiarização entre aquelas/es que o aplicariam nas semanas subsequentes. O teste foi revelador, trazendo à tona os cuidados necessários às/aos pesquisadoras/es na ocasião da entrevista: o tempo de aplicação, a necessidade de manter o foco nas questões sem deixar de atentar para ideias, assuntos e problemáticas colocadas pela/o entrevistada/o e a necessidade de projetar, a partir do/a representante das equipes, a maior abrangência possível para contemplar as características da equipe em questão, demanda que já havia sido problematizada na elaboração textual das perguntas, mas que se manteve presente ao longo de toda a pesquisa, inclusive nos procedimentos analíticos finais.

Em seguida, a equipe coordenadora distribuiu três contatos telefônicos para cada cursista para aplicação do questionário, todos oriundos dos cadastros da Liga Feminina de Futebol Amador, o ponto de partida da pesquisa. Tais contatos foram enviados por e-mail pessoal para cada participante do curso sendo que, a partir de tal envio, elas/es deveriam aplicar os questionários até o dia 30 de junho de 2022, data do *quarto encontro* virtual do curso. A equipe de cursistas também recebeu uma arte com um 'passo a passo' sobre os itens mais importantes a serem lembrados antes de iniciar a aplicação do questionário (Fig. 8).



Fig. 8 - Arte de "passo a passo" com itens importantes para a aplicação do questionário.

O *quarto encontro* do curso foi o primeiro contato do grupo com os resultados da pesquisa, mesmo que ainda incipientes. Em síntese, teve como enfoque a partilha da experiência de aplicação dos questionários, entre avanços e dificuldades. Iniciou pelo compartilhamento de relatos, por meio dos quais as/os pesquisadoras/es cursistas expuseram o modo como transcorreram as respostas e diálogos com as/os interlocutoras/es dos times. Durante tais partilhas, foi solicitado que levantassem as principais problemáticas identificadas na fluidez da aplicação, que foram sendo registradas e até solucionadas pela equipe coordenadora. Num segundo momento, esta equipe apresentou um panorama inicial do alcance da pesquisa, quantificando os questionários já aplicados de modo a viabilizar um replanejamento dos contatos. Foram criadas pequenas adequações

no questionário, com o cuidado de não prejudicar a totalidade dos dados, em termos comparativos.

Cumprе destacar que, ao término do quarto encontro, a equipe coordenadora situou as/os pesquisadoras/es acerca dos novos contatos (denominados “Traz +1” no projeto inicial).¹³ Tais contatos, obtidos na primeira rodada de aplicação, foram então tabulados pela equipe coordenadora nos dias posteriores ao quarto encontro e enviados aos e-mails pessoais das/os participantes para uma nova rodada de aplicação, juntamente àqueles contatos iniciais que não puderam ser estabelecidos por falta de resposta. Assim, ficou acordado entre o grupo o esforço para cobrir esse novo bloco de contatos e aplicação de todos os questionários até a data do *quinto encontro* virtual do curso, quando as/os participantes se reuniram virtualmente com o objetivo de trazer as devolutivas da segunda rodada de aplicação do questionário.

Já sinalizando os caminhos de encerramento desta etapa da pesquisa, os compartilhamentos dos/as cursistas abrangeram, em linhas gerais, dois eixos: os questionários aplicados, muitas vezes com bastante fluidez e prolongamento, chegaram a ganhar caráter de entrevista, com a inserção do espaço final para explanação das/os interlocutoras/es, a partir dos quais descobertas significativas da pesquisa foram sendo desveladas e/ou enfatizadas; e, por outro lado, os questionários que apresentaram entraves para aplicação, principalmente no âmbito dos contatos em si (ausência de resposta por aplicativo de mensagem e impossibilidade de contato telefônico direto).

Junto à equipe coordenadora, foram realizadas reflexões e intervenções, de modo a compreender tais dificuldades, recorrentes na seara das metodologias qualitativas em ciências humanas, bem como a otimizar o que foi possível de ser levantado. Também foi realizado um breve balanço da metodologia “Traz +1”, em termos de sua efetividade em ampliar o alcance dos dados, para além da lista inicial de contatos da Liga. Importante destacar que, em casos específicos, as/os

¹³ O “Traz +1” foi uma estratégia adotada para permitir a ampliação do recorte de pesquisa para além do conjunto inicial de coletivos participantes do Maior Festival Feminino de Várzea do Mundo realizado no Complexo Esportivo Campo de Marte. Inspirada na estratégia denominada “Bola de Neve”, de Bienarcki e Waldorf, a etapa “Traz+1” permitiu que cada contato indicasse novos contatos e interlocuções. BIENARCKI; WALDORF. Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling.

interlocutoras/es trouxeram um novo conjunto de contatos, o que aprofundou a demanda por outra rodada de aplicação de questionários.

Nesse sentido, o *quinto encontro* demarcou a finalização desta etapa de aplicação da pesquisa. Contudo, como ainda havia contatos não contemplados e alguns novos, a equipe coordenadora se comprometeu a realizar um balanço e, novamente, redistribuí-las entre cursistas que se voluntariaram a seguir com as aplicações da pesquisa. Após esse registro, foi definida uma data limite para a aplicação dos questionários restantes, já projetando o *sexto encontro*, em 01 de setembro de 2022, quando as devolutivas da pesquisa como um todo seriam apresentadas.

1	PERGUNTAS	QUANTI	RESPOSTA 1	QUALI	QUANTI	RESPOSTA 2
2	EQUIPES PERTENCENTES A LIGA	70	SIM		15	NÃO
3	Identidade de gênero dos depoentes	57	HOMENS		38	MULHERES
4	Equipes ativas	85	SIM		10	NÃO
5	O time é composto por	3	MISTOS		82	MULHERES
6	Existe um correspondente masculino do mesmo time?	63	SIM		22	NÃO
7	O time tem mais de um quadro feminino (bases, veteranas, time 1 e time 2)?	33	SIM	Equipes apresentam de 2 a 9 equipes diferentes; categorias variadas a partir de Sub 9 a Adulto/livre; Além de futsal e futebol de campo; competição x recreativo	52	NÃO
8	O time possui técnico/a?	57	SIM, HOMEM		26	SIM, MULHER
9	O time tem uniforme próprio?	82	SIM		3	NÃO
10	O time tem cores próprias?	84	SIM		1	NÃO

Fig. 9 - Recorte de planilha de apresentação dos primeiros resultados tabulados.

O encerramento da etapa de aplicação dos questionários, em 09 de agosto de 2022, permitiu dimensionar o alcance da pesquisa, em termos quantitativos, e dar início à etapa de trabalho de gabinete, centrada na equipe coordenadora, que passou a realizar a organização dos dados e traçar os perfis sociais e principais problemáticas enfrentadas pelas equipes varzeanas de mulheres, além de realizar o mapeamento georreferenciado de suas localizações. O *sexto encontro* foi inteiramente dedicado, então, à apresentação desses arquivos que foram produzidos pela equipe coordenadora, a priori em formato de planilhas (Fig. 9) e uma versão preliminar do mapeamento, apenas com a localização das equipes a partir de imagem de satélite (Fig. 10).

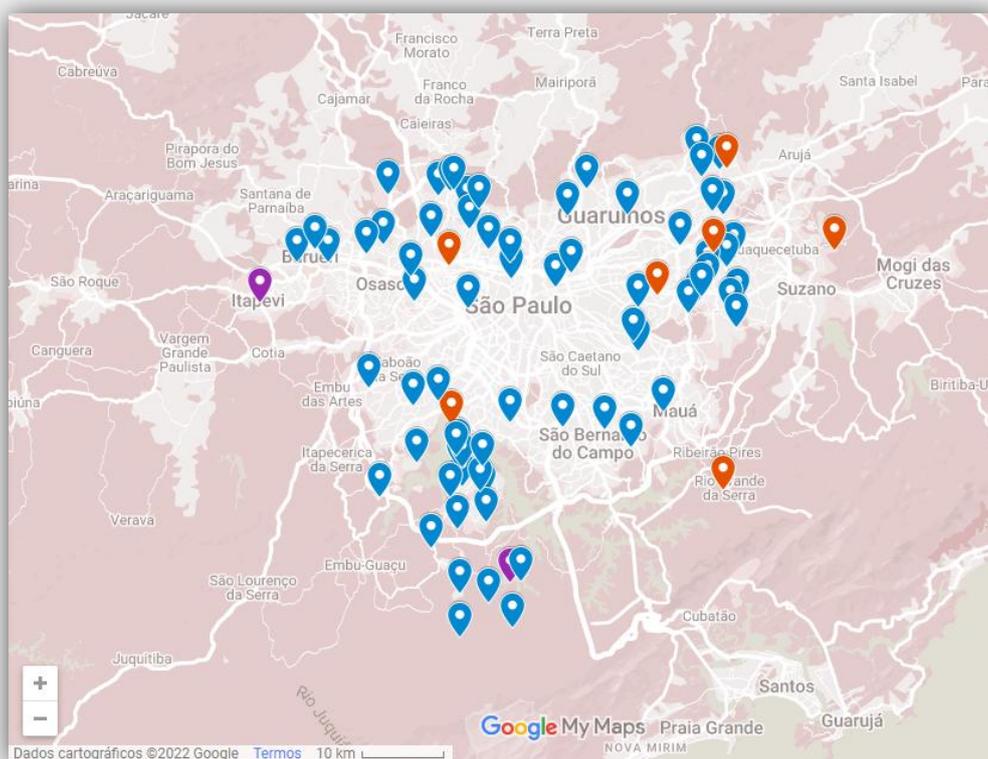


Fig. 10: Versão preliminar do mapeamento (*MyMaps – Google*).

Foi uma exposição dialogada em que as/os participantes foram pontuando os aspectos mais significativos que verificavam frente a abrangência da pesquisa como um todo, articulando tais apontamentos com as etapas anteriores. Em síntese, foi um primeiro momento de autoavaliação do projeto, envolvendo coordenadoras/es e cursistas. Ademais, a equipe destacou que tais dados passariam, ainda, por outra rodada de refinamento, mais voltada aos aspectos estéticos e de diagramação, pois apenas parte das informações da planilha comporia o mapa ilustrado final.

O encontro foi encerrado com o reconhecimento, por todo o grupo, da importância do que foi alcançado pela pesquisa, junto à ênfase das questões mais reveladoras e à articulação destas questões às dinâmicas socioespaciais de São Paulo e Região Metropolitana, principalmente no que concerne à periferização do circuito de futebol de mulheres e às problemáticas que envolvem o território periférico. Assim, esse momento expositivo dialogado começou a tecer as considerações e o embasamento sobre o perfil social da composição dos times mapeados, que era um dos objetivos do projeto. Foram tratadas questões como a

identidade de gênero de depoentes e pessoas que treinam equipes (destacando para a prevalência de homens em ambos), a diversidade étnico-racial das jogadoras, com prevalência de mulheres negras, a necessidade destas mulheres em conciliar demandas de trabalho, cuidados familiares e jogo, as dificuldades de locomoção, os vínculos de bairro, entre outros temas destacados pela figura abaixo, bem como pelos infográficos subsequentes, que serão retomados nas considerações finais deste artigo.

Assim, coordenadoras/es e cursistas se prepararam para apresentarem a pesquisa a um público mais abrangente, no encontro posterior.



Fig. 11: Card convite para encontro final.

No dia 15 de setembro de 2022 ocorreu, então, o *último encontro* virtual do curso, marcado pelo importante momento de compartilhar os resultados da pesquisa com as/os representantes das equipes de futebol que aceitaram participar do projeto. Para viabilizar essa apresentação, cada cursista se comprometeu a enviar um convite (via aplicativo de mensagens e/ou e-mail) às/aos interlocutoras/es com quem aplicou os questionários. Tal cartão-convite (Fig. 11), explicitava os conteúdos e temas que seriam apresentados. Cumpre destacar que, no intervalo entre esses encontros, a equipe coordenadora pôde avançar na curadoria e organização dos dados. O grande diferencial foi a presença

das/os representantes de equipes e outras pessoas interessadas, visto que, como enuncia o cartão-convite, o link para tal encontro poderia ser compartilhado com qualquer pessoa do time que estivesse interessada.

Juntando esse público à equipe coordenadora e às/aos pesquisadoras/es cursistas, o encontro contou com 52 pessoas e foi marcado, num primeiro momento, pela apresentação breve dos dados, seguida de algumas rodadas de perguntas abertas que abordaram diversos temas, não apenas centradas nas tabulações e no mapa, mas envolvendo o projeto como um todo e também as possibilidades de ampliação da pesquisa. Ademais, foi recorrente entre as/os representantes a inclusão de relatos após as perguntas, numa franca exposição de memórias e elementos significativos do cotidiano desses times, além de demarcação das problemáticas que enfrentam. Assim, o terceiro momento seguiu essa tendência, tendo então o diálogo mais centrado nas jogadoras varzeanas presentes, entre elas Maria Amorim e Sidnéia Chagas, que compartilharam informações sobre a Liga Feminina de Futebol Amador e sobre o Festival por ela organizado.¹⁴

ORGANIZAÇÃO DOS DADOS

Para além das demandas de organização contínua de informações e dados entre os encontros remotos de um a cinco, no intervalo entre o 5º e o 6º encontros foi realizada uma organização ampla dos dados para os processos subsequentes de produção de gráficos, infográficos, mapeamento, transcrição de evento final (para fins de elencar falas representativas) e diagramação. Tal etapa das atividades foi realizada pela equipe coordenadora da pesquisa.¹⁵

Ao término da data limite para aplicação dos questionários a pesquisa totalizou números significativos. A partir dos 100 contatos inicialmente disponibilizados pela Liga Feminina de Futebol Amador, os levantamentos indicaram mais 46 times femininos amadores, totalizando *146 equipes*, das quais *95 aceitaram participar da pesquisa*, com representantes dos times respondendo a

¹⁴ Evento no qual seria apresentado o produto final da pesquisa, mas que não ocorreu, conforme será detalhado mais à frente.

¹⁵ Agradecemos a participação da cursista e bolsista de extensão Maria Luiza Vilella, aluna do curso de Ciências Sociais da PUC-SP que realizou a transcrição do encontro final.

um *questionário com 78 perguntas*. Assim, era um conjunto robusto de informações que demandava curadoria e organização para que os encontros seis e sete pudessem ser elucidativos às/aos pesquisadoras/es cursistas, representantes das equipes e varzeanas em geral, além de apresentar os destaques que viriam a compor o mapa ilustrado, o produto final do projeto.

Em síntese, o trabalho da equipe coordenadora nessa etapa da organização foi: a) quantificar as informações oriundas de perguntas de respostas simples (“sim” ou “não”), organizando-as numa tabela única; b) quantificar as perguntas de múltiplas respostas (em que a/o interlocutor/a poderia identificar diversas respostas) para então assinalar as principais recorrências e informações mais reveladoras; c) e, por fim, interpretar as principais questões reveladas por meio das perguntas abertas e trechos de relatos.

Esse processo organizativo se iniciou pelas próprias ferramentas de questionário on-line, avançando a planilhas on-line compartilhadas (Fig. 10), até atingir, em momento final, aplicativos de edição de imagens. Nesse último momento da organização foram elencados os dados mais relevantes para compor o mapa ilustrado final e, então, gerados gráficos, tabelas, figuras e infográficos (Fig. 12).

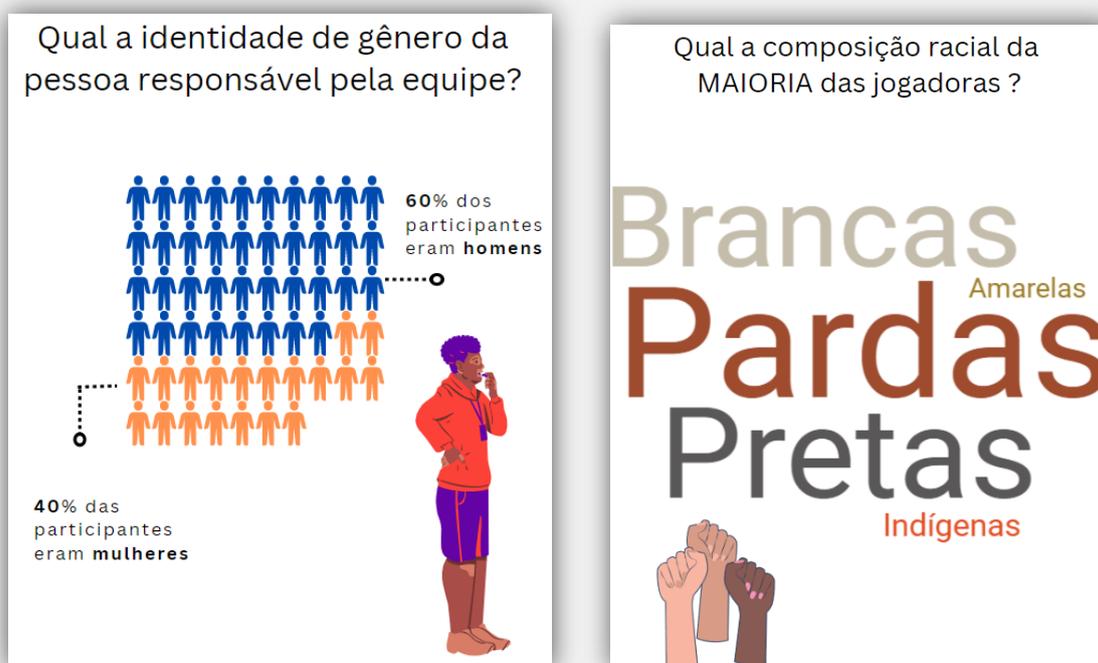


Fig. 12: Exemplos de infográficos gerados.

No período dessa organização de dados e produção de materiais, a equipe coordenadora também elaborou o mapeamento, que partiu dos endereços dos locais de treinos das equipes, compartilhados pelas/os representantes na ocasião de aplicação dos questionários. Os locais de treinos foram tomados como referência para a geração do mapa (e não os locais de jogos, ou sedes), pois foi constatado, via questionários, que eram os locais de maior frequência de encontros semanais das jogadoras. Assim, podem ser considerados como referência territorial, mas cumpre destacar que tais equipes conformam uma rede que envolve os lugares de jogo “dentro e fora de casa”, bem como as sedes e pontos de encontro para as chamadas “resenhas”. Nesse sentido, os pontos elencados no mapeamento demarcam, sobretudo, referências de bairro e região, devendo ser compreendidos enquanto parte de uma rede ampla.

O processo de localização e demarcação dos locais foi realizado a partir do aplicativo *MyMaps* (Google), sendo gerados pontos georreferenciados que foram, posteriormente, sobrepostos em camadas de divisão regional de São Paulo e da Região Metropolitana (RMSP), no *software* Qgiz. Tendo em vista a quantidade numerosa de equipes mapeadas e viabilidade da escala, foram produzidos dois mapas, sendo o primeiro em escala maior, demarcando com pontos e rótulos todas as equipes da capital, distribuídas em divisão regional, e o segundo em escala menor, demarcando com pontos e rótulos somente as equipes localizadas em outros municípios da RMSP.

Os dois mapas produzidos foram diagramados junto ao conjunto de gráficos, infográficos, tabelas e figuras. No produto final, o mapa ilustrado em papel tamanho A3, também foram inseridos trechos de falas obtidas dos questionários e da transcrição do último encontro virtual. A diagramação visou a produção de um mapa impresso, sendo assim contou com as dobraduras, capas e contracapas. A versão impressa (mil unidades) foi distribuída gratuitamente durante evento realizado em novembro no Centro de Pesquisa e Formação do SESC-SP e será entregue a todas as equipes participantes da pesquisa.

Além da divulgação do mapa impresso, o mapeamento foi disponibilizado gratuitamente para download nos meios digitais por meio do site Ludopédio, site especializado em divulgação científica, principalmente no diálogo entre o futebol e

as ciências humanas.¹⁶ O site abrigará, também, as planilhas da pesquisa em sua totalidade, ou seja, contemplando o vasto conjunto de dados que, pelos objetivos de diagramação, não puderam ser acrescidos no mapa ilustrado final, compondo assim um banco de dados para futuras pesquisas.

ETAPA DE CONCLUSÃO DA PESQUISA: CONTROVÉRSIAS E RESISTÊNCIAS

De acordo com o projeto de extensão inicialmente submetido, o produto de pesquisa "mapa", na sua versão diagramada e impressa, seria distribuído gratuitamente durante a edição do Maior Festival Feminino de Várzea do Mundo, no dia 15 de novembro de 2022. A ocasião reuniria grande parte das equipes femininas e varzeanas participantes da pesquisa, bem como toda comunidade pesquisadora e entusiasta do tema. Tal como os anteriores, o evento seria organizado pela Liga Feminina de Futebol Amador de Parelheiros conjuntamente com os dirigentes das agremiações responsáveis pelos seis campos de futebol do Complexo Esportivo do Campo de Marte. A agenda de dia 15 de novembro, um feriado nacional, foi desde o início do projeto compartilhada junto aos/as pesquisadores/as participantes do curso de extensão, no intuito de mobilizá-los com antecedência para que pudessem reservar a data e comparecerem no festival, como uma espécie de conclusão do trabalho de pesquisa. Também seria oportuno o encontro da teoria com prática, uma vez que foram longos meses de aproximação com o tema de maneira remota, e muitos dessas/es pesquisadoras/es participantes não haviam vivenciado o ambiente, ou mesmo presenciado uma partida de futebol varzeano de mulheres.

No entanto, em outubro de 2022, Maria Amorim, liderança da Liga, foi surpreendida com a recusa da participação de um dos campos do Complexo de Marte em aderir ao festival. Curiosamente, esse campo, conhecido como Campo do Aliança da Casa Verde, é o único do Complexo Esportivo gerido por uma mulher. Soraia Marques é uma das raras mulheres varzeanas responsáveis pela gestão de

¹⁶ A seção Biblioteca do Ludopédio reúne e oferece acesso a informações, textos e pesquisas sobre futebol (artigos, teses, dissertações, referências de livros nacionais e internacionais e outros trabalhos) e permite o download de materiais. O acesso ao mapa e compilação de dados também pode ser feito via *QRCode* presente no mapa impresso.

um campo de futebol na cidade de São Paulo. Além de cortar a grama e passar o cal nas marcações do campo, organiza a agenda de jogos do campo, com equipes amadoras de homens e mulheres, e administra o bar do local há mais de uma década. Soraia e, conseqüentemente, as equipes de mulheres se recusaram a participar do Maior Festival de Futebol Feminino do Mundo de 2022 devido às divergências com os dirigentes varzeanos, uma vez que o grupo tem constantemente excluído Soraia das decisões sobre o Complexo, bem como a exposto a situações de vulnerabilidade e violência no local. Constatado esse fato, a Liga Feminina, no desejo de apoiar a luta diária de outras mulheres do futebol, dentro e fora do campo, decidiu não realizar o festival no Complexo Esportivo do Campo de Marte naquela ocasião. De acordo com a Liga, um evento só com mulheres no Complexo, em meio a esse contexto de conflito, só contribuiria com a exclusão e invisibilidade de mulheres que fazem a várzea acontecer todos os dias.

Com o cancelamento do festival, a etapa de conclusão da pesquisa foi remanejada para o evento “Mapeamento do Futebol Feminino Varzeano de São Paulo”,¹⁷ organizado junto ao Centro de Pesquisa e Formação do SESC-SP em novembro de 2022, que contou com a mediação de Aira Bonfim, representando a equipe coordenadora do projeto de extensão, e a participação de Maria Amorim e Sidnéia Chagas, assegurando assim visibilidade ao protagonismo de duas mulheres varzeanas, ambas participantes do projeto como pesquisadoras.

Contando com 30 pessoas inscritas, entre varzeanos e varzeanas convidados pelos representantes de equipes envolvidas na pesquisa, parte dos pesquisadores/as cursistas e público em geral interessado, o evento foi organizado em três momentos. Primeiramente, uma exposição dialogada de Aira Bonfim acerca da pesquisa realizada, com a exposição de *slides* que haviam sido utilizados no curso de modo a sintetizar a pesquisa e, por fim, com a distribuição do mapa ilustrado (produto final) impresso às/aos participantes. Enquanto transcorria a apreciação do material pelos participantes, foi o momento das falas de Maria Amorim e Sidnéia Chagas, compartilhando seus respectivos legados de atividades junto ao futebol amador, com ênfase no Festival, mas abordando também, de modo

¹⁷ Para mais informações, sobre o evento: <https://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br>.

dialógico, outras questões que envolvem as sociabilidades do futebol varzeano de mulheres na Região Metropolitana de São Paulo.

A saída da Liga da organização do Festival também foi debatida na ocasião, inclusive com a presença de Soraia Marques, responsável pela administração de um dos campos do Complexo Esportivo Campo de Marte, o Aliança da Casa Verde, que relatou as problemáticas que envolveram a realização do Festival. Por fim, foi aberto espaço às intervenções e questões apontadas pelas/os demais pesquisadoras/es cursistas e do público participante, já reverberando os conteúdos do mapa ilustrado em consonância com as apresentações. O evento também oportunizou a apresentação dos canais de divulgação da pesquisa, tanto do banco de dados quanto do mapa ilustrado final, em formato digital, além de fomentar e tecer possibilidades de encontros vindouros, visando o compartilhamento do mapa impresso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou apresentar e detalhar as atividades, encontros e estratégias metodológicas de um projeto de ensino, pesquisa e extensão que teve como objetivo mapear a distribuição espacial das equipes varzeanas e coletivos de mulheres da Região Metropolitana de São Paulo e traçar um perfil social da composição dos times mapeados. A coleta de dados quantitativa e qualitativa a partir de questionários on-line teve como inspiração um modelo de pesquisa participativo, coletivo e compartilhado, desenvolvido em conjunto com as/os interlocutoras/os do cenário varzeano, estudantes de graduação e pós-graduação e demais pessoas interessadas no tema, por meio de debates, formações e rodas de conversa on-line.

A elaboração de uma cartografia temática e abrangente do circuito varzeano de mulheres identificou um conjunto amplo de agentes, agremiações, equipamentos, coleções e eventos relacionados à cultura esportiva popular, bem como sua distribuição pela metrópole.

O perfil social das equipes se revelou diversificado. Cumpre destacar que 60% das interlocuções (pessoas que, a partir do contato inicial, assumiram uma

posição de representação da equipe), ocorreu com homens, que estão vinculados às equipes de mulheres em diferentes funções, inclusive como treinadores, função que é exercida por homens em 67% das equipes entrevistadas. Das 95 equipes participantes, 81 estavam em atividade no semestre da pesquisa, sendo que apenas 33 apresentam mais de uma categoria (ou seja, prevalecem equipes com apenas um quadro) e 22 possuem uma equipe correspondente masculina (como o caso do Apache FC, supracitado). São times que, majoritariamente, possuem cores, mascote e uniformes próprios, com torcida que acompanha as competições. Em linhas gerais, atuam de uma a três vezes ao longo da semana (considerando jogos e treinos), sendo que 79% das equipes treinam de uma a duas horas em cada encontro, que ocorrem sobretudo aos fins de semana (durante a tarde) e de segunda a sexta (à noite). A maioria das equipes não conta com patrocínios, porém cerca de 51% conta com doações e 43% com contribuições próprias das jogadoras, além de realizarem outras ações para arrecadar dinheiro, especialmente para custear transporte e uniformes, os itens considerados mais caros para se manter uma equipe feminina, segundo as/os interlocutoras/es. As equipes atuam, majoritariamente, nos mesmos locais onde treinam, que são principalmente campos de grama sintética, seguidos por quadras e campos de terra (“terrão”). Embora em 87% das entrevistas esses campos foram considerados seguros, questões de gênero, segurança pública e tráfico foram mencionados como motivos de insegurança.

Sobre as jogadoras, especificamente, destaca-se a faixa etária entre 18 e 30 anos como a mais representativa entre as praticantes, que são, em sua maioria, mulheres negras, trabalhadoras e mães que estudaram até o Ensino Médio, sendo destacável, contudo, o número daquelas que cursam ou já cursaram o Ensino Superior. As/os interlocutores/as afirmaram que 27% das equipes possuem ou já possuíram jogadoras trans, 80% possuem jogadoras que jogam em mais de um time, sendo que 79% delas são ou já foram federadas. Também informaram que elas procuram o futebol, inicialmente, por lazer ou pela socialização relacionada à prática, tendo o transporte público como principal meio para jogar.

A produção, sistematização e análise quali-quantitativa dos dados e depoimentos coletados por meio do questionário e do exercício de escuta permitiram, além de traçar um perfil das jogadoras, dirigentes e demais envolvidas

com o universo varzeano, compreender agenciamentos e negociações relacionados à Liga Feminina de Futebol Amador e às dinâmicas urbanas paulistanas. Sobre tais dinâmicas, a pesquisa revelou que o circuito varzeano de mulheres se potencializou nas periferias, como desdobramento resiliente e contraditório frente à lógica de reprodução do espaço tornado mercadoria nas regiões mais valorizadas da metrópole. Assim, é envolvido pelas problemáticas que a extensão do território periférico segue impondo ao cotidiano das pessoas, como as relações de trabalho, os direitos à moradia, transporte, esporte e cultura. Problemáticas que perpassam a organização das equipes e, em sentido amplo, a realização dos futebolis populares.

Embora o futebol varzeano de mulheres em São Paulo não se resuma ao “Maior Festival Feminino de Várzea do Mundo” organizado pela Liga Feminina de Futebol Amador, percebe-se, a partir da narrativa que abriu este artigo, que a realização do evento é um ponto nodal do circuito varzeano de futebol de mulheres da RMSF. Redes de relações futebolísticas são ampliadas a partir das conexões e trajetos que envolvem a atuação e contatos tecidos pela Liga, que pode ser considerada a principal entidade esportiva feminina e amadora da cidade. Traçar as redes de relações envolvendo múltiplas esferas sociais, aqui interligadas pelas práticas futebolísticas de mulheres, permitiu descortinar um quadro extenso de questões, dinâmicas e articulações que permeiam o circuito varzeano de futebol enquanto experiência cidadã popular.¹⁸

Portanto, ter como ponto de partida a centralidade da Liga na articulação das equipes que participaram das duas edições do festival (2019 e 2021) realizadas no Complexo Esportivo Campo de Marte permitiu não só mapear a distribuição espacial das equipes varzeanas de futebol de mulheres da região metropolitana de São Paulo, como também identificar ações, práticas e grupos que ainda se encontram numa posição de invisibilidade quando observados somente por prismas institucionais.

Para além dos principais objetivos delineados inicialmente – uma inédita cartografia do circuito varzeano de mulheres na RMSF e um perfil social das equipes,

¹⁸ SPAGGIARI. *Família joga bola: jovens futebolistas na várzea paulistana*.

jogadoras, dirigentes e demais envolvidas com a prática –, o projeto teve outros desdobramentos ao longo de sua execução que enriqueceram a proposta inicial.

A organização dos dados coletados ao longo da aplicação dos questionários via entrevistas pessoais (por telefone ou chamadas on-line) foi realizada em planilhas compartilhadas com a Liga Feminina de Futebol Feminino e o Museu do Futebol. Além da lista inicial de 100 equipes pertencentes a Liga Feminina de Futebol Amador, a pesquisa catalogou, a partir da estratégia denominada de "Traz +1", outras 46 equipes, totalizando 146 times, e mais de 20 novos contatos a serem conferidos e registrados (para evitar duplicações).

Os resultados e interpretações dos dados coletados foram apresentados aos representantes das equipes participantes da pesquisa e aos inscritos no curso de extensão durante o encontro on-line final do projeto em setembro. Essa devolutiva foi gravada e foi feita uma relatoria, o que permitiu avaliar se as percepções coletadas são realmente compartilhadas pela maioria do grupo com o qual foi realizada a pesquisa.

Por fim, após a finalização e apresentação dos resultados da pesquisa, o cronograma do projeto previa a impressão e distribuição do mapa ilustrado. Como já mencionado, essa partilha ocorreria no Maior Festival de Futebol de Várzea do Mundo, que estava sendo organizado pela Liga Feminina de Futebol Amador ao longo de 2022, mas o evento agendado para o Complexo Esportivo Campo de Marte, conforme mencionado, não ocorreu por problemáticas interpostas por parte dos organizadores deste Complexo. Além da distribuição redirecionada para o evento no SESC, supracitado, há, ainda, a previsão de partilha do material em outras competições e eventos que envolvem o futebol varzeano de São Paulo. Tal como ocorreu em 16 de julho de 2023, quando a Liga Feminina de Futebol Amador organizou a terceira edição do festival e reuniu mais de 80 times e mil jogadoras no Parque Sete Campos, em Cidade Ademar, zona sul da cidade de São Paulo.

Essa profusão de produtos permitiu desvelar um panorama atual – incipiente e tardio – das formas de se viver e jogar futebol de mulheres que se entendem e se definem como “varzeanas”, criando assim diversas formas de pertencimento a agrupamentos e localidades. O conjunto de dados empíricos levantados (sobre bairros de origem, campos de atuação, principais competições, recursos econômicos,

apropriações e deslocamentos urbanos) ajuda a problematizar a estrutura de carências e desigualdades (de gênero, classe e raça) que acompanha o desenvolvimento do futebol de mulheres nos últimos anos no Brasil.

Além disso, essa iniciativa, ao colocar em pauta a reivindicação do espaço público para práticas esportivas populares, apresenta resultados e informações relacionados a outros circuitos futebolísticos observados em contextos citadinos.¹⁹ Nesse sentido, os resultados do projeto podem, para além da contribuição ao campo acadêmico, subsidiar a formulação de políticas públicas mais inclusivas e abrangentes acerca das formas coletivas de apropriação dos espaços urbanos pelas práticas esportivas, inclusive no que se refere à patrimonialização por órgãos e departamentos históricos de proteção.²⁰

Espera-se, portanto, que as experiências aqui descritas estimulem a inferência e reflexão sobre demandas e questões (atuais e futuras) associadas às práticas populares, esportivas e culturais do circuito varzeano paulistano. Mais do que isso, que estimulem a elaboração de novos projetos participativos (coletivos e compartilhados) pelos campos de futebol de outras cidades brasileiras.

* * *

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Caroline Soares de. **Do sonho ao possível: projeto e campo de possibilidades nas carreiras profissionais de futebolistas brasileiras**. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

BIERNACKI P; WALDORF D. “Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling”. In: **Sociological Methods and Research**, 10, 141-163, 1981.

BONFIM, Aira. **Football feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941)**. Mestrado (Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais), Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2019.

¹⁹ DAMO. Futebóis – da horizontalidade epistemológica à diversidade política.

²⁰ SANTOS; BONFIM; SPAGGIARI. Mapeamento do futebol de várzea de São Paulo/SP: Reflexões para processos de proteção ao patrimônio.

CAPUCIM E SILVA, Giovana. **Narrativas sobre o futebol feminino na imprensa paulista**: entre a proibição e a regulamentação (1965-1983). Mestrado (História Social), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

DAMO, Arlei. Futebóis – da horizontalidade epistemológica à diversidade política. **FuLiA/UFMG**, Faculdade de Letras da UFMG, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, p. 37-66, 2018.

FRANZINI, Fábio. Futebol é “coisa para macho”? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. **Revista Brasileira de História**, v. 25, n. 50, p. 315-328, 2005.

GOELLNER, Silvana. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143-151, 2005.

GOELLNER, Silvana; CABRAL, Juliana. **As pioneiras do futebol pedem passagem**: conhecer para reconhecer. São Paulo: Editora Ludopédio, 2022.

GOELLNER, Silvana Vilodre; KESSLER, Claudia Samuel. A sub-representação do futebol praticado por mulheres no Brasil: ressaltar o protagonismo para visibilizar a modalidade. **Revista USP**, São Paulo, n. 117, p. 31-38, 2018.

KESSLER, Cláudia Samuel. **Mais que Barbies e ostras**: uma etnografia do futebol de mulheres no Brasil e nos Estados Unidos. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

RIBEIRO, Raphael Rajão. **A várzea e a metrópole**: futebol amador, transformação urbana e política local em Belo Horizonte (1947-1989). Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais). Escola de Ciências Sociais. Centro de Pesquisa e Documentação Histórica. Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2021.

RIBEIRO, Raphael Rajão; SPAGGIARI, Enrico. **Futebol popular**. São Paulo: Editora Ludopédio (no prelo).

SANTOS, Alberto Luiz dos; BONFIM, Aira; SPAGGIARI, Enrico. Mapeamento do futebol de várzea de São Paulo (SP): Reflexões para processos de proteção ao patrimônio. **Revista Desenvolvimento Social**, v. 28, p. 122-152, 2022.

SPAGGIARI, Enrico. **Família joga bola**: jovens futebolistas na várzea paulistana. São Paulo: Intermeios/FAPESP, 2016.

* * *

Recebido em: 15 mar. 2023.

Aprovado em: 7 fev. 2024.

Meandros da fidelização econômico-torcedora: perfis dos consumidores e motivadores do ingresso nos programas sócio-torcedor de clubes cariocas

Intricacies of economic-fan loyalty: profiles of consumers and motivators for joining the fan-partner programs of clubs in Rio de Janeiro

Jimmy Medeiros

Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro/RJ, Brasil
Doutor em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, UFRJ
E-mail: jimmy.medeiros@fgv.br

Philippe Chaves Guedon

Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro/RJ, Brasil
Doutor em História, Política e Bens Culturais, FGV

RESUMO: O presente artigo busca contribuir com o debate em torno das “disputas simbólicas e motivadoras” relacionadas aos Programas Sócio-torcedores, modalidade de relacionamento entre associações esportivas e os seus fãs. Iniciativa marcante do futebol moderno, representa a fidelização e aproximação entre clubes e torcedores por meio de uma vinculação contratual com retribuição financeira em direção ao clube. A análise do artigo busca contribuir com o olhar dos torcedores que optam pela adesão aos programas, identificando os fatores que influenciam a tomada de decisão e de que maneira funciona essa relação contratada. Para isso, o presente artigo apresenta os dados produzidos por um survey on-line sobre a experiência recente dos programas de quatro grandes clubes da capital carioca. Como resultado, o trabalho organiza um perfil do sócio-torcedor em perspectiva comparada, além de dimensionar os motivadores da adesão são multidimensionais, tendo variações entre fatores exclusivamente racionais e outros de ordem social/emocional. No polo racional, as vantagens na compra de ingresso ou a sua exclusividade para sócios-torcedores são um fator de peso na tomada de decisão.

PALAVRAS-CHAVE: Programa Sócio-torcedor; Torcedores; Futebol moderno; Marketing esportivo.

ABSTRACT: This article seeks to contribute to the debate around the “symbolic and motivating disputes” related to the Supporters Programs, a modality of relationship between sports associations and their fans. A striking initiative of “modern football” represents the loyalty and approximation between clubs and fans through a contractual bond with financial retribution towards the club. The analysis of the article seeks to contribute to the perspective of fans who choose to join the programs, identifying the factors that influence decision-making and how this contracted relationship works. For this, this article presents the data produced by an online survey on the recent experience of the programs of four major clubs in the capital of Rio de Janeiro. As a result, the work organizes a profile of the fan-member in a comparative perspective, in addition to dimensioning the motivators of adherence are multidimensional, with variations between exclusively rational factors and others of a social/emotional order. In the rational pole, the advantages of purchasing tickets or its exclusivity for member-fans are a major factor in decision-making.

KEYWORDS: Supporter Partner Program; Fans; Modern football; Sport marketing.

INTRODUÇÃO

O futebol é um dos esportes que desperta paixão, ódio e muitos outros sentimentos em vários dos envolvidos, como jogadores, dirigentes, torcedores e todos os demais. Em geral, o futebol televisionado é o de elite, dos clubes mais ricos e com os jogadores mais evidentes. O lado famoso e glamouroso ganha destaque na grande mídia, pois ele vende e é – em tese – rentável. Todavia, é apenas o cume do iceberg, dado que grande quantidade de clubes de futebol e de jogadores estão nas divisões inferiores – ou mesmo fora delas – e, em alguns casos, não operam todos os meses do ano. Jogadores precisam desempenhar outras atividades profissionais para complementar a sua renda mensal.

Atualmente, o futebol de elite, presente nas principais divisões nacionais, tende a ser cada vez mais hipermercantilizado, com salários elevados para poucos atletas, patrocínios volumosos, aumento nos valores dos ingressos, encarecimento dos produtos no interior dos estádios que estão sendo transformados em arenas multiusos. No período recente, há destaque para patrocínios de empresas do setor financeiro e, sobretudo, do ramo de apostas digitais. Tal como apontado em outras publicações,¹ o esporte está inserido dentro de uma estruturação econômica de cunho capitalista, envolvendo, portanto, fatores como o trabalho, capital, produto e consumidores. Com o desenvolvimento do capitalismo em novas formas, o futebol também é afetado.

Toda esta transformação é parte do processo de modernização do futebol.² Um fenômeno intensificado no Brasil com a realização da Copa das Confederações FIFA de 2013 e a Copa do Mundo FIFA de 2014. Priorizou-se adotar o padrão Fifa dos estádios, sendo transformado em arenas multiuso.³ No bojo do futebol

¹ DOWNWARD; DAWSON. *The Economics of Professional Team Sports*. MALAIA. O processo de profissionalização do futebol no Rio de Janeiro: dos subúrbios à Zona Sul. A inserção de negros, mestiços e brancos pobres na economia da Capital Federal (1914-1923).

² LOPES; HOLLANDA. Ódio eterno ao futebol moderno: poder, dominação e resistência nas arquibancadas dos estágios da cidade de São Paulo.

³ MASCARENHAS. Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos.

moderno,⁴ é possível ainda destacar a adequação dos horários dos jogos às necessidades e interesses das empresas televisivas, em detrimento dos interesses dos torcedores, bem como as transformações arquitetônicas para promover maior assepsia, além da busca pelo retorno financeiro com a comercialização de produtos, como roupas e tênis, pacotes televisivos (conhecidos como pay-per-view), pôsteres, jornais e revistas, jogos de videogame, copos e canecas, chaveiros e muito mais.⁵ Cumpre assinalar, no entanto, que esse fenômeno de reprodução de uma lógica desigual no esporte, especialmente no futebol, não é recente. Tal como assinala a obra clássica de Correa⁶ já há a menção do descolamento entre aqueles que operavam o espetáculo e aqueles que, em seus lugares de privilégio, usufruíam dos lucros e diversões. Além disso, a lógica de tratar o esporte, especialmente o futebol, dentro da esfera do consumo também já é um fenômeno de longa data, ainda que, como destaca Victor Melo,⁷ a sociedade do entretenimento e do consumo modificaram o patamar dessa relação, hoje colocando o esporte como um dos principais entre outros do mercado de entretenimento.

Se de um lado, a redução da capacidade dos estádios e o aumento do valor dos ingressos causou o afastamento de grupos torcedores tradicionais (como ocorrido com os geraldinos) e os de menor poder aquisitivo⁸ de outro há o afastamento de grupos violentos por conta das sanções impostas pela criação do Estatuto do Torcedor (Lei 10.671/2003). Estes perfis torcedores não estão "adequados" aos novos tempos futebolísticos de elite e estas tensões solucionam a seleção daqueles que frequentarão as arquibancadas.

Apesar disso, há a incorporação de novos grupos torcedores adeptos deste novo formato de arena, tida como mais confortável, seguro e que oferece uma experiência torcedora mais asseada. É a passagem de um ethos torcedor para um

⁴ A expressão "futebol moderno" está sendo utilizada como forma de demarcar a hipermercantilização do futebol e as consequências ao público que o pratica e consome, tal como demonstram Lopes e Buarque de Hollanda (2017). O processo de codificação histórica das práticas esportivas e de lazer podem ser revisitadas em Bourdieu (1983).

⁵ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube: uma análise dos programas sócio-torcedor cariocas.

⁶ CORREA. *Grandezas e misérias do nosso futebol*.

⁷ Entrevista concedida ao Doze Futebol em julho de 2020.

⁸ LOPES; HOLLANDA. Ódio eterno ao futebol moderno.

perfil de espectador.⁹ E esta passagem não deve ser entendida de forma dicotômica, mas em um continuum em que um clube consegue promovê-la de forma mais intensa que outros.

Neste sentido, uma faceta do futebol moderno cada vez mais estudado no Brasil é o programa sócio-torcedor (PST), um mecanismo de fidelização torcedora e modalidade de estreitamento das relações entre clube e seus torcedores. Conforme Medeiros e Guedon, é a “[...] modalidade de vinculação de indivíduos à uma instituição amada e admirada, mediante o pagamento contínuo e periódico de valores [que] tem sido bastante receptiva, considerando a quantidade de pessoas que aderiram”.¹⁰ Ou seja, tenta-se estabelecer um negócio rentável para os clubes ao passo que eles também buscam se conectar com a paixão do torcedor e oferecer benefícios aos seus filiados. Ao mesmo tempo, é parte de uma busca por garantir um constante e elevado fluxo de renda aos clubes de modo a permitir maior equilíbrio econômico-financeiro.

O PST é parte do processo de mercantilização do futebol e tem criado formas de receita contínua, seja por meio da venda de pacotes de ingresso (os chamados season tickets no exterior), seja com base em fidelização de anuidades sem garantia de benefícios concretos, ou, aos menos, referentes ao acesso facilitado às competições esportivas. Além disso, existem muitas opções, como votar no processo de escolha do presidente do clube, de receber prêmios e brindes ou ter prioridades em compra de ingressos para jogos específicos. Decerto, esta modalidade configura uma faceta do pertencimento clubístico alinhada à mercantilização futebolística que precisa ser mais bem compreendida.¹¹

Os argumentos utilizados para a fidelização econômico-financeira dos torcedores nestes programas são variados e múltiplos. Em geral, a racionalização para esta associação é “ajudar o clube”, “ter os ingressos”, “ter prioridade na compra de ingressos” ou poder comprar produtos com descontos, usualmente

⁹ HOLLANDA; MEDEIROS. Do “Colosso do Derby” a Arena do Maracanã?: a cidade, o estádio e as percepções dos torcedores de futebol sobre a Copa do Mundo 2014.

¹⁰ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

¹¹ DIAS; MONTEIRO. Marketing esportivo e valor percebido: uma aplicação da análise conjunta nos Programas Sócio-Torcedor de clubes de futebol.

pouco acionado pelos entrevistados.¹² Cabe mencionar, a associação nem sempre ocorre por torcedores residentes da cidade sede do clube de futebol, permitindo gerar receitas novas além das fronteiras da cidade do clube. Há casos de modalidades de PST desenvolvidos para aqueles torcedores consumidores que nunca irão a um jogo de futebol, pois residem em outras unidades federativas e países. Apesar disso, é uma forma de proporcionar uma efetiva vinculação entre clube e torcedor, para além dos hábitos cotidianos extra arquibancada.

Os programas sócio-torcedor de clubes cariocas, objeto deste trabalho, existem há alguns anos e é comum a troca do nome, assim que muda a gestão do clube. A quantidade de filiados oscila ao longo do tempo e costuma ter associação positiva com o sucesso esportivo em campo e o impacto de grandes contratações de jogadores, embora a regra possa ser contestada por programas com bons resultados explorando outras variáveis importantes para o torcedor.¹³ Portanto, o trabalho pretende analisar a percepção do indivíduo que optou pela filiação, seu perfil socioeconômico e as razões elencadas para a sua adesão.

Além desta seção, o artigo possui outras três, começando por uma breve revisão da literatura sobre os programas sócio-torcedores e o torcedor tido como consumidor. Esta é seguida por uma análise quantitativa de dados obtidos por meio de um survey on-line que sintetiza o perfil e os motivadores deste público ao se associar a um PST de clubes cariocas e, por fim, o fechamento com as considerações finais.

DESCORTINANDO A LITERATURA SOBRE OS PROGRAMAS SÓCIO-TORCEDOR NO BRASIL

A tendência de tratar o futebol como negócio busca beneficiar os clubes, federações e todas as instituições promotoras do espetáculo. Para além deles, em tese, busca beneficiar os seus clientes, ou seja, torcedores e/ou espectadores. Se os

¹² MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

¹³ Embora não exista bibliografia taxativa sobre essa associação, alguns elementos indicam alguma relação. Conforme aponta Saavedra (2023), em reportagem da Gazeta Esportiva, os principais clubes em número de sócios são aqueles que, em regra, tem apresentado bom desempenho em campo. A partir de dados de 2023 aponta que os clubes com melhor desempenho em anos recentes possuem maior número de filiados, como Atlético-MG (1º), Flamengo (4º) e Palmeiras (5º). Corinthians e Internacional completariam a lista.

primeiros agentes almejam o lucro, os segundos personagens querem vivenciar as experiências, usufruir o momento ou receber benefícios em troca da fidelização.

O futebol moderno pode ser segmentado em quatro etapas, desconsiderando as delimitações temporais de cada país.¹⁴ Conforme os autores, o primeiro marco do processo de mercantilização do futebol em escala global é iniciado no contexto do pós II Guerra Mundial, quando emergiu a sociedade do consumo na Europa e imperou a lógica do espetáculo no futebol com a aproximação aos empresários corporativos. O segundo marco é datado da década de 1970 com a chegada de João Havelange na presidência da Federação Internacional de Futebol (FIFA) e a emergência dos grandes contratos televisivos de futebol para todo o mundo. O terceiro marco é o famoso “Relatório Taylor”, elaborado após a tragédia de Hillsborough, em 1989, quando teve a morte de 96 fãs do Liverpool. Este documento marcou, por exemplo, o fim do alambrado em estádios ingleses, a redução da capacidade dos estádios, a utilização de cadeiras/assentos para todos os torcedores e o impedimento de torcer em pé. Por fim, o quarto marco é apontado para a imposição do uso de “arenas” em competições da Fifa, transformando a forma de torcer e modificando o ethos dos grupos torcedores.

No Brasil, a associação entre esporte e a lógica de comércio não é novidade e esteve presente desde a estrutura de profissionalização do esporte no Brasil. Conforme aponta Malaia (2008), no Rio de Janeiro entre os anos 10 e 20 já há uma estruturação incipiente de uma lógica de comercialização do esporte, sobretudo a partir da arrecadação de bilheteria – embora o fruto do espetáculo não fosse compartilhado entre todos aqueles que participavam da cadeia produtiva. A lógica de distribuição desigual foi a marca desse processo, como uma forma de frear uma possível ascensão social de operários e membros de origens sociais e raciais diferentes dos detentores do capital.

No Brasil, embora o futebol moderno tenha se intensificado com a realização da Copa do Mundo FIFA de 2014, o processo já se desenrolava nos anos

¹⁴ SANTOS; HELAL. Do espectador ao militante: a torcida de futebol e a luta pelo direito ao estádio e ao clube.

anteriores. Por exemplo, durante a década de 1990, no Brasil, foram criados estádios no modelo de arena multiuso, como o estádio do Clube Athletico Paranaense, sendo, posteriormente, modernizado para a Copa FIFA 2014. Além disso, programas sócio-torcedores existem desde o início do anos 2000, portanto, um fenômeno recente e com grande importância e interesse dos clubes e parte dos torcedores de futebol. Mas essas mudanças não seguem de forma ampla e uniforme, sendo muitas das vezes esforços pontuais.

No Brasil, a literatura dedicada ao tema tem diferentes abordagens metodológicas, como revisão da literatura e, em alguns casos, realização de trabalho de campo qualitativo e quantitativo para conhecer mais a respeito do objeto. Por exemplo, no artigo de Rodrigues¹⁵ foi analisado o caso do PST do Sport Club Internacional de Porto Alegre e o autor identificou que a modalidade associativa possui “forte apelo afetivo, capaz de envolver o torcedor”, todavia, questiona se este envolvimento perduraria, sobretudo, por conta dos resultados a serem obtidos futuramente pelo time. O autor ressalta ainda, naquele momento, a importância da receita advinda do PST para o clube, dado que em 2009 representava cerca de 30% da receita anual do clube.

Em outra publicação científica, os autores¹⁶ analisaram o PST como uma inovação na gestão dos clubes de futebol do Brasil e diagnosticam o impacto no faturamento destas instituições. Para isso, compararam a evolução da receita gerada por PST de alguns clubes e conseguiram identificar uma maior estabilidade no balanço financeiro, dado que esta receita reduz os impactos causados pelas oscilações de receita advindas com bilheteria, em caso de péssimo desempenho esportivo. Eles consideram ainda os ganhos com TV, marketing e venda de jogadores na análise. Apontam que a receita do PST funciona como um lastro, uma garantia, junto à receita de TV, que tende a ter poucas mudanças de um ano para outro. Todavia, à longo prazo, o desempenho esportivo pode impactar na receita futura do PST.

¹⁵ RODRIGUES. O programa “Sócio-torcedor” do Sport Club Internacional.

¹⁶ CARDOSO; SILVEIRA. A Importância da Adoção do Sócio Torcedor como Estratégia de Inovação para Aumentar as Receitas dos Clubes de Futebol no Brasil.

No estudo sobre o programa Fiel Torcedor do Sport Club Corinthians Paulista pela ótica do marketing de relacionamento.¹⁷ Eles compreenderam que o PST contribui para uma diferenciação torcedora, ou seja, passa a impressão de ser “mais” torcedor que os demais por manter um novo relacionamento clubístico. Ao mesmo tempo, o PST contribui em fidelizar o associado como um consumidor da marca. Ao que tudo indica, o esforço corinthiano busca emplacar mais recursos por meio do sentimento de diferenciação do associado frente aos demais companheiros de arquibancada.

Em um artigo¹⁸ mais amplo, sem considerar apenas um clube, os autores identificaram que a adesão ao PST – ou seja, a formalização de uma obrigação regular e frequente de um compromisso econômico – está associada ao momento da relação entre torcedor com o time, assim como a percepção de vantagens a serem obtidas e, sobretudo, do valor a ser cobrado. Para os clubes e os gestores dos seus PST é difícil dosar o valor de mercado, dado as dificuldades econômicas recentes, e divulgar as ações no momento certo, quando o produto PST tende a ser mais bem recebido pelo torcedor-consumidor.

Por meio da aplicação de questionários e realização de entrevistas semiestruturadas com os torcedores belo-horizontinos, dois autores¹⁹ identificaram potencial de consumo de serviços por parte dos entrevistados, assim como, a naturalização desta nova modalidade de associação torcedora-clubística. Assim, a lógica empresarial mercantilista está cada vez mais consolidada no meio futebolístico e é uma tendência sem volta, pois os valores cobrados pelos ingressos aos estádios não devem reduzir e, muitas das vezes, ter o vínculo PST tende a configurar um desconto na compra do ingresso ou mesmo a isenção dela.

Adicionalmente, outros autores²⁰ conduziram um survey on-line para tentar identificar como os programas de fidelização econômico-torcedora

¹⁷ MARTINS; LAS CASAS. O Programa Sócio-torcedor e o marketing de relacionamento no futebol: o caso do Corinthians.

¹⁸ PEREIRA; PESSÔA; FERREIRA; GIOVANNINI. Torcedor-consumidor: fatores que afetam a adoção do programa sócio torcedor.

¹⁹ SANTANA; SILVA. O processo de mercantilização do torcer em Belo Horizonte: reflexões a partir de um programa de sócio torcedor.

²⁰ MONTEIRO; DIAS; CARVALHO. Amor à marca no marketing esportivo: proposição de um modelo relacional dos vínculos emocionais e afetivos nos programas sócio torcedor.

construíam os vínculos entre clubes e seus torcedores. Os autores apontaram que os PST permitiam estabelecer vínculos emocionais e afetivos entre clubes e torcedores mais fortes que antes da sua existência. Estes laços são estabelecidos com base nas ideias de “valor, amor à marca, satisfação e lealdade” ao clube. Isso possibilita que os gestores dos clubes criem laços mais intensos e, ao mesmo tempo, possam oferecer um serviço mais adequado aos interesses dos seus associados, por exemplo, maior conforto e segurança nos estádios.

Tentando compreender os motivadores da associação econômico-torcedora, dois autores²¹ por meio de entrevistas em profundidade analisaram os PST dos clubes cariocas alinhados ao “Programa Futebol Melhor”. Medeiros e Guedon identificaram que a:

[...] adesão ao PST não proporciona um bom “custo-benefício” ao bolso do torcedor. As entrevistas permitem observar que a adesão e a manutenção nos programas de sócio-torcedor são decisões permeadas por explicações multicausais, que confluem vantagens materiais e elementos de ordem emocional. Os sócio-torcedores utilizam das vantagens na compra de ingressos e acesso aos estádios; tanto quanto da narrativa de que ajudam o clube financeiramente. Cabe, portanto, aos clubes terem atenção a esses pontos, ampliando as razões para o ingresso nos PSTs.²²

Em outro trabalho, dois autores²³ elaboram uma reflexão teórica sobre torcedores como consumidores e eventos esportivos como experiência a serem fruídas. Os autores utilizaram referencial mercadológico norte-americano e europeu para apontar possibilidades para o mercado brasileiro. Os autores apontam que a “ligação entre o engajamento dos torcedores e os comportamentos de compra do torcedor podem ser explicadas pela teoria do envolvimento do cliente”, ou seja, o consumo está intimamente conectado com os interesses e preferências pessoais, assim como aos seus valores morais e éticos. Esse interesse por um determinado produto ou serviço pode ser sedimentado com base em uma influência do clube de futebol do coração, através da divulgação feita por ele aos seus associados. Em sequência, a escolha por uma marca pode ser ponderada com base na conexão fortalecida com a fidelização via PST.

²¹ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

²² MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

²³ SILVA; CASAS. Torcedores enquanto clientes: esportes enquanto experiências.

As aproximações comerciais entre marcas e clubes estão focando nas possíveis vantagens ventiladas com base no “comportamento do consumidor” destes torcedores. Assim, a associação positiva de marcas no futebol pode ser extrapolada para satisfazer as necessidades por produtos ou serviços dos torcedores. Além disso, quanto maior o público torcedor, maior tende a ser a visibilidade das marcas associadas.

Com relação à exposição de marca em camisas dos clubes de futebol e a tendência de gerar algum interesse dos torcedores pelo produto, com base nas premissas de marketing esportivo, o relacionamento entre clubes de futebol e seus patrocinadores pode gerar associação positiva deste com os torcedores da instituição esportiva. Este recurso pode ser positivo para marcas novas em um mercado ou aquelas que buscam um reposicionamento. Por exemplo, uma bebida energética ao ingressar no mercado brasileiro patrocinou um grande clube de futebol. Ao mesmo tempo, uma empresa de empréstimos financeiros, conta corrente e de cartão de crédito focado no público B e C estampou sua marca na parte principal de outro grande clube de futebol. Além dos seus produtos já conhecidos pela população, a empresa lançou novos produtos para consumo específico dos torcedores daquele clube.

Ficou evidente que a aproximação de empresas e clubes de futebol passou da simples exposição de marcas para a modelagem de produtos específicos para os torcedores de cada clube. É um desdobramento do futebol como forma de criar novos negócios. Em 2022, por exemplo, o Banco BMG criou um cartão específico para torcedores vascaínos, quando do lançamento do patrocínio. A empresa tinha feito o mesmo produto para torcedores de Corinthians, Atlético Mineiro e Ceará e informava que a aquisição do produto geraria benefícios para o time do coração do torcedor.

No âmbito dos PST, o consumo de produtos e serviços pode acontecer a partir da oferta de descontos e cashbacks que são oferecidos aos associados. No entanto, em outro artigo²⁴ foi identificado baixo interesse dos associados por estas vantagens. De longe, isso não representa peso no ato decisório de ingressar no PST. Mas, marginalmente, pode representar uma contribuição no convencimento.

²⁴ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

De forma complementar, outros dois pesquisadores se debruçaram²⁵ sobre as estratégias do marketing de relacionamento na gestão de quatro clubes brasileiros: Flamengo, Corinthians, Palmeiras e São Paulo. Segundo os autores, a oferta de PST é o “carro chefe” das modalidades de relacionamento com os torcedores. No entanto, o uso do sentimento de “paixão” pode impulsionar o consumo dos torcedores por outros serviços e modalidades de relacionamento. Por exemplo, Corinthians e São Paulo ofereciam oportunidades de “experiência inesquecível” aos associados em atividades no clube e em dias de jogos para tentar maior prospecção e fidelização dos seus associados. Importante mencionar, a variedade de ações de marketing tem o objetivo de tornar o seu torcedor um cliente mais lucrativo ao clube do que evitar que o cliente vá para o concorrente. Afinal, isso dificilmente ocorre no meio futebolístico, sendo uma preocupação maior em outros mercados de consumo.

Além disso, outro trabalho²⁶ sobre os PST no Brasil buscou compreender o comportamento de compra dos sócio-torcedores. Os autores enumeram que os serviços e produtos mais disponibilizados aos torcedores são os ingressos, os descontos para aquisição de ingressos, além dos descontos para a aquisição de produtos e serviços na rede “Por um futebol melhor”. Mais ainda, observaram que vários clubes ofereciam produtos de cunho emocional, mecanismo que tende a fortalecer os seus programas por facilitar elevar a quantidade de associados. Ou seja, argumento similar às experiências inesquecíveis apontadas em outra referência presente na literatura.²⁷

Adicionalmente, é possível encontrar uma pesquisa²⁸ que aprofunda a análise das “disputas simbólicas pelos significados do torcer” no contexto carioca do futebol brasileiro. Os autores analisaram, por meio de dados de um survey online com sócio-torcedores, a percepção deste grupo a respeito de outro agrupamento de torcedores que recebe maior atenção da academia e da mídia: os

²⁵ NETO; MARTINS. Marketing de relacionamento na gestão do futebol: identificação e comparação das ações em quatro clubes brasileiros.

²⁶ CAMPOS; MELO. Programas sócio-torcedores de clubes do futebol brasileiro.

²⁷ NETO; MARTINS. Marketing de relacionamento na gestão do futebol: identificação e comparação das ações em quatro clubes brasileiros.

²⁸ MEDEIROS; HOLLANDA. Sócios-torcedores versus torcidas organizadas? Disputas simbólicas e representações coletivas do torcer no futebol do Rio de Janeiro.

torcedores membros de torcidas organizadas. A proposta foi buscar compreender melhor as “diferenças internas no espectro do clubismo” e identificaram que os sócio-torcedores, em consonância com a pauta midiática-policial-penal, criticavam a recorrência da violência associada a este público, todavia, por outro lado valorizavam o “papel desempenhado por diferentes coletividades de torcedores organizados na ambiência dos estádios”.

Por outro lado, três autores²⁹ fazem um contraponto às perspectivas positivas de transformar o torcedor em consumidor deste processo de modernização do futebol e ressaltam consequências negativas de possível segregação social nos espaços dos estádios de futebol. Preocupados com a elevada desigualdade social brasileira e as consequências proporcionadas pela adoção intensa da modernização do futebol, os autores citam, sobretudo, as alterações estruturais nos estádios e a elitização do frequentador das arquibancadas, visto que este processo abriu os portões dos estádios aos torcedores de maior poder aquisitivo, em benefício da mercantilização e “alterando os sentidos e as formas de se torcer”. Conforme os autores, a elitização do futebol faz com que os estádios – ou melhor, as arenas – passem a “comportar apenas alguns grupos sociais” e, com isso, põe fim à diversificação social nas arquibancadas e na ocupação dos espaços.

Decerto, a segregação sempre existiu nos estádios.³⁰ Os antigos frequentadores da geral do Maracanã, em sua maioria, eram torcedores de menor poder aquisitivo, dado que ali era o setor com pior visual do campo. Porém, o processo de setorização dos estádios e a sua transformação em arena intensificou este processo. Além disso, expulsou grande contingente de torcedores de baixa renda dos estádios. Por conta dessa questão, criar mecanismos para incluí-los novamente neste mercado é importante para reestabelecer a conexão entre clube e todos os seus torcedores. Por certo que esse movimento tem suas nuances a depender do patamar da prática esportiva e a sua relação consumidor-produto, considerando que séries de

²⁹ CARVALHO JÚNIOR; TEIXEIRA; XAVIER. Programa Sócio Torcedor e a segregação social dos espaços nos estádios de futebol.

³⁰ CORREA. *Grandezas e misérias do nosso futebol*. Editora Livros de Futebol.

acesso ao campeonato principal brasileiro possuem barreiras de acesso significativamente menores, o que afeta o perfil do consumidor.³¹

A importância desses programas está bem consolidada.³² Ademais, considerando os PST, os clubes de futebol cada vez mais diversificam os serviços e aprimoram seus programas. Cada clube busca desenhar o seu programa dentro das suas possibilidades estruturais, do interesse dos seus torcedores e da criatividade de gestão. Conhecer mais sobre estes mecanismos é fundamental para aprimorar o seu funcionamento, em benefício do torcedor, do clube e do futebol.

PERFIL DOS SÓCIO-TORCEDORES DE CLUBES CARIOCAS EM PERSPECTIVA

Em 2020, nos primeiros meses da pandemia do Covid 19, foi conduzido um survey on-line com torcedores dos quatro principais clubes de futebol da cidade do Rio de Janeiro. O tema central da pesquisa era a percepção deles a respeito dos programas de fidelização econômica de torcedores, popularmente chamados de programas sócio-torcedores (PST), dos quatro principais clubes da capital fluminense.

Cabe mencionar, a pesquisa foi conduzida através de redes sociais, como Facebook e Instagram, postando uma apresentação dos objetivos da pesquisa e uma breve descrição do conteúdo do questionário, seguido de um convite para participar do estudo e um link que direcionava para o questionário on-line composto por cerca de 40 perguntas. A elaboração e gestão do survey ficaram a cargo dos próprios autores do presente artigo, que utilizaram uma plataforma privada de coleta de respostas a partir de um link gerado. A pesquisa coletou dados de abril de 2020 até o início do mês de julho do mesmo ano.

Para alcançar o maior público possível com interesse no tema da investigação e, por conseguinte obter uma amostra razoável para o estudo, os pesquisadores publicaram a postagem em mais de vinte e cinco páginas do

³¹ Em parceria com o jornal esportivo Lance!, a Pluri Consultoria fez um levantamento sobre o preço médio das entradas nos estádios do país nas séries A e B e demonstrou os valores médios menores associados às competições de menor apelo midiático. Excerto disponível em: <https://www.sambafoot.com/br/noticias/levantamento-traz-times-das-series-a-e-b-que-cobram-o-ingresso-mais-caro-no-brasil-veja-lista> (Acesso em 07/09/2023)

³² CARDOSO; SILVEIRA. A Importância da Adoção do Sócio Torcedor como Estratégia de Inovação para Aumentar as Receitas dos Clubes de Futebol no Brasil.

Facebook relacionadas aos quatro principais clubes do Rio de Janeiro. Em geral, as páginas utilizadas para postar a divulgação da pesquisa reuniam alguns milhares de pessoas e nelas eram compartilhadas informações, notícias e fatos sobre o cotidiano do clube, gerando debate entre os participantes. Algumas dessas páginas tinham tanto o ingresso, quanto a publicação de postagem controladas, desta forma, os responsáveis pela condução do survey solicitavam o ingresso no grupo e, em seguida, solicitavam aos moderados para efetuarem a postagem de divulgação da pesquisa. Algumas outras páginas que reuniam pessoas com interesse nos seus “clubes do coração”³³ foram descartadas por terem baixo quantitativo de curtidas ou sem postagem recente, aparentando ser uma “página morta”, ou seja, sem uso frequente. Em convite, mencionava que se tratava de um estudo acadêmico liderado pelos referidos pesquisadores e que tinha como objetivo compreender as razões para associação, o perfil dos associados e a relação construída com os clubes.

Importante mencionar, contou também com a divulgação de influenciadores dos clubes cariocas em suas redes sociais, auxiliando no recrutamento de entrevistados. Assim, ainda que os resultados aqui apresentados não digam respeito a uma amostra aleatória, que seria inviável a partir do desenho de pesquisa adotado, a condução do survey buscou ampliar o alcance do questionário para além das relações dos pesquisadores e apresenta dados preliminares e introdutórios para analisar o fenômeno da adesão aos programas de sócio e os modos de torcer e se relacionar com o clube a partir disso.

O resultado desta iniciativa proporcionou um banco de dados com 331 respostas, sendo 321 válidas, ou seja, questionários preenchidos por torcedores dos quatro grandes clubes cariocas. A quantidade de entrevistas obtidas permite³⁴ que identifiquemos certos padrões e percepções diferenciadas entre o “torcer e aderir” a depender dos clubes. É, decerto, um desdobramento de trabalho anterior,³⁵ dado que foca no público sócio-torcedor desses clubes da capital fluminense. Além disso, o estudo anterior tinha como orientação metodológica a abordagem qualitativa, enquanto, neste valem-se de recursos quantitativos.

³³ DAMO. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo.

³⁴ BABBIE. Métodos de pesquisa survey.

³⁵ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

O questionário “Torcer e aderir: visões sobre o Sócio-Torcedor no Rio de Janeiro” iniciou com a pergunta sobre o clube do entrevistado. Dois clubes contaram com maior número de entrevistados: Clube de Regatas Vasco da Gama (33%) e Clube de Regatas Flamengo (32,7%), ao passo que os demais entrevistados contaram com quase a metade das entrevistas dos dois anteriores, sendo o Fluminense Football Club com 17,9% e o Botafogo de Futebol e Regatas com 15,4%. Os clubes de fora do Rio de Janeiro foram descartados da análise que se segue (Gráfico 1). Embora não reflitam a distribuição dos torcedores pelos clubes, a semelhança da distribuição na sociedade, a sua consideração é importante para ressaltar os possíveis vieses amostrais, que refletem mais a capacidade de conversão das páginas no recrutamento de respondentes do que o quantitativo. Importa, no entanto, que as análises são realizadas de maneira intra-grupo, não afetando o número de respondentes de cada subgrupo de torcida para a análise dos demais.

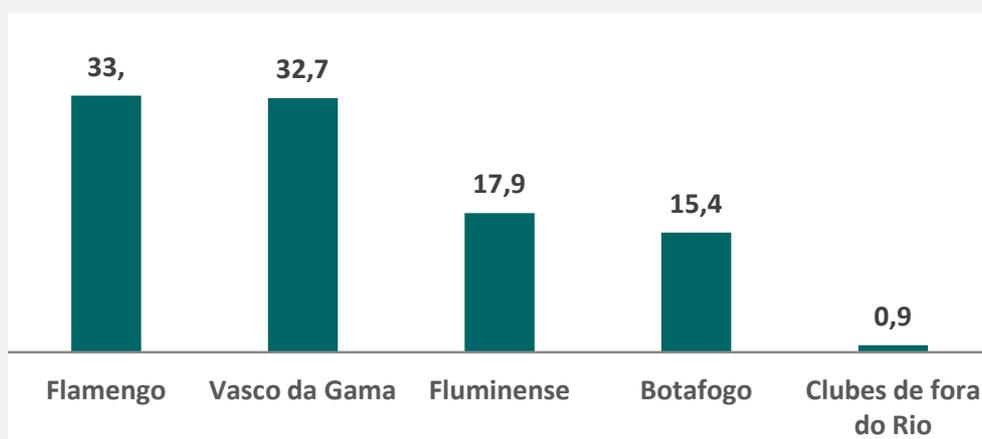


Gráfico 1 - Clubes dos sócio-torcedores entrevistados (%).

Na sequência, objetivou-se reconstituir o perfil socioeconômico dos sócio-torcedores. Conforme exposto em outras publicações,³⁶ esse aspecto é importante, uma vez que os programas de associação vinculam o aspecto econômico à dinâmica torcedora. Sendo assim, considerando os aportes mensais necessários para a manutenção da filiação, indica-se um perfil mais elitista do ponto de vista

³⁶ CAMPOS; MELO. Programas sócio-torcedores de clubes do futebol brasileiro. MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

socioeconômico, se comparado ao perfil médio do cidadão brasileiro, dado que é necessário garantir um fluxo contínuo de transferência de renda do torcedor para o seu “clube do coração”. Isso é confirmado nos dados encontrados no survey.

Inicialmente, o questionário permitiu identificar que 57% dos entrevistados trabalhavam. Os demais ou não trabalhavam – eram aposentados, pensionistas ou desempregados – ou estavam estudando. Todavia, não trabalhar não significa que o entrevistado não seja um consumidor, pois ele acaba influenciando seus responsáveis ou outras pessoas pela aquisição de produtos e serviços, como o PST. Para além dos benefícios diretos de ser um associado ao PST, é interessante apontar para o argumento de que a associação, algumas vezes, é uma forma de tornar “mais torcedor” que os demais parceiros de clube e arquibancada.³⁷

Em sequência, na ausência de uma pergunta direta sobre a renda mensal do entrevistado – sendo esta uma opção dos pesquisadores para evitar abandono do questionário e/ou prezar pela qualidade do dado a ser produzido, pois a pesquisa ocorreu em ambiente on-line e declarar esta informação poderia ser vista com desconfiança pelos participantes – foi decidido utilizar os dados de escolaridade como uma proxy, visto que no Brasil quanto maior o grau de escolaridade, maior tende a ser a renda do indivíduo.³⁸ Com isso, nos valem do perfil educacional formal dos entrevistados para – indiretamente – conhecer o perfil econômico-financeiro dos entrevistados. Conforme o gráfico 2, os dados apontam para uma sobrerrepresentação de indivíduos portadores de nível superior de ensino (34% da amostra), bem como o alto número de sócio-torcedores que cursam ou cursaram especialização, mestrado ou doutorado (32%). Os dois grupos reúnem 2/3 da amostra entrevistada. A título de ilustração, conforme o Censo Demográfico Brasileiro de 2010 do IBGE, no estado do Rio de Janeiro apenas 14,31% da população tinha o ensino superior completo ou mais.

Ademais, no estado do Rio de Janeiro, a presença de pessoas com 25 anos ou mais com o ensino fundamental completo (17,3%) é superior aos dados mensurados pela pesquisa (apenas 4%) e, em maior medida, a população com o

³⁷ MARTINS; CASAS. O programa sócio-torcedor e o marketing de relacionamento no futebol.

³⁸ FRANÇA. Relação entre escolaridade e renda no Brasil na Década de 1990. SALVATO; FERREIRA; DUARTE. O impacto da escolaridade sobre a distribuição de renda.

ensino fundamental incompleto apresentou uma distância ainda maior, dado que 38,3% do total dos residentes no estado do Rio, conforme o Censo do IBGE de 2010 tinha este grau de escolaridade e na amostra esse perfil obteve 0%. Desta forma, considerando a associação entre grau de instrução e a renda individual mensal, reforça-se a ideia de que a adesão aos PST faz parte de um processo de elitização do futebol brasileiro, com o fortalecimento da ideia de torcedor-consumidor.³⁹

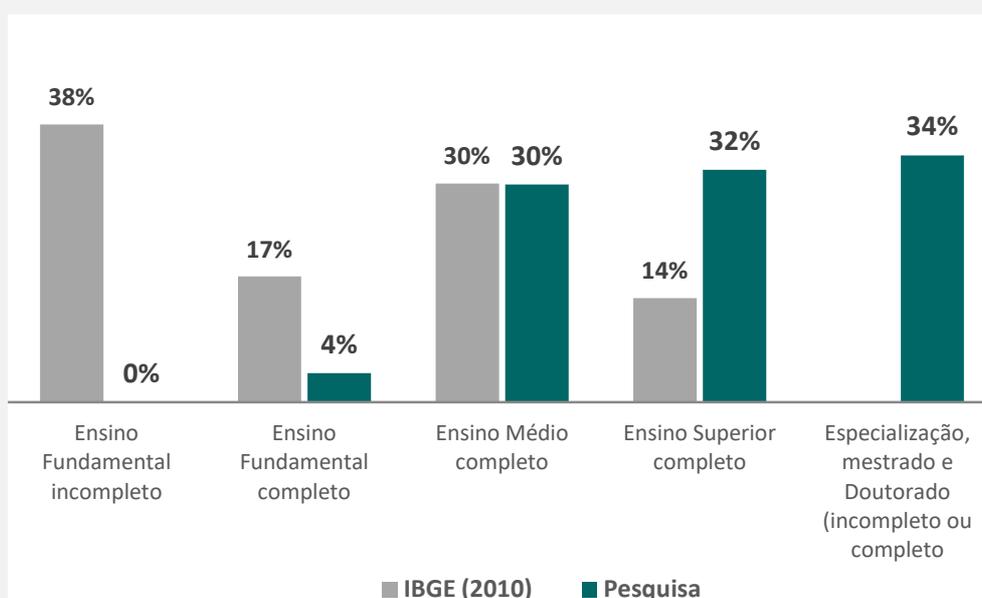


Gráfico 2 - Grau de escolaridade dos entrevistados, sócio-torcedores (%).

Esses dados apontam uma distância entre o público pesquisado que se autointitula membro de programas sócio-torcedores em detrimento à população fluminense em geral (Gráfico 2). O resultado reforça a ideia de segregação,⁴⁰ dado que parte da população está alijada dos estádios de futebol. Ao menos, pela via do PST, isso ocorre de forma indireta, pois quando o clube ao lançar um programa desta modalidade, tende a aumentar o valor cobrado pelo ingresso unitário para forçar a adesão aos PST, buscando demonstrar que é financeiramente mais vantajoso.⁴¹

³⁹ CARVALHO JÚNIOR TEIXEIRA; XAVIER. Programa Sócio Torcedor e a segregação social dos espaços nos estádios de futebol.

⁴⁰ CARVALHO JÚNIOR TEIXEIRA; XAVIER. Programa Sócio Torcedor e a segregação social dos espaços nos estádios de futebol.

⁴¹ Esse indício pode ser atestado em argumentos utilizados pelos próprios clubes, como é o caso de Nota Oficial produzida pelo Botafogo Futebol Clube, em 2012, disponível em: <https://www.sambafoot.com/br/noticias/botafogo-explica-aumento-no-valor-dos-ingressos-com->

No que concerne ao gênero dos entrevistados, conforme o esperado, o universo dos participantes é majoritariamente masculino: 82% do total frente aos 18% de feminino. Embora a presença feminina nas arquibancadas venha crescendo nos últimos anos, a expectativa por uma amostra amplamente composta por homens se dava por resultados obtidos em outros surveys com torcedores. Por exemplo, em São Paulo, 86% dos torcedores organizados nos estádios eram do sexo masculino, ao passo que em estudo similar realizado pelos autores no Rio de Janeiro esse percentual chegou a 91%.⁴²

Ainda que os clubes tenham, recentemente, adotados posturas promotoras de uma maior inclusão e participação feminina, como nas campanhas no dia e no “mês da mulher”, é perceptível que ainda há um longo caminho para se reduzir o hiato entre homens e mulheres nas arquibancadas. Nesse sentido, há indicações de que tem sido cada vez maior o número de mulheres que vão ao estádio, assistem aos jogos pela TV e compram produtos de futebol.⁴³

Complementando o perfil dos entrevistados, o gráfico 3 apresenta a distribuição da idade em faixa do público presente na amostra pesquisada, no momento da realização das entrevistas. Cabe destacar que 69% da amostra é composta por pessoas com idade entre 25 e 59 anos, em idade ativa. Apesar disso, ¼ da amostra tem menos de 25 anos de idade, público ainda jovem e que em grande parte necessita receber recursos dos responsáveis para manter este compromisso financeiro regular, além do uso de cartão de crédito. Todavia, muitos PST exigem um compromisso financeiro relativamente baixo para o público pesquisado, como os R\$19,90 mensais cobrados pelo plano “Branco” do Programa Camisa 7⁴⁴ do Botafogo de Futebol e Regatas.

[defesa-ao-plano-de-socio](#) (Acesso em 12/09/2023). E para manter o exemplo no mesmo clube, em 2023, no início do campeonato Brasileiro da CBF o clube aumentou o valor do ingresso, reeceiving crítica dos seus torcedores e, ao mesmo tempo, os sócio-torcedores recebiam descontos vantajosos para a aquisição do bilhete de entrada.

⁴² HOLLANDA; MEDEIROS. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo.

⁴³ COSTA. O que é uma torcedora? Notas sobre a representação e auto-representação do público feminino de futebol.

⁴⁴ Mais informações em <https://camisa7.botafogo.com.br/planos>

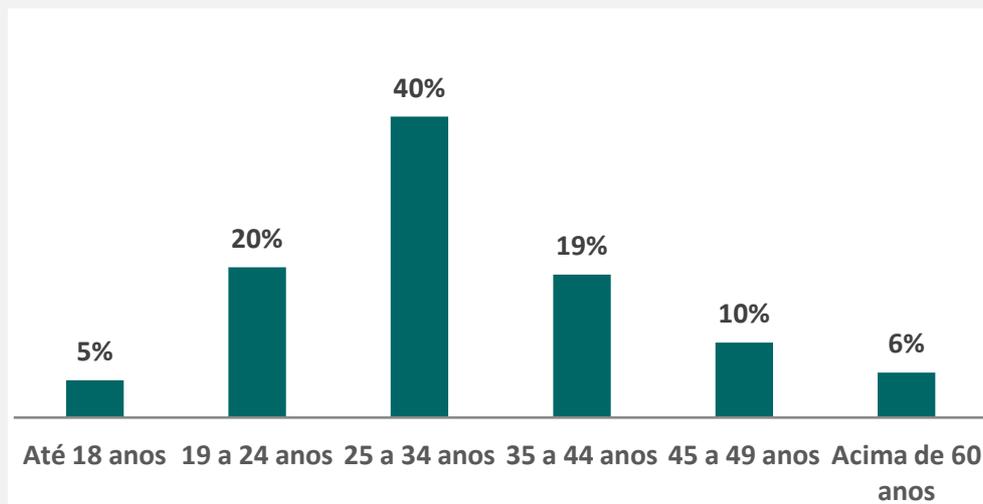


Gráfico 3 - Gênero e idade dos sócio-torcedores entrevistados (%).

VISÕES SOBRE OS PROGRAMAS SÓCIO-TORCEDORES DE CLUBES CARIOCAS

Uma vez conhecido o perfil geral do participante da pesquisa, são apresentados resultados interessantes sobre preferências e hábitos dos entrevistados, assim como um aprofundamento dos motivadores para o ingresso nos programas sócio-torcedores dos clubes cariocas.

Considerando o ano anterior ao da realização do trabalho de campo da pesquisa, o gráfico 4 apresenta a quantidade mediana e média de vezes que os entrevistados foram ao estádio para ver a jogos do seu clube do coração. Por exemplo, os torcedores do Flamengo relataram terem ido, em média, 16 vezes aos jogos, ao passo que os do Fluminense apontaram 15 idas aos estádios, para o mesmo período. Torcedores do Botafogo e Vasco indicaram, respectivamente 11 e 8 vezes nos estádios para assistir jogos dos clubes que torcem. Se considerado o valor mediano, o ordenamento clubístico se mantém, porém as diferenças se modificam. A diferença do Flamengo para o Fluminense passa de 1 para 4 idas. Entre Fluminense e Botafogo a diferença está mantida, todavia, do Botafogo para o Vasco passa de 3 para 1 (gráfico 4).

Indícios apontam que esses valores estão fortemente impactados pelos resultados no campo, tal como já foi vislumbrado por Medeiros e Guedon (2020) Por exemplo, em 2019, um ano anterior ao da pesquisa de campo on-line, o desempenho do Flamengo foi de muitas vitórias e conquistas, ao passo que

Botafogo e Vasco tiveram desempenhos distantes desse padrão. Ademais, a falta de dados deste tipo com outros tipos de torcedores deixa a análise sem referências, pois há uma hipótese de que a filiação nestes programas é maior quando há oferta de gratuidade de tíquetes de entrada nos estádios para os socio-torcedores.

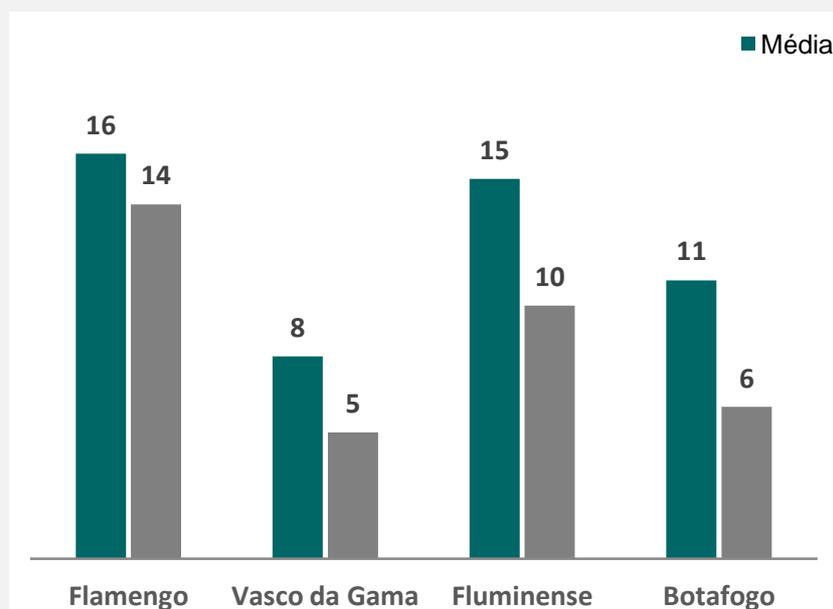


Gráfico 4 - Frequência de acesso aos jogos por clube (n).

Esse desempenho reflete, de certa forma, na percepção geral do torcedor nas demais esferas clubísticas e na sua relação com o time, com o clube e com o programa sócio-torcedor. A aquisição de produtos oficiais e o consumo de notícias tendem a ser impactados também. O estudo dimensionou a frequência de acesso ao noticiário relacionado ao clube, apresentando resultados bastante alinhado aos achados em outra referência.⁴⁵ Decerto, há um viés na seleção do entrevistado para a presente pesquisa, visto que o convite para acessar ao questionário foi disponibilizado em páginas de redes sociais relacionadas aos clubes em foco. Assim, foi alcançado o torcedor que busca receber este tipo de informação no seu cotidiano. Caso a amostra fosse composta de forma aleatória e selecionando diferentes tipos de torcedores, os dados deveriam ter um resultado diferente do

⁴⁵ PEREIRA; PESSOA; FERREIRA; GIOVANNINNI. Torcedor-consumidor.

apresentado no gráfico 5, pois o consumo de notícia relatado sobre o clube é, em grande medida, quase que diário.

A título de ilustração, 75% dos torcedores do Flamengo – em um ano diferenciado – acessavam notícias do clube todos os dias da semana. Em sentido contrário, apenas 10% deles faziam isso em até 3 dias da semana. Dentre torcedores do Botafogo, por exemplo, 68% acessavam notícias do clube todos os dias da semana, ao passo que outros 12% o faziam de 1 a 3 dias da semana. Já os torcedores do Vasco, o consumo diário foi relatado por 65% e este ato entre 1 e 3 dias ocorreu em 14% dos entrevistados. Por fim, dentre os tricolores cariocas, este hábito diário foi citado por 55% e, em sentido contrário, o consumo de 1 a 3 dias era feito citado por 15% (gráfico 5). Cabe chamar atenção para a influência do desempenho esportivo dos clubes no momento da pesquisa. Para aprofundar nesse entendimento, seria necessário replicar esta mensuração em outro contexto esportivos para verificar possíveis mudanças e diferenças.

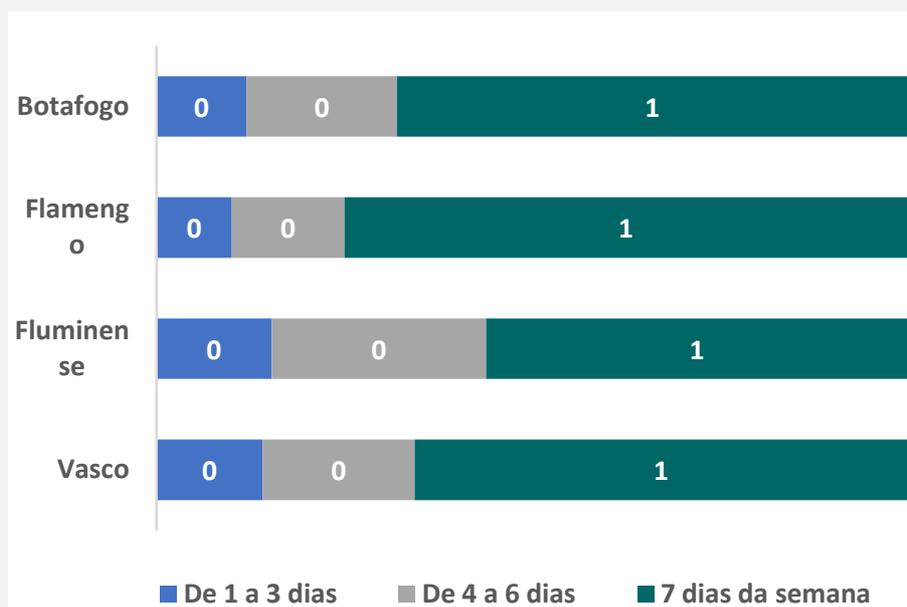


Gráfico 5 - Frequência de acesso a notícias do clube.

Outro aspecto para permitir aprofundar no entendimento do relacionamento dos entrevistados com os PSTs – que estão filiados ou já se filiaram, em algum momento – é a avaliação geral do programa sócio-torcedor, com base em valores médios e medianos de nota atribuídas entre 0 e 10. Se

considerarmos os valores medianos, torcedores do Botafogo, Vasco e Fluminense avaliam os PST dos seus clubes na mesma medida, sempre com nota 8. Por outro lado, os torcedores do Flamengo são mais críticos, afinal atribuem nota mediana equivalente a 6. E isso é interessante, pois embora a satisfação esportiva com o clube fosse alta, isso não reflete em uma boa satisfação com o PST da instituição.

Se considerarmos as notas médias, o Flamengo, novamente, apresenta avaliação destacadamente negativa. Um estudo⁴⁶ anterior apontou que ter o vínculo com o PST deste clube naquela época não configurava a certeza de ter ingresso para frequentar o estádio em dias de jogos do clube, apenas um desconto na aquisição do ingresso, além de ter uma certa posição na fila para compra de ingressos, ou melhor, uma antecedência datada específica para a compra dos ingressos, o que pode ser um indício importante para a má avaliação. Assim, nem sempre representava uma certeza que iria comprar o tíquete de entrada. Nos PSTs dos demais clubes cariocas, o plano já configurava a posse do ingresso ou ter direito a um desconto fixo para a aquisição deles. A despeito disso, uma conclusão definitiva requereria um outro desenho de pesquisa, levando em consideração uma pesquisa longitudinal com sócios-torcedores e suas práticas de consumo no decorrer do tempo, entre os programas de sócios.

Há casos em que o vínculo econômico configura participação nas decisões dos clubes. Por exemplo, a mensalidade 22 Reais era suficiente para o torcedor colorado do Sport Club Internacional participar diretamente na escolha do presidente do clube.⁴⁷ Na capital fluminense este tipo de ação ainda não era disseminado. Existia a possibilidade para o torcedor do Fluminense, ainda que fosse em seu plano mais caro e somente após um longo período de vinculação. No Botafogo exista uma promessa para tal, mas não avançou a ser oferecida aos torcedores, ficando somente restrita para os sócios patrimoniais. Esse grupo e os seus impactos particulares merecem atenção em estudos posteriores.

⁴⁶ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

⁴⁷ BARROS. O Marketing esportivo no futebol brasileiro e a transformação do torcedor em consumidor.

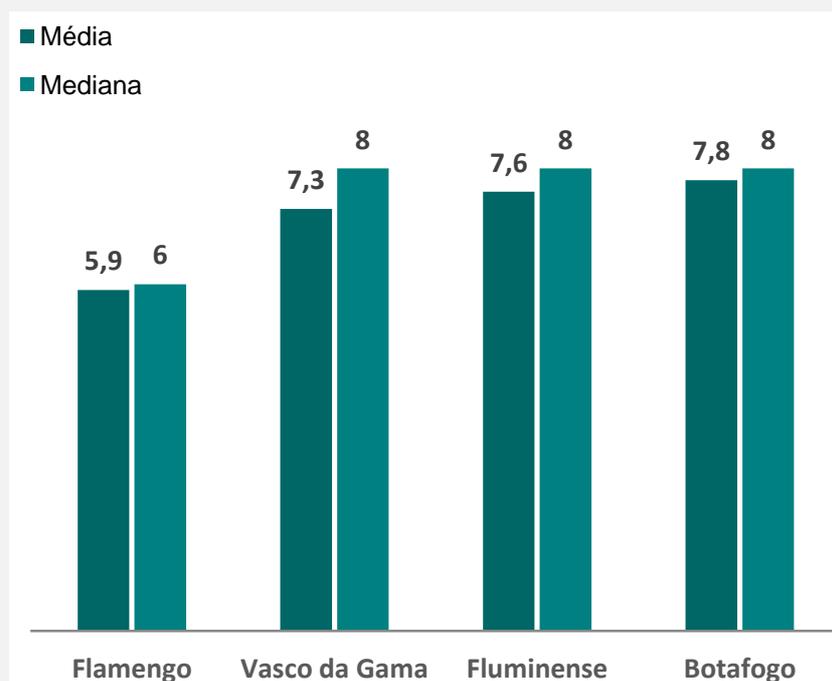


Gráfico 6 - Avaliação do programa sócio-torcedor (média da nota entre 0 e 10).

Adicionalmente, a satisfação dos sócio-torcedores do Esporte Club Bahia foi avaliada por meio de uma escala qualitativa – grau de satisfação – e mais de 92% dos entrevistados relataram estarem “satisfeitos” ou “muito satisfeitos”.⁴⁸ É sabido que os insatisfeitos tendem a encerrar o compromisso e não arrastam por muito tempo um gasto econômico que considerem desnecessário, talvez isso explique as elevadas taxas de avaliações positivas. No caso do PST rubro-negro, a avaliação mais negativa e a insatisfação podem refletir em continuidade por falta de opção, visto que os jogos do clube costumavam ter o Maracanã lotado e esta era a opção mais fácil de adquirir a entrada para o jogo. Afirmação semelhante já foi realizada em pesquisa qualitativa conduzida pelos autores em momento anterior, quando torcedores assinalam que, mesmo diante de uma avaliação ruim, os programas ainda possibilitam a ida ao jogo.

Compreender a atitude e intenção pela associação a um Programas Sócio Torcedor foi investigada e os autores⁴⁹ identificaram a importância aspectos

⁴⁸ SANTOS; MELO. Programa de sócio torcedor: a paixão que reflete no coração e no bolso.

⁴⁹ PEREIRA; PESSÔA; FERREIRA; GIOVANNINI. Torcedor-consumidor.

relevantes para tal, como o desempenho esportivo do time, bem como as vantagens percebidas e o valor cobrado, ou seja, um mix de motivadores racionais e emotivos.

Em diálogo a estes resultados, o survey com sócio-torcedores cariocas apontou o reconhecimento de 2/3 dos entrevistados de uma ação mais emocional, ao passo que a escolha “mais racional” pesou para cerca de 1/5 do total (gráfico 7). Isso pode ser um achado preliminar que deve ser explorado pelas ações de marketing dos clubes, ou seja, explorar ações em momentos de maior apelo emotivo, visto que o resultado pode ser mais vistoso. O torcedor pode estar mais suscetível a aderir aos produtos e serviços.

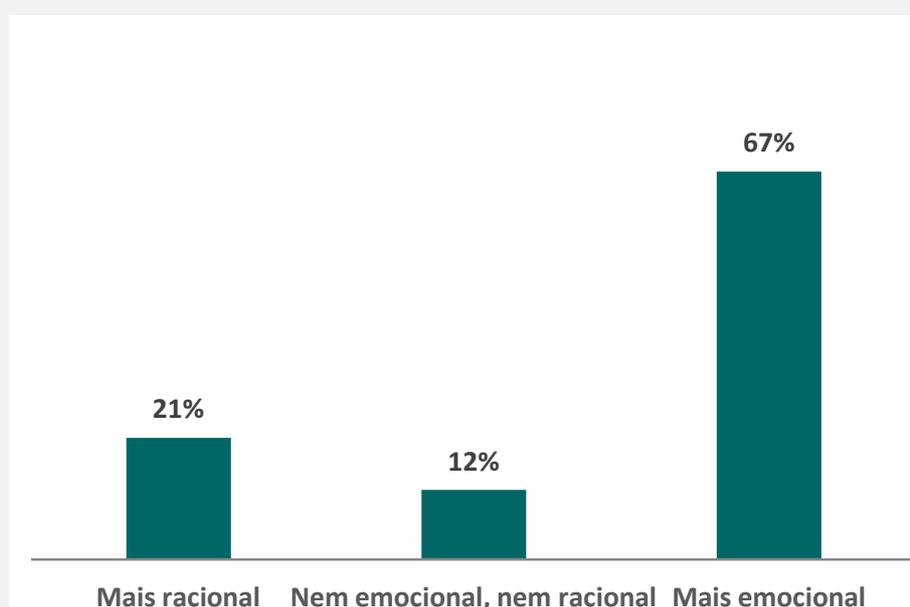


Gráfico 7 - Avaliação entre razão e emoção para a adesão ao PST de clube carioca (%).

Adicionalmente, o survey permitiu aprofundar nos motivadores relatados. Por exemplo, o gráfico 8 aponta que “amor pelo clube” (40%) e “ajudar o clube” (36%) são os mais mencionados em detrimento de vantagens mais diretas aos torcedores, como conseguir “ingressos para os jogos” (12%) ou “descontos para a compra dos ingressos” (10%). No contexto carioca, há um comprometimento maior em reconstrução dos clubes do que obter benefícios diretamente. Cabe destacar que a pesquisa foi realizada antes da Lei 14.193/2021 que permitiu que clubes de futebol pudessem ser transformados em empresas na modalidade de Sociedade Anônima de Futebol, quando há um distanciamento de crise econômica

dos clubes. Deste ponto em diante, uma empresa ou empresário passa a ser responsável pela gestão do clube, mas o vínculo dos torcedores com o seu time pode ter mudanças.

Estes dados complementam os achados qualitativos de outro trabalho⁵⁰ e estão fortemente alinhados aos dados do survey de uma outra pesquisa com desenho similar para o caso do Esporte Clube Bahia.⁵¹ Assim, construir laços sólidos com seus torcedores é fundamental para que isso seja convertido em compromissos financeiros no momento mais adequado. Os clubes devem reforçar constantemente e valorizar sua história para manter uma conexão emocional entre clube e torcedor, visto que a adesão ao PST, em muitos casos, ocorre por motivos relacionados a emoção.

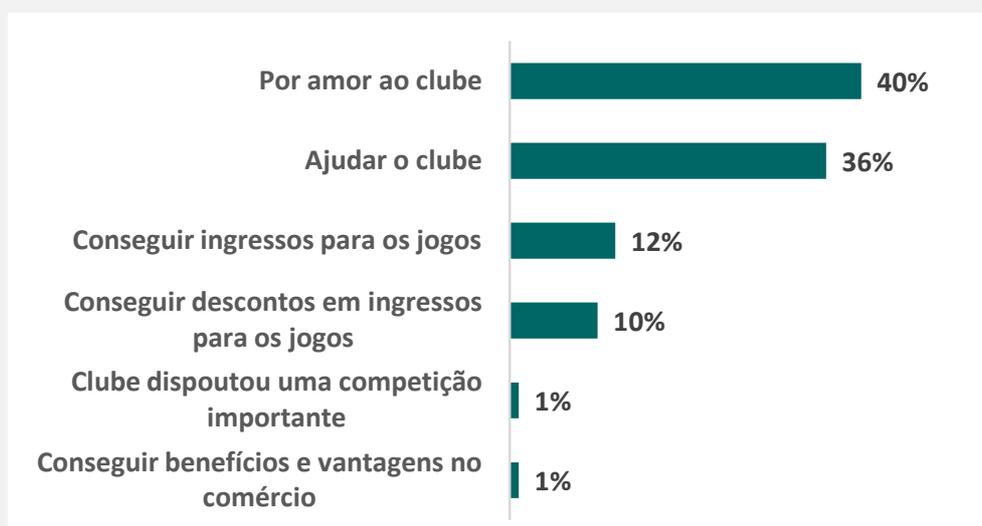


Gráfico 8 - Principal motivo para ser sócio-torcedor (%).

Buscando aprofundar o conhecimento dos motivadores preponderantes para os torcedores, em uma análise clubística, conforme explicitado no gráfico 9, identificamos algumas particularidades para cada clube grande da capital fluminense. Por exemplo, dentre os flamenguistas, há grande importância para a opção “conseguir descontos para ingressos dos jogos” visto que o clube disputava as Libertadores da América e o número de sócio-torcedores era superior à

⁵⁰ MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

⁵¹ SANTOS; MELO. Programa de sócio torcedor.

capacidade de público do Maracanã, local em que se mandava os jogos do clube. Conseguir ingressos era uma dificuldade, na época da pesquisa, e estar vinculado ao PST era uma forma de conseguir comprar ingressos, por ter prioridade, além de oferecer descontos para essa aquisição. Esse destaque ao motivador, em comparação aos demais clubes, reduz o percentual de menções para “amor ao clube” (3ª opção) e “ajudar o clube” (2ª opção).

Já a dinâmica das respostas para os torcedores de Botafogo, Fluminense e Vasco é muito parecida: têm ordenamento e percentuais próximos nas opções de resposta. Neste caso, o interesse pessoal do torcedor fica em segundo plano e a atitude de vinculação econômico-torcedora se dá mais por razões emocionais como “amor ao clube” (1ª opção) e “ajudar o clube” (2ª opção).

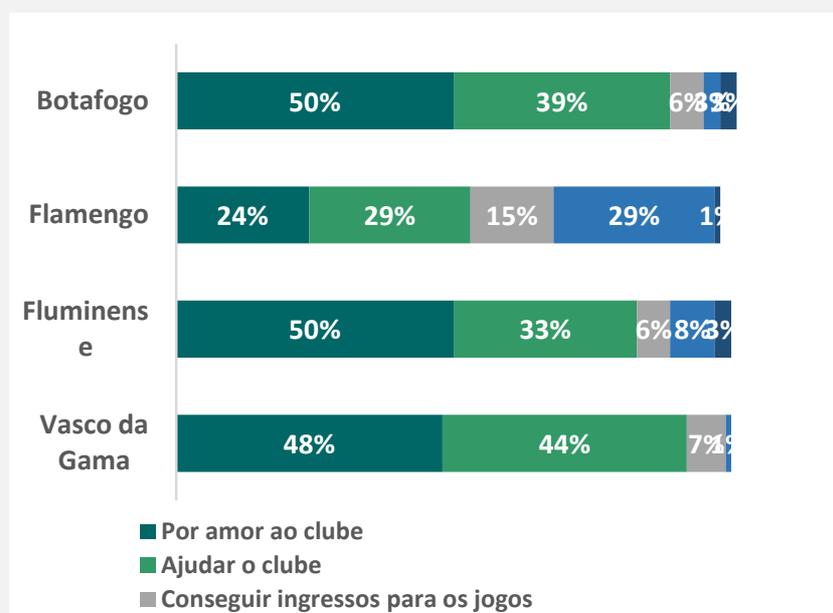


Gráfico 9 - Principal motivo para ser sócio-torcedor, segundo o clube do coração (%).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A modernização do futebol segue sendo uma tendência no cenário futebolístico brasileiro, intensificando o processo de mercantilização dos diversos aspectos desta atividade esportiva. Uma nova tendência tem sido a oferta de produtos financeiros de bancos – como cartões de crédito e empréstimos – e empresas de apostas digitais aos torcedores dos clubes de futebol.

A construção dos PST e a sua oferta aos torcedores de futebol é uma tendência cada vez mais valorizada pelos dirigentes esportivos, dado as vantagens econômicas que proporcionam aos clubes de futebol. Mas há torcedores que identificam vantagens para si e outros que reconhecem que elas não existem, mas isso não representa o fim do comprometimento financeiro.

O presente artigo promove as discussões sobre fidelização dos torcedores aos seus clubes de forma local – considera o Rio de Janeiro como objeto de análise – quantificando o fenômeno, sendo uma abordagem a enriquecer uma primeira abordagem qualitativa já realizada.⁵² Os resultados identificam um público consumidor de informações sobre os clubes que torcem, aspecto a ser valorizado pelos clubes de futebol na promoção dos seus PST.

Além disso, os entrevistados relataram que a filiação econômico-financeira ao clube se deve, sobretudo, por motivos emocionais, em particular pela paixão que sente e pelo compromisso que criou em manter o clube de pé e em alto desempenho. É interessante considerar que os clubes possuem gestores responsáveis por estas atividades, no entanto, o sentimento de pertencimento clubístico promove – e fortalece – o laço de outras formas. Neste caso, por meio do compromisso financeiro.

Mais ainda, a pesquisa possibilitou, mesmo que de forma descritiva, identificar diferenças entre os quatro grandes clubes da capital do estado do Rio de Janeiro. Aprofundar nas particularidades dos clubes é uma forma de ampliar a investigação sobre o tema. Por exemplo, no Flamengo há destaque para a opção “conseguir descontos par ingressos dos jogos”, pois o clube disputava a principal competição do continente. Já Botafogo, Fluminense e Vasco teve maior destaque para motivadores emocionais como “por amor ao clube” e “ajudar o clube”.

Adicionalmente, a pesquisa de campo quantitativa digital possibilitou mapear o perfil dos sócio-torcedores com elevado grau de escolaridade (64% têm o Ensino Superior completo), majoritariamente composto por homens (82%) e 89% com idade entre 25 e 49 anos. Ela se difere um pouco de survey com torcedores organizados do Rio de Janeiro, tendo cerca de 80% dos torcedores com

⁵² MEDEIROS; GUEDON. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube.

até 29 anos de idade, além de 19% do total possui o ensino superior completo e mais de 90% são homens.

Assim, em resumo, a investigação abordou o fenômeno sócio-torcedor, uma faceta do futebol moderno, por meio da ótica quantitativa das ciências sociais, ampliando a discussão das relações construídas ao seu redor da mercantilização do esporte. Adicionalmente, promove uma contribuição aos clubes através da ótica dos consumidores, ou seja, dos torcedores. Ainda que Programa de Sócios-Torcedores seja uma introdução recente, do ponto de vista histórico, na relação entre clubes e seus fãs, nota-se que a sua estruturação, sua rede de incentivos e o contexto social/esportivo impactam nessa vinculação, demandando um maior número de pesquisas que consigam identificar esses fatores, assim como o presente artigo.

* * *

REFERÊNCIAS

- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisa survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- BARROS, Bruno. **O Marketing esportivo no futebol brasileiro e a transformação do torcedor em consumidor**. Monografia (Graduação em Jornalismo. Escola de Comunicação da UFRJ, Rio de Janeiro, 2009.
- CAMPOS, Bruno Peralva Escóssia; MELLO, José André Villas Boas. Programas sócio-torcedores de clubes do futebol brasileiro. **Podium Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 9, n. 3, 2020.
- CARDOSO, Marcos Vinícius; SILVEIRA, Marcelo Paciello da. A Importância da Adoção do Sócio Torcedor como Estratégia de Inovação para Aumentar as Receitas dos Clubes de Futebol no Brasil. **Anais do III SINGEP e II S2IS – São Paulo/SP**, 2014.
- CARVALHO JUNIOR, José Roberto; TEIXEIRA, Lusvanio Carlos; XAVIER, Wescley Silva. Programa Sócio Torcedor e a segregação social dos espaços nos estádios de futebol. **Revista Entre-Lugar**, v. 11, n. 22, p. 197-229, 2020.
- CORRÊA, Floriano Peixoto. **Grandezas e misérias do nosso futebol**. Rio de Janeiro: Editora Livros de Futebol, 2022.
- COSTA, Leda Maria. O que é uma torcedora? Notas sobre a representação e auto-representação do público feminino de futebol. **Esporte e Sociedade**, n. 4, p. 1-31, 2021.

DAMO, Arlei Sander. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, 2008, p. 139-150, 2008.

DIAS, Pâmela Souza; MONTEIRO, Plínio Rafael Reis. Marketing esportivo e valor percebido: uma aplicação da análise conjunta nos Programas Sócio Torcedor de clubes de futebol. **Brazilian Business Review**, 17, 3, 253-274, 2020.

DOWNWARD, Paul; DAWSON, Alistair. **The economics of professional team sports**. United Kingdom: Routledge, 2000.

FRANÇA, Gilson. **Relação entre escolaridade e renda no Brasil na Década de 1990**. São Paulo: Editora Dialética, 2021.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de; MEDEIROS, Jimmy. Violência, juventude e idolatria clubística: uma pesquisa quantitativa com torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro e em São Paulo. **Revista Hydra**, v. 1, p. 97-124, 2016.

HOLLANDA, Bernardo Buarque de; MEDEIROS, Jimmy. Do “Colosso do Derby” a Arena do Maracanã?: a cidade, o estádio e as percepções dos torcedores de futebol sobre a Copa do Mundo 2014. **Interseções**, UERJ, v. 16, p. 328-353, 2014.

IBGE, 2010. Censo Demográfico brasileiro de 2010.

LEI 10.671, 15 maio 2003. Estatuto de Defesa do torcedor.

LEI 14.193, 6 ago. 2021. Institui a Sociedade Anônima do Futebol.

LOPES, Felipe Tavares Paes; HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. “Ódio eterno ao futebol moderno”: poder, dominação e resistência nas arquibancadas dos estádios da cidade de São Paulo. **Tempo**, v. 24, n. 2, p. 206-232, 2018.

MALAIA, João Manuel. O processo de profissionalização do futebol no Rio de Janeiro: dos subúrbios à Zona Sul. A inserção de negros, mestiços e brancos pobres na economia da Capital Federal (1914-1923). **Leituras de Economia Política**, Campinas, 13, 125-155, 2008.

MARTINS, Fabiano Fernandes; CASAS, Alexandre Luzzi Las. O Programa Sócio-Torcedor e o Marketing de Relacionamento no Futebol: o caso do Corinthians. **Revista Ângulo**, v. 15, n. 15, 2017.

MASCARENHAS, Gilmar. Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 14, n. 1, p. 52-65, 2014.

MEDEIROS, Jimmy; GUEDON, Philippe Chaves. Fidelização econômico-torcedora e laços de vinculação com o clube: uma análise dos programas sócio-torcedor cariocas. **FuLiA/UFMG**, v. 4, n. 2, p. 25-42, 2020.

MEDEIROS, Jimmy; HOLLANDA, Bernardo Buarque de. Sócios-torcedores versus torcidas organizadas? Disputas simbólicas e representações coletivas do torcer no futebol do Rio de Janeiro. **Esporte e Sociedade**, v. 36, p. 1-32, 2022.

MONTEIRO, Plínio Rafael Reis; DIAS, Pâmela de Souza; CARVALHO, Luiz Carlos. Amor à marca no marketing esportivo: proposição de um modelo relacional dos vínculos emocionais e afetivos nos programas sócio torcedor. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 18, n. 2, 2019.

NETO, Ebio Viana Meneses; MARTINS, Andréia de Fátima Hoelzle. Marketing de relacionamento na gestão do futebol: identificação e comparação das ações em quatro clubes brasileiros. **Podium Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 9, n. 1, 2020.

PEREIRA, Leandro França; PESSÔA, Luis Antônio; FERREIRA, Jorge Brantes; GIOVANNINI, Cristiane Junqueira. Torcedor-consumidor: fatores que afetam a adoção do programa sócio torcedor. **Revista Adm. FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, p. 47-66, 2017.

RODRIGUES, Francisco Xavier. O Programa “Sócio-Torcedor” do Sport Club Internacional. **Revista Aurora**, v. 9, 2010.

SALVATO, Marcio Antonio; FERREIRA, Pedro Cavalcanti Gomes; DUARTE, Angelo José Mont’Alverne. O Impacto da Escolaridade Sobre a Distribuição de Renda. **Estudos econômicos**, São Paulo, v. 40, n. 4, p. 753-791, 2010.

SANTANA, Tiago José; SILVA, Silvio Ricardo. O processo de mercantilização do torcer em Belo Horizonte: reflexões a partir de um programa de sócio torcedor. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, v. 5, n. 2, p.124-142, 2018.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz; HELAL, Ronaldo. Do espectador ao militante: a torcida de futebol e a luta pelo direito ao estádio e ao clube. Tríade: **Revista de Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 3, n. 7, p. 54-69, 2016.

SANTOS, Genildo Pinheiro; MELO, Gislane Ferreira. Programa de sócio torcedor: a paixão que reflete no coração e no bolso. In: DORNELLAS, Liege C. G.; NEVES, Clara M.; REZENDE, Fernanda F. (Orgs.). **Educação Física e Suas Interfaces: lazer, aventura e meio ambiente**. Editora Científica Digital, 2022.

SILVA, Edson Coutinho; CASAS, Alexandre Luzzi Las. Torcedores enquanto clientes: esportes enquanto experiências. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 11 n. 4, 2020.

* * *

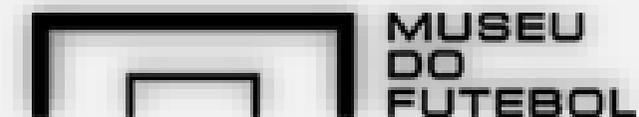
Recebido em: 14 jun. 2023.
Aprovado em: 17 set. 2023.

FuLiA/UFMG - revista sobre Futebol, Linguagem, Artes e outros Esportes

Núcleo de Estudos sobre Futebol Linguagem e Artes da
Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais



Colaboração



Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil
Abril, 2024