

CULTURA FUTEBOL CLUBE

relações do futebol brasileiro com outras manifestações culturais

*por Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho
Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo*

1. Introdução

Quando surgiu no Brasil, em fins do século XIX, o futebol era, basicamente, uma atividade de recreação e lazer de uma pequena parcela da população, pertencente às classes economicamente mais favorecidas: imigrantes europeus (notadamente britânicos e alemães) e seus descendentes, e famílias tradicionais, que haviam acumulado riqueza com o cultivo do café e com a nascente industrialização.

Com o tempo, foram sendo criados torneios e campeonatos (o primeiro deles foi o Paulista, de 1902), levando a uma competitividade e a um desejo por vitórias e conquistas que, pouco a pouco, foram abrindo caminho para jogadores com mais talento e habilidade. Membros das camadas sociais inferiores, com dificuldade de conseguirem emprego mais qualificado, tinham mais tempo livre para a prática do esporte, o que lhes propiciava mais condições para apurarem sua técnica futebolística. Com isso, logo passaram a ser admitidos pelos principais times.

Aos poucos, as elites foram se afastando do futebol, tendência que se acentuou com o advento do profissionalismo, já na década de 1930. A profissão de atleta de futebol ficava praticamente restrita a semi-analfabetos; os filhos das famílias da alta sociedade tinham mais é que se preocupar com os estudos e conseguir um bom diploma, ou um emprego em uma empresa bem conceituada.

De certa forma, isso teve reflexos nos mais diversos aspectos da cultura brasileira. Áreas culturais consideradas mais eruditas, como a música clássica, o teatro e até mesmo certos gêneros literários, por muitos anos praticamente ignoraram o futebol, com poucas e honrosas exceções. Já em outras áreas, como a música popular e a crônica, o futebol se tornou tema recorrente, inspirando a produção de centenas de obras.

Este trabalho, derivado de uma pesquisa que resultou na tese “O futebol como patrimônio cultural do Brasil: estudo exploratório sobre possibilidades de incentivo ao turismo e ao lazer”, defendido na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo em 2006, aborda, justamente, a utilização do futebol como tema de outras manifestações culturais.

Para tanto, procurou-se fazer um inventário dos produtos culturais dos mais variados gêneros que tivessem alguma ligação com o futebol. No início da pesquisa, por ocasião da disputa da Copa de 1998, na França, pretendia-se chegar a uma relação exaustiva e completa. Logo, porém, percebeu-se a impossibilidade dessa pretensão, pela dificuldade tanto de se resgatarem produções perdidas no passado quanto de se acompanhar a produção contemporânea, que, em algumas áreas, apresenta uma característica sazonal bem definida, com uma forte intensificação nos períodos que antecedem as disputas das Copas do Mundo.

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

2. O “time” Cultura Futebol Clube

Como resultado da pesquisa, chegou-se à “escalação” do “time” Cultura Futebol Clube, formado pelas manifestações culturais que mais têm se apropriado do futebol como tema de suas produções. Com uma “disposição tática” inspirada nos “velhos tempos”, esse time ficou assim:

	1 - a Academia	
	2 - a Música	3 - a Literatura
4 - as Artes Plásticas	5 - a Mídia	6 - as Artes Cênicas
	8 - o Idioma	10 - o Mercado
7 - o Humor	9 - a Tecnologia	11 - a Política
12 - Miscelânea		

2.1 a Academia

Quando, no início dos anos 50, a peça *A falecida* foi encenada no Teatro Municipal do Rio de Janeiro, não faltaram críticas à ousadia de seu autor, Nelson Rodrigues, por ter incluído nela a temática do futebol. Naquela época, o futebol, que havia nascido na elite, passou a ser prática quase que exclusiva das camadas mais baixas da sociedade, pelo menos como atividade profissional. Para a crítica, não tinha cabimento falar-se de esporte num ambiente intelectualizado como o do Teatro Municipal.

Possivelmente, teria sido esse episódio o responsável por Nelson Rodrigues ter escrito que “*na literatura brasileira não há um único escritor que saiba cobrar um reles lateral*”. Com isso, ele queria denunciar a alienação da intelectualidade brasileira em relação a um fenômeno que já fazia parte do cotidiano de todo o brasileiro. Algum tempo depois, a partir de fins dos anos 70 e início dos anos 80, quando o Brasil passou a respirar ares mais democráticos, a elite intelectual começou a mostrar maior interesse por aspectos da cultura popular brasileira, dentre eles o futebol.

O cenário, hoje, é bem diferente do da época de Nelson Rodrigues. Algumas das principais universidades do país (como a USP, a UERJ e a PUC-SP) possuem núcleos de pesquisadores que orientam trabalhos de conclusão de curso, mestrados e doutorados, organizam seminários, escrevem textos — enfim, estudam o futebol sob o enfoque das mais diversas áreas do conhecimento, como a Antropologia, a Sociologia, a Educação Física, o Jornalismo, a Psicologia, a História, a Economia, as Artes e até mesmo o Turismo.

Este *I Simpósio de estudos sobre futebol*, promovido pelo Museu do Futebol, pela USP e pela PUC-SP, é um bom exemplo da diversidade de interesses que o futebol passou a despertar na academia. Não por acaso, dele participam alguns dos pesquisadores com trabalhos expressivos em qualidade e quantidade, podendo ser citados os nomes de Fátima Ferreira Antunes, Flávio de Campos, Hilário Franco Jr., João Paulo Medina, José Carlos Marques, José Miguel Wisnik, José Paulo Florenzano, Luiz Henrique de Toledo, Mauricio Murad, Roberto DaMatta, Sérgio Settani Giglio, Victor Andrade de Mello, etc.

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

2.2 a Música

Além do fato de que tanto a música quanto o futebol envolvem o movimento corporal, ambas as manifestações culturais estão, também, próximas especialmente no que se refere às suas cronologias históricas. Assim como o futebol, a Música Popular Brasileira (MPB) urbana tem suas origens na segunda metade do século XIX, com a modinha e o maxixe. Coincidentemente, Charles Miller era casado com Antonieta Rudge, uma das maiores pianistas brasileiras do século XX.

O período da real massificação da música também coincide com o do futebol: a chamada “era do rádio”, nos anos 30, especialmente a partir do Rio de Janeiro, capital federal, de onde transmitia a poderosa *Rádio Nacional*. É nesse período que se formam os primeiros grandes ídolos populares, tanto dos palcos (Francisco Alves, Orlando Silva, Carmen Miranda) quanto dos gramados (Domingos da Guia, Leônidas da Silva).

Há coincidência, também, no período em que ambos — futebol e música — conquistaram o reconhecimento mundial: o final dos anos 50 e início dos anos 60, com a Seleção Brasileira ganhando o bicampeonato mundial e a Bossa Nova disputando os primeiros lugares nas paradas de sucesso internacionais.

Mais recentemente, a aproximação entre futebol e música tem-se intensificado por ocasião dos grandes eventos futebolísticos, como a Copa do Mundo. Às vésperas de cada competição, surgem diversas canções que procuram auferir vantagens financeiras, no “embalo” do grande negócio comercial que é a disputa de uma Copa.

De qualquer forma, comercial ou não, a MPB tem sido reconhecida como uma das melhores do mundo, e ombreia-se com o futebol em importância no cenário cultural do Brasil. Autor do livro *Futebol no país da música*, publicado em 2009, Beto Xavier afirma que “tanto o futebol quanto a música são também poderosos instrumentos de ascensão social, porque, além de estarem no centro de nossa cultura, representam aquilo que sabemos fazer de melhor”.

Na pesquisa, foram listadas cerca de 500 canções, agrupadas em hinos e homenagens a clubes (com destaque para os hinos dos clubes cariocas, compostos por Lamartine Babo); homenagens a jogadores e personalidades do futebol (destacando-se a *Balada n.7*, na interpretação de Moacyr Franco, e *Fio Maravilha*, de Jorge Benjor), referências a eventos (como o pioneiro chorinho *1x0*, de Pixinguinha e Benedito Lacerda, as marchas *A taça do mundo é nossa* e *Prá frente, Brasil*, esta de Miguel Gustavo, e o samba *Voa, canarinho, voa*, gravado pelo ex-jogador Júnior), composições focadas no futebol (como *Aqui é o país do futebol*, de Milton Nascimento e Fernando Brant, *O futebol*, de Chico Buarque, e *É uma partida de futebol*, de Nando Reis e Samuel Rosa) e canções com rápidas citações ao esporte (sendo Chico Buarque um compositor recorrente). Uma única obra erudita foi detectada, composta pelo músico Gilberto Mendes. Foram ainda citados alguns jogadores que gravaram discos, com destaque para Pelé, que também teve algumas composições gravadas por outros cantores.

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

2.3 a Literatura

Escassa enquanto o esporte, nas suas origens, era quase que uma forma de lazer para a elite, a literatura futebolística não encontrou razões para crescer nem quando o esporte se popularizou entre as classes proletárias, que não tinham a leitura entre seus hábitos. Quando muito, liam-se jornais diários, que traziam apenas resultados e descrições resumidas dos principais jogos.

Até os anos 80, continuou se escrevendo pouco sobre futebol no Brasil. Nesse período, era comum lerem-se nos jornais e ouvirem-se pelas emissoras de rádio e TV reclamações sobre a reduzida literatura esportiva no país, embora os que escreviam e falavam isso fossem plenamente qualificados para, eles próprios, sanarem essa deficiência. De repente, porém, o cenário começou a mudar, a tal ponto que, atualmente, o fundador do grupo *MemoFut*, Domingos D'Angelo, tem contabilizado o lançamento de mais de uma centena de publicações a cada ano.

Se, hoje, se escreve muito sobre futebol, ainda não é possível se afirmar que se lê muito sobre futebol. O número de pessoas que têm o hábito da leitura em nosso país é, ainda, muito pequeno, o que obriga a impressão de livros em tiragens reduzidas; em consequência, os preços sobem e, num círculo vicioso, o número de leitores diminui ainda mais. Assim, apesar da razoável quantidade de títulos sobre futebol, dificilmente algum deles entra em listas dos mais vendidos. Não há nenhum escritor do gênero que possa sobreviver apenas da literatura futebolística.

Outra característica que se nota no mercado editorial de livros de futebol é a sua sazonalidade. A cada 4 anos, nos 6 meses que antecedem o início de uma Copa do Mundo, são lançados títulos em quantidade talvez até maior do que nos 3 anos e meio subsequentes, um óbvio reflexo da empolgação que, nesse período, toma conta do torcedor brasileiro, a quem se destinam esse e outros tipos de produtos.

Dentre os gêneros literários, considera-se que a crônica tem sido a que mais e melhor tem focado o futebol, seja em livros ou em periódicos, com destaque para os nomes históricos de Nelson Rodrigues, João Saldanha e Armando Nogueira. A pesquisa apurou um pequeno número de romances (talvez o pioneiro tenha sido *Água-mãe*, de José Lins do Rego), ao lado de um crescente número de contos (com destaque para os de Edilberto Coutinho e os de Cyro de Mattos). Há mais de uma centena de livros sobre a história do futebol (sendo os jornalistas Thomaz Mazzoni e Mário Filho os pioneiros nesta área, e a obra deste último, *O negro no futebol brasileiro*, uma referência), de seus principais eventos (Copas do Mundo, principalmente) e dos clubes (com destaque para a grande quantidade de publicações focando o Corinthians e o Flamengo). Mais de meia centena de jogadores tiveram suas biografias publicadas (só Pelé tem quase 30 biografias diferentes, enquanto Ruy Castro escreveu *Estrela solitária*, sobre Garrincha). Há livros com temas diversos ligados ao futebol, como testes, curiosidades, frases, dicionários, culinária... Já a produção de poemas sobre o esporte é pequena, mas apresenta alguns poetas importantes, como Carlos Drummond de Andrade, João Cabral de Mello Neto e Vinicius de Moraes. Por

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

fim, destaca-se o elevado número de publicações voltadas para o público infanto-juvenil, campo no qual têm se aventurado nomes famosos, como Jorge Amado, Ruth Rocha, Serginho Groisman e Ziraldo.

2.4 as Artes Plásticas

Em relação às artes plásticas, tem-se a impressão de que essas manifestações culturais não têm dado, ao futebol, a mesma atenção que dão a outros temas. Frederico Morais, em 1982, ao comparar a atuação do artista plástico em relação aos temas samba e futebol, afirmava que “*diante do futebol-arte [...] ou, mesmo diante de um Maracanã cheio com as torcidas duelando com suas incríveis bandeiras, um pintor pode fazer muito pouco. O samba pede um trabalho do artista plástico lá dentro, como carnavalesco, como autor de alegorias ou adereços, mas, e o futebol? No máximo, o artista plástico pode desenhar o uniforme do time, ou incursionar pela área dos troféus.*”

Até que, no campo da Pintura, a produção tem sido significativa. O pintor mais produtivo parece ter sido o carioca Rubens Gerchman, mas outros nomes importantes devem ser citados, como os de Aldemir Martins, Cláudio Tozzi, José Roberto Aguilar, Antonio Peticov, Ivald Granato e Francisco Reboló (este último chegou a atuar como jogador de futebol).

Já em relação à escultura, pode-se até tentar arriscar uma explicação para o pequeno número de estátuas ou bustos retratando jogadores brasileiros: no Brasil, não é costume fazer esse tipo de homenagem a personalidades vivas, e como o jogador de futebol encerra ainda jovem sua atividade profissional, em geral, ao morrer, ele já se encontra esquecido pelo grande público. O antigo jogador Neco, do Corinthians, talvez tenha sido o primeiro a ter seu busto, ainda em vida. Mas mais uma vez Pelé aparece como destaque, com seis homenagens, dentre elas o busto no estádio da Rua Javari, em São Paulo, onde marcou o mais belo de seus gols.

O futebol é, ainda, artisticamente retratado pela Fotografia, principalmente nos livros *Brasil bom de bola*, *Brasil – um século de futebol, arte e magia*, *Futebol-Arte* e *Torcedor*.

2.5 a Mídia

Desde que surgiu, e ao longo de toda a sua existência, o futebol tem sido acompanhado de perto pelos grandes meios de comunicação de massa: o jornal, o rádio, a revista e a televisão. Trata-se de um caso em que está envolvida uma troca mútua de vantagens: ao divulgarem-no, os veículos fazem o papel de aproximar o futebol da população, mas também lucram com o esporte, que lhes impulsiona vendas e anunciantes, numa relação aparentemente estável, o que talvez explique sua longevidade.

Em relação ao jornal, há que se citar, novamente, os nomes de Mário Filho e de Thomaz Mazzoni, grandes responsáveis pelos históricos *Jornal dos Sports* e *A Gazeta Esportiva*, respectivamente. Atualmente, o destaque vai para o diário *Lance!*, que há mais de 10 anos tem sido publicado, apesar das dificuldades por que passa a mídia impressa em geral.

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

Mais do que qualquer outro meio de comunicação, o rádio é o veículo por excelência do futebol. Suas histórias têm, no Brasil, alguns pontos em comum. Cerca de 20 anos mais novo, o rádio surgiu no Brasil nos anos 20 e, inicialmente, era voltado às elites. Foi somente no início dos anos 30 que ele se popularizou, com a permissão para a veiculação de anúncios comerciais, que possibilitaram uma programação mais variada – exatamente na época em que se instalou o profissionalismo no futebol brasileiro. Nomes importantes começaram a despontar, como os dos locutores Nicolau Tuma, Gagliano Neto, Ary Barroso, Geraldo José de Almeida, Rebello Jr., Pedro Luíz, Jorge Cury, Waldyr Amaral, Fiori Gigliotti e, mais recentemente, o de Osmar Santos, que teve importante papel no movimento das *Diretas já* e que inaugurou um estilo mais descontraído e bem-humorado de narração, hoje bem mais comum. Além deles, foram surgindo profissionais em outras funções, como os repórteres, comentaristas, plantonistas, apresentadores e analistas de arbitragem. Atualmente, uma transmissão esportiva não se limita aos 90 minutos de uma partida, podendo se estender por até 3 ou 4 horas.

Ultimamente, porém, o rádio tem perdido parte de sua importância para a televisão. De início, devido às limitações técnicas, as transmissões ao vivo eram quase impraticáveis. Surgiu, então, o *video-tape*. A Copa de 1970, no México, marcou a primeira transmissão televisiva ao vivo de um grande evento futebolístico para todo o mundo. No Brasil, depois de se destacar como locutor na *TV Globo*, Luciano do Valle inovou ao criar uma extensa programação esportiva na *TV Bandeirantes*, tentando transformá-la no *Canal dos Esportes* e abrindo caminho, na *Globo*, para seu sucessor, Galvão Bueno. Hoje, o futebol tem um espaço na grade da TV como nunca, não só nos canais abertos, mas principalmente em alguns canais por assinatura, como os do *SporTV*, da *ESPN* e da *BandSports*, que contam com profissionais altamente qualificados.

Finalmente, entre as Revistas, apesar da importância histórica da *Manchete Esportiva*, e do surgimento de novos títulos, o grande destaque vai para a longevidade de *Placar*, que, com mais altos do que baixos, chega, em 2010, a seus 40 anos.

A pesquisa apontou ainda diversos ex-jogadores que hoje são profissionais da mídia esportiva.

2.6 as Artes Cênicas

De inegável qualidade, as artes cênicas brasileiras vão, pouco a pouco, conquistando o reconhecimento internacional que merecem. Filmes e atores brasileiros têm recebido algumas indicações para o *Oscar* da Academia de Cinema norte-americana e vários prêmios em festivais internacionais. As novelas nacionais de televisão têm sido exportadas para dezenas de países em todo o mundo, alcançando expressivos índices de audiência. E o espetáculo dos desfiles das escolas de samba, no Brasil, não tem similar no planeta. Como abordam temas do cotidiano, é natural que as artes cênicas brasileiras focalizem o futebol.

Em seu livro *Fome de bola*, publicado em 2006, o jornalista Luiz Zanin Oricchio apresenta as sinopses de mais de três centenas de filmes sobre futebol produzidos no Brasil – um número significativo,

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

mesmo que se considere que muitos deles são documentários e/ou curtas-metragens. Nesta pesquisa, procurou-se agrupá-los nas categorias ficção e documentário, sendo esta última subdividida em documentário sobre jogador, sobre clube, sobre evento e sobre o futebol em geral.

Dentre os filmes de ficção, destaque para os longas *Boleiros* e *Boleiros 2*, ambos de Ugo Giorgetti, para *Asa Branca, um sonho brasileiro*, de Djalma Limongi, e para o excepcional *O ano em que meus pais saíram de férias*, de Cao Hamburger, além dos curtas *Barbosa* e *Uma história de futebol*. Já em relação aos documentários, merecem ser citados *Pelé eterno* (embora não tenha obtido o êxito que dele se esperava), *Ginga* e o clássico *Garrincha, alegria do povo*, de Joaquim Pedro de Andrade, além dos boletins do *Canal 100*, de Carlinhos Niemeyer.

Já a produção de teatro é, em termos quantitativos, bem inferior à de cinema. O precursor foi Nelson Rodrigues, com a já citada *A falecida*, que scandalizou a alta sociedade ao levar o tema futebol para o palco do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Dramaturgos ligados a um teatro mais engajado, como Oduvaldo Viana Filho e Dias Gomes, também escreveram sobre futebol (*Chapetuba Futebol Clube* e *Campeões do mundo*, respectivamente). Mais recentemente, a *Cia. Letras em Cena* tem levado aos palcos peças muito interessantes, destacando-se o emocionante *Nos campos de Piratininga*.

Esta pesquisa detectou, ainda, a presença do futebol em outros gêneros das artes cênicas, como a dança (destacando-se a coreógrafa Deborah Colker), os desfiles de carnaval (como o da *Vai-vai*, em 2010), o circo (como os cariocas da *Intrépida trupe*), a telenovela e até a fotonovela.

2.7 o Humor

O futebol é um tradicional tema para o humor. Com seu espírito bem-humorado e sua criatividade, o brasileiro é especialista em criar piadas sobre o futebol. A rivalidade entre as torcidas dos grandes times é alimentada por provocações irônicas que normalmente se fazem em função dos resultados dos jogos. Além dessas piadas, que nascem espontaneamente e que se contam entre amigos, há outras manifestações mais bem elaboradas, criadas por profissionais do humor, que poderiam ter sido incluídas nos itens anteriores, mas, nesta pesquisa, mereceram uma atenção especial.

É o caso do cartum e das histórias em quadrinhos, muito bem retratados pelos cartunistas Jal e Gual em seu livro *A história do futebol no Brasil através do cartum*, publicado em 2004, onde aparecem trabalhos de nomes importantes, como Lan, Otávio, Miécio Caffé, Henfil, Ziraldo, Zélio, irmãos Caruso, Ique, Glauco, Leo Martins e tantos outros.

No rádio, fez história o *Show de Rádio*, liderado por Estêvam Sangirardi, criador de inesquecíveis personagens como *Didu Morumbi*, *Joca* e *Noninha*, e que tem hoje seguidores no pessoal do *Estádio 97*, do *Galera Gol* e do *Na geral*.

Na televisão, devem ser citados os antigos personagens *Coalhada* (de Chico Anysio), *Zé da Galera* (de Jô Soares), além dos atuais *RonalTom* (de Tom Cavalcante), *Cabrito Tevez* (de Alexandre Porpetone) e *Tabajara F.C.* (do grupo *Casseta e Planeta*).

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

Na literatura, o destaque vai para os jornalistas Sandro Moreyra e Renato Maurício Prado, para o escritor e roteirista José Roberto Torero (com seu excelente *Futebol é bom prá cachorro!*), e para a dupla Luís Pimentel e Dante Mendonça (com sua série de livros *Piadas para sacanear...*).

No cinema, não pode deixar de ser lembrado o divertidíssimo *O casamento de Romeu e Julieta* (de Bruno Barreto), além da ótima cena da “pelada” de que participa o personagem interpretado por Toni Ramos em *Se eu fosse você 2* (de Daniel Filho), atual recordista nacional de bilheteria. E, no teatro, há que se dar mérito para os talentosos improvisadores do grupo *Jogando no quintal*.

2.8 o Idioma

Praticamente toda a atividade humana tem seus próprios jargões, seu vocabulário específico, quase que restrito a um círculo de profissionais. Costuma-se, por exemplo, criticar os economistas por falarem o “economês”, linguajar quase incompreensível para quem não é da área. O futebol também tem o seu “futebolês”, recheado de expressões que se ouvem nas narrações dos jogos pelos nossos locutores e que se lêem nas reportagens dos jornais esportivos. É interessante constatar que muitas dessas expressões acabaram ganhando outras conotações, em outros contextos do cotidiano. Apenas a título de curiosidade, alguns exemplos são aqui apresentados.

“futebolês”	cotidiano	“futebolês”	cotidiano
bate-bola	conversa informal	estar na marca do pênalti	estar a perigo, estar correndo riscos
bola prá frente	esqueça os problemas e siga adiante	jogada	trama, ação
botar para escanteio	deixar de lado, menosprezar, esquecer	marcar um gol de placa	fazer algo muito bem feito
dar bola	dar atenção, insinuar disposição ao namoro	o pelé de...	o melhor de uma certa área de atividade
dar cartão vermelho	mandar embora, livrar-se	pontapé inicial	abertura, ponto de partida
dar um bico em	afastar, mandar para longe	pisar na bola	enganar-se, tomar uma atitude incorreta
embolar o meio de campo	provocar uma situação confusa, indefinida	regra 3	substituição, troca
entrar de sola	agir rispidamente	show de bola	muito bom, extraordinário
entrar em bola dividida	entrar em situação duvidosa	suar a camisa	trabalhar duro

A pesquisa também relacionou algumas expressões oriundas do idioma inglês que são correntemente utilizadas no meio futebolístico, e ainda diferenças nas expressões empregadas no Brasil e em Portugal.

2.9 a Tecnologia

Para um esporte que já tem quase 150 anos de história, chega a surpreender que o futebol mantenha, ainda, certas tradições criadas nos seus primórdios. Mas é inegável que surgiram, também, inúmeras novidades, motivadas pelos avanços da ciência e da tecnologia.

É o caso, por exemplo, do material de jogo utilizado durante as partidas, como a bola, que, ao longo do tempo, tem apresentado uma impressionante evolução. Uniformes, equipamentos de proteção e dispositivos usados pelos árbitros também têm sido constantemente aperfeiçoados.

O mesmo se aplica a quase tudo que se utiliza fora de campo, como material de treinamento (aparelhos de musculação, “barreira móvel”, “disparador de bolas”) e aparelhagem médica, empregada na prevenção, detecção e recuperação de lesões. As instalações esportivas também são constantemente

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

aprimoradas, procurando favorecer o desempenho dos jogadores e o conforto dos torcedores, podendo-se citar os gramados, a iluminação, as catracas eletrônicas, os telões, os sistemas de som e as arquibancadas configuráveis. E até o torcedor tem auferido benefícios com o constante progresso do ramo das comunicações e da informática. Hoje, pode-se acompanhar, de casa, o andamento das partidas mais importantes disputadas em qualquer parte do mundo, em tempo real.

Finalmente, não se pode esquecer da importância da tecnologia na formação da mão-de-obra, isto é, dos diversos profissionais cada vez mais especializados envolvidos com o futebol: técnico, auxiliar técnico, médico, massagista, preparador físico, treinador de goleiros, psicólogo, fisiologista, nutricionista, dentista, supervisor, observador (“olheiro”), roupeiro, cozinheiro, segurança, motorista, assessor de imprensa, gerente, empresário, publicitário, gerente de marketing, administrador esportivo e tantos outros.

2.10 o Mercado

Pela sua imensa popularidade, não é de se estranhar que o futebol seja utilizado para a comercialização de uma infinidade de produtos, sejam eles diretamente ligados ao esporte ou não.

É evidente que o maior foco das ações de “marketing” recai sobre artigos esportivos, cujos fabricantes travam duras batalhas comerciais para associar seus nomes aos principais craques e equipes e investem altíssimas somas de dinheiro em contratos de exclusividade, o que impulsiona as vendas de camisetas, calções, agasalhos, meias, tênis, chuteiras e produtos afins. Em épocas de Copa do Mundo, intensifica-se o mercado de camisetas verde-amarelas, com padrões alusivos à bandeira nacional, além de outros adereços (como bandanas, fitas, gravatas, brincos, pulseiras, colares, broches, sandálias, lenços, meias, tênis, etc.).

Os grandes clubes também buscam auferir receitas extras com esses tipos de produtos, embora lhes seja difícil manter o controle sobre eles, pela facilidade com que são “pirateados”. Procuram explorar o mercado de mascotes, bonecos e brinquedos, além de artigos do cotidiano, como copos, canecas, chaveiros, agendas, cadernos, artigos de papelaria, relógios, e até garrafas de vinho, xampus, roupinhas para cachorro, ventiladores e computadores. Também aqui a “pirataria” é intensa, mas os clubes a vêm combatendo, através do licenciamento de suas marcas a empresas mais confiáveis.

Há um bem sem relação direta com o futebol se destaca nas vésperas das Copas: o aparelho de TV. A televisão, aliás, vem tendo um papel decisivo no surgimento do chamado “marketing esportivo” (embora ele já existisse nos velhos tempos do rádio). Com o início das transmissões ao vivo, diversos produtos sem relação com o esporte passaram a associar suas marcas a eventos futebolísticos. Por causa disso, hoje, as maiores verbas dos grandes clubes são, justamente, as provenientes das emissoras de TV e dos anunciantes em suas camisetas, superando a receita dos ingressos e dos passes de atletas.

Estes, por sua vez, geralmente também possuem patrocínios pessoais, que, às vezes, são mais altos que seus salários. Um caso emblemático é o de Leônidas da Silva, que, desde 1938, é lembrado pelo chocolate *Diamante Negro*, embora isso não o tivesse deixado rico. Por outro lado, a prática da

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho
atribuição de nomes de empresas a estádios por um período determinado, muito comum nos Estados Unidos, é ainda pouco difundida no Brasil. A moderna *Arena da Baixada*, do Atlético-PR, foi pioneira — até então, esse tipo de negócio tinha sido feito apenas com teatros e casas de espetáculos.

2.11 a Política

Quando o futebol nasceu no Brasil, a classe dirigente quase não lhe deu atenção, pois sua maior preocupação era firmar a República recém instituída e aplacar o descontentamento dos monarquistas. Aqueles jovens estrangeiros e seus amigos da elite que praticavam aquele jogo estranho não eram levados muito a sério pelos políticos da chamada “República Velha”. Mas o novo esporte “pegou”, tornou-se popular em pouco tempo, conquistou milhares de aficionados... e já não podia ser ignorado pelos que dependiam dos votos ou do apoio da população para se garantirem em seus cargos.

O presidente Getúlio Vargas soube se utilizar da popularidade do futebol: logo no início de seu governo, regulamentou a profissão de atleta de Futebol; simpatizante do “Duce”, Benito Mussolini, empenhou-se pessoalmente para que a Seleção Brasileira participasse da Copa de 1934, na Itália, apesar do conflito entre profissionais e amadores; na copa seguinte, na França, sua própria filha, Alzira Vargas, foi nomeada *Madrinha da Seleção*; durante os duros anos da guerra, numa estratégia populista, doou ao Flamengo, time de massa, um terreno às margens da lagoa Rodrigo de Freitas, onde o clube ergueu sua sede, e, em 1940, não perdeu a oportunidade de vir a São Paulo para, ao lado do governador Adhemar de Barros, inaugurar o estádio do Pacaembu, com direito a discursos de ambos.

A construção do Maracanã, que garantiu o Brasil como sede do Mundial de 1950, contou com o empenho do prefeito do Rio de Janeiro, o general Ângelo Mendes de Moraes. A inesperada derrota para o Uruguai, porém, afugentou os políticos que na véspera haviam posado para fotos ao lado dos futuros “campeões do mundo”. Mais sorte tiveram Juscelino Kubitschek e João Goulart, que puderam auferir vantagens políticas com a conquista do bicampeonato mundial, em 1958 e 1962. Max Gehringer afirma que, em 1962, *“o Brasil vivia uma severa crise política e Jango estava por um fio, mas a euforia pela conquista do bi certamente contribuiu para que seu governo se prolongasse por mais 21 meses”*.

O governo militar foi considerado beneficiário da conquista do tri em 1970, acusado de usar a paixão pelo futebol para criar um laço artificial entre o regime e o povo. Ficou marcada a imagem do general Emílio Médici nas tribunas de honra do Maracanã assistindo aos jogos da Seleção com o ouvido colado a um radinho, enquanto seus opositores eram torturados nos porões da ditadura. A Médici foi atribuída a demissão do técnico das eliminatórias, João Saldanha, que teria se recusado a convocar Dario, ídolo do presidente (o técnico teria alegado que *“quando o presidente Médici formou o gabinete dele não me consultou; de modo que, para formar meu time, não preciso perguntar a ele”*). Substituto de Saldanha, Zagallo convocou Dario, embora negue até hoje ter sofrido qualquer pressão nesse sentido.

Logo após o “tri”, criou-se o Campeonato Nacional, que chegou a ter perto de 100 clubes, sob a alegação de que isso contribuía para a integração do país. Surgiu, então, a frase: *“onde a Arena vai mal,*

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

mais um time no Nacional; onde a Arena vai bem, mais um time também”, uma alusão irônica à troca de favores entre os políticos do partido situacionista e os “cartolas” do futebol.

No início dos anos 80, com os militares ainda no poder, um grupo de jogadores liderados por Sócrates, Wladimir e Casagrande, e apoiados pelo diretor Adilson Monteiro Alves, implantou a chamada *Democracia Corinthiana*, uma espécie de movimento baseado em maior liberdade e responsabilidade dos atletas, com direito até de participar da administração de seu clube, o Corinthians.

O ciclo dos presidentes militares se encerrou com a eleição indireta de Tancredo Neves, a quem foi atribuída uma frase bem típica da política mineira: “*sou torcedor do América-MG, mas tenho simpatia pelo Cruzeiro e pelo Atlético-MG, assim como por todos os clubes do interior de Minas Gerais*”. Tancredo foi eleito, mas quem tomou posse foi José Sarney, sucedido por Fernando Collor, que, antes, havia presidido o CSA, de Maceió-AL. Acusado de corrupção, Collor não concluiu seu mandato e, em 1994, mais uma vez um vice, Itamar Franco, apareceu nas fotos ao lado da taça e dos campeões mundiais.

A derrota do Brasil para a França, na final da Copa do Mundo de 1998, acabou não impedindo a reeleição do então presidente Fernando Henrique, assim como a vitória sobre a Alemanha e a conquista do pentacampeonato, em 2002, não lhe permitiram fazer do candidato de seu partido (José Serra) o seu sucessor. Nos dois casos, contrariou-se a opinião dos que acreditam haver uma relação direta entre os desempenhos da Seleção Brasileira na Copa e do partido situacionista nas eleições.

Mesmo antes de ter vivenciado um período de Copa do Mundo em seu mandato, o presidente Luís Inácio Lula da Silva já mantinha intensas relações com o futebol, comprovadas por diversos episódios ocorridos em seu governo. Lula nunca escondeu sua paixão pelo esporte, um de seus lazeres favoritos, e pelo Corinthians, time que acompanha regularmente. O futebol também marcou o governo Lula por ocasião do chamado *Jogo da Paz*, no Haiti, usado como estratégia para conquistar uma dupla simpatia: a da população local, para facilitar a estabilização social do país, missão das tropas brasileiras que lá servem; e a da ONU, para facilitar a aceitação do ingresso do Brasil no seu Conselho de Segurança.

Note-se que o futebol mantém relações com políticos de todas as esferas (e não apenas com a Presidência da República). No Congresso Nacional, há um grupo conhecido como a *bancada da bola*, formado por deputados e senadores cuja vida política foi iniciada em clubes de futebol, cujos interesses eles invariavelmente defendem. Tal fato se repete em centenas de municípios, em todo o país.

2.12 *Miscelânea*

Finalmente, como “reserva” deste time de Futebol e Cultura, são citadas aqui algumas manifestações culturais peculiares que, mesmo sem a mesma representatividade das “titulares”, também reforçam a questão da identidade do país com o esporte.

São elas: outras modalidades esportivas (como o *futsal*, o “*beach soccer*” e o *futevôlei*); jogos e brinquedos (como o *futebol de botão*, o *pebolim*, o *dedobol*, jogos de tabuleiro como o *Ludopédio* e jogos eletrônicos como os da série *FIFA* e o *Winning Eleven*); artigos colecionáveis (*figurinhas*,

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

escudos, cartões postais de estádios e miniaturas de jogadores); a moda; a culinária; a arquitetura; os bares e parques temáticos; e até a onomástica (onde pontificam os pitorescos apelidos de vários jogadores e o célebre prenome *Tospericargerja*, dado a um brasileiro nascido no dia em que *Tostão, Pelé, Rivelino, Carlos Alberto, Gérson* e *Jairzinho* conquistavam a Taça *Jules Rimet* em definitivo).

3. Conclusões

Algumas conclusões interessantes podem ser obtidas desta pesquisa. A primeira, e mais evidente, é que, pela quantidade de obras produzidas e pela variedade das manifestações culturais em que elas se classificam, fica reforçada a certeza da grande importância do futebol como patrimônio cultural do Brasil. É inegável a sua presença marcante no cotidiano do cidadão brasileiro. E, com a valorização do jogador profissional, fruto da globalização e da promoção do esporte pela mídia eletrônica, essa presença não está mais restrita às classes sociais mais baixas: hoje, o futebol atinge todas as camadas da população (inclusive o público feminino que, tradicionalmente, não lhe dava tanta atenção). Numa nova inversão de valores, verifica-se a tendência da elitização do futebol, que volta a procurar conquistar as classes mais abastadas para obter, delas, os recursos necessários ao pagamento de suas inflacionadas despesas.

Outra conclusão que se pode tirar desta pesquisa – objetivo original, aliás, da tese que a motivou – é a de que essas manifestações culturais podem – e devem – ser utilizadas como incentivo ao turismo e ao lazer. O ainda jovem Museu do Futebol, inaugurado há menos de dois anos no Estádio do Pacaembu, em São Paulo, aos poucos vai se transformando num verdadeiro *Centro de Referência Cultural do Futebol*, ao promover eventos como exposições de filmes, apresentações de palestras, lançamentos de livros e até mesmo o Simpósio a que se destina este trabalho. O inventário apresentado na tese pode servir como referência aos responsáveis pela programação desses eventos. Por exemplo, no caso da música, poderia ser organizado, periodicamente, um espetáculo musical, a ser apresentado no auditório do museu, do qual participariam cantores e músicos interpretando apenas canções alusivas ao esporte.

O inventário produzido pela pesquisa também poderia ser utilizado como um instrumento para uma análise mais aprofundada por especialistas das áreas da Sociologia, da História e da Antropologia, procurando, por exemplo, buscar explicações para a desigualdade quantitativa (e até mesmo qualitativa) verificada entre as diferentes áreas culturais pesquisadas.

Finalmente, os próprios produtores culturais podem, com base nesse inventário, direcionar seus enfoques, seja para reforçar sua produção nas áreas que se mostraram mais lucrativas, seja para tentar preencher as lacunas das áreas menos exploradas.

Referências bibliográficas

- DAMATTA, Roberto; MORAIS, Frederico. **Exposição Universo do Futebol - uma reflexão sobre os significados sociológicos e estéticos do futebol no contexto da cultura brasileira**. Rio de Janeiro-RJ: Museu de Arte Moderna, 1982.
- GEHRINGER, Max. **A saga da Jules Rimet - a história das Copas de 1930 a 1970**. São Paulo-SP: Abril, 2006.

0129 - Sérgio Miranda Paz e Américo Pellegrini Filho

JAL; GUAL. **A história do futebol no Brasil através do cartum**. Rio de Janeiro-RJ: Bom Texto, 2004.

MAURÍCIO, Ivan. **90 minutos de sabedoria - a filosofia do futebol em frases inesquecíveis**. Rio de Janeiro-RJ: Garamond, 2001.

ORICCHIO, Luiz Zanin. **Fome de bola – cinema e futebol no Brasil**. São Paulo-SP: Imprensaoficial, 2006.

PAZ, Sérgio Miranda. **O futebol como patrimônio cultural do Brasil: estudo exploratório sobre possibilidades de incentivo ao turismo e ao lazer**. Tese de Doutorado em Turismo - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo-SP, 2006.

XAVIER, Beto. **Futebol no país da música**. São Paulo-SP: Panda Books, 2009.