Ano 01 2024

ARQUIBANCADA

A revista do Museu do Futebol

Edição Nº 0001

A nova definição de museu

O jogo e as normas: usos e abusos da nova definição de 'museu', por Bruno Brulon

Inteligência digital e públicos de museus, por Beth Ponte e Letícia Fernandes

Os Gaviões da Fiel e o bairro do Bom Retiro, por Bernardo Buarque de Hollanda e Vitor Haidar

Porque o "O jogo bonito" entra nos museus e instituições culturais?, por Claude Boli

A presença das mulheres no Museu do Grêmio, por Sibelle Barbosa da Silva

Entrevista com Alemberg Quindins

MUSEU DO FUTEBOL

A REVIST
MUSEU D

A NOVA D
DE MUSE

A nova definição de museu

PRIMEIRO TEMPO *FIRST HALF*

6 **MUSEU DO FUTEBOL EM REVISTA**
The Football Museum in Review

Renata Vieira da Motta

JOGO ABERTO *OPEN GAME*

16 **TÃO LONGE E TÃO PERTO**
So far and so close

Renata Beltrão

TORCIDA *CROWD*

59 **INTELIGÊNCIA DIGITAL E PÚBLICOS DE MUSEUS: DESCOBERTAS DA PESQUISA BIANUAL DE PÚBLICOS DO MUSEU DO FUTEBOL**
Digital Intelligence and Museum Audiences: Findings from the Football Museum's Biannual Audience Survey

Beth Ponte e Letícia Fernandes

72 **DESIGUALDADE NO FUTEBOL BRASILEIRO: CAPITAL MIDIÁTICO E O TORCER EM ALAGOAS**
Inequality in Brazilian Football: Media Capital and Cheering in Alagoas

Anderson David Gomes dos Santos e Viviane Silva Souza

87 **OS GAVIÕES DA FIEL E O BAIRRO DO BOM RETIRO: ENTRE A HISTÓRIA E A MEMÓRIA DO "CORINTHIANISMO" NA CIDADE DE SÃO PAULO**
Gaviões da Fiel and the Bom Retiro Neighborhood: Between the History and Memory of "Corinthianism" in the City of São Paulo

Bernardo Buarque de Hollanda e Vitor Haidar

110 **POR QUE "O JOGO BONITO" ENTRA NOS MUSEUS E OUTRAS INSTITUIÇÕES CULTURAIS?**
Why Does "The Beautiful Game" Get Into the Museums and Other Cultural Institutions?

Claude Boli

128 **FUTEBOL DO SINGULAR AO PLURAL: AS CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS E AS NOVAS EXPERIÊNCIAS DO MUSEU DO FUTEBOL**
Football from Singular to Plural: The Academic Contributions and New Experiences of the Football Museum

Marcel Diego Tonini

150 **O JEITINHO BRASILEIRO NA LUTA ANTIRRACISTA: UMA PRÁTICA QUE PRECISA MUDAR**
The Brazilian Way in the Anti-Racist Fight: A Practice That Needs to Change

Ricardo Pinto dos Santos

MEIO DE CAMPO *MIDFIELD*

26 **O JOGO E AS NORMAS: USOS E ABUSOS DA NOVA DEFINIÇÃO DE 'MUSEU'**
The Game and The Rules: Uses and Overuses of The New 'Museum' Definition

Bruno Brulon

GOL DE PLACA *AWESOME GOAL*

166 **DISSEMINANDO ACERVOS NA REDE: RELATO DE UMA EXPERIÊNCIA VIVENCIADA PELAS EQUIPES DO MUSEU DO FUTEBOL**
Dissemination Collections on the Web: An Account of the Experience Lived by the Teams at the Football Museum

Fiorela Bugatti, Dóris Régis e Everton Apolinário

174 **A PRESENÇA DAS MULHERES NO FUTEBOL: MUSEALIZAÇÃO DA COLEÇÃO DE FUTEBOL FEMININO NO MUSEU DO GRÊMIO – HERMÍNIO BITTENCOURT, PORTO ALEGRE/RS**
The Presence of Women in Football: Musealization of the Women's Football Collection at the Grêmio Museum – Hermínio Bittencourt, Porto Alegre, RS

Sibelle Barbosa da Silva

BATE-BOLA *BACK-AND-FORTH*

182 **ENTREVISTA COM ALEMBERG QUINDINS**
Interview with Alemberg Quindins

Fiorela Bugatti e Marília Bonas

MUSEU DO FUTEBOL EM REVISTA

THE FOOTBALL MUSEUM IN REVIEW

RENATA VIEIRA DA MOTTA

RENATA VIEIRA DA MOTTA é arquiteta, especialista em museus e gestão pública. Diretora executiva do IDBrasil, Cultura, Educação e Esporte, organização social gestora do Museu do Futebol.

is an architect and specialist in museums and public management. CEO of IDBrasil, Cultura, Educação e Esporte, the social organization that manages the Football Museum.

A IDEIA DA REVISTA

O Museu do Futebol é uma instituição pública vinculada à Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo. Primeiro museu dedicado ao futebol brasileiro, foi criado em 2008 e, desde então, é gerido pela organização social de cultura IDBrasil, Cultura, Educação e Esporte. Como organização social qualificada junto ao Governo do Estado de São Paulo, o IDBrasil concorre — a cada cinco anos — em convocações públicas para gerir o Museu em parceria com o Estado, executando as ações pactuadas no Contrato de Gestão.

A ideia de uma revista do Museu do Futebol surgiu no desenvolvimento da proposta técnica para o chamamento do ciclo de gestão em andamento, iniciado em julho de 2021[1]. Nessa ocasião, propunha-se a criação da Assessoria Museológica como nova instância de governança da instituição, que contribuiria para garantir o pleno desenvolvimento da cadeia operatória museológica — preservar, pesquisar e comunicar — nesse museu ainda adolescente e que nasceu com o desafio de preservar o patrimônio imaterial do futebol brasileiro, com um acervo quase que exclusivamente digital[2].

A elaboração da proposta técnica trouxe, também, a oportunidade de revisitar a trajetória dos primeiros anos do Museu do Futebol. A história da exitosa criação da instituição, apresentando os criadores, os conteúdos e as escolhas curatoriais e expográficas, está registrada em duas publicações de 2014: *Museu do Futebol* e *Museu do Futebol — um museu-experiência* Já as ações culturais, educativas e de pesquisa, empreendidas pelas equipes a partir da inauguração, encontram-se registradas de forma dispersa, em publicações específicas, no site institucional, na plataforma *Google Arts & Culture* ou como referências no banco de dados.

O conjunto de ações realizadas é muito significativo e denota uma preocupação constante das equipes de — a partir da narrativa central do museu, que elege o futebol como prática cultural que conforma nossa identidade nacional — problematizar e expandir o fenômeno do futebol para além do circuito profissional espetacularizado e masculino. Nesse contexto, a Revista Arquibancada pleiteia o espaço que o Museu do Futebol — com suas ações educativas, pesquisas e seminários, exposições e programação cultural — conquistou (e quer ampliar) no campo museal. É uma publicação não acadêmica dedicada aos temas e aos debates do futebol — esporte mais bonito e popular do planeta — e, também, às práticas museológicas de forma diversa e inclusiva.

O TEMA DO PRIMEIRO NÚMERO

"Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos". *Definição aprovada em 24 de agosto de 2022 durante a Conferência Geral do ICOM em Praga*[3].

"Esta primeira edição já nasce com contribuições muito significativas"

Esta primeira edição da Revista Arquibancada começou a ser elaborada em 2022, ano em que foi estabelecida a nova definição de museu do Conselho Internacional de Museus (ICOM). A atualização da definição foi um longo processo de debates, disputas, diálogos e construção de consensos, que mobilizou a comunidade internacional de profissionais de museus. No período de 2020 a 2022, foi liderada — de forma competente e exitosa — por Bruno Brulon Soares (que assina o texto de abertura desta primeira edição) e Lauran Bonilla-Merchav, profissionais latino-americanos que coordenaram um processo participativo, com ampla representação das diferentes regiões do mundo.

No Brasil, o processo de consultas foi coordenado pelo Comitê Brasileiro do ICOM (ICOM Brasil), que compôs um grupo de trabalho com 17 especialistas de diferentes perfis e regiões do país. Foi um processo com significativa participação de profissionais de museus, estudantes de museologia e interessados. Somente na consulta para a escolha das 20 palavras-chave da comunidade museal brasileira propostas para a nova definição de museu, houve a participação de 1.604 pessoas, sendo 784 respostas individuais e 820 pessoas participantes em debates promovidos por 62 grupos em todo o país[4].

As palavras-chave relacionadas nessa consulta foram: antirracista, bem-viver, comunicar, cultura, decolonial, democrático, direitos humanos, educação, experiência, futuros, inclusivo, instigar, patrimônio, pesquisar, público, salvaguardar, social, sustentável, território, transformar. Os termos são indicativos das aspirações da comunidade museal brasileira e, ainda que diversos deles não tenham sido incluídos na redação final da nova definição, permanecem como referências para nossa atenção, reflexão, ações e práticas nos nossos museus.

Diante desse momento histórico do campo museal internacional e da proposta editorial da Revista Arquibancada, o comitê editorial definiu como tema norteador para esta primeira edição a nova definição de museu. Bruno Brulon dá o pontapé inicial, com um texto repleto de metáforas futebolísticas que, "para abusar da definição de museu (devemos) assumir o fato de que definições são o resultado de negociações, e reconhecer que há muitas maneiras de se chutar uma bola em direção ao gol", nos inspira a pensar museus com ação e movimento, espontâneos e insubordinados.

A NOSSA ARQUIBANCADA

A partir das premissas editoriais, já pontuadas acima, e de forma a contemplar a diversidade de contribuições pretendida, a Revista Arquibancada foi estruturada em seis seções:

Primeiro Tempo: texto institucional de abertura; **Meio de Campo**: ensaio de abertura para apresentação e aprofundamento do tema da edição; **Jogo Aberto**: análise iconográfica a partir de um conjunto de imagens selecionado do acervo digital do Museu do Futebol; **Torcida**: dossiê de artigos de autores selecionados, entre convidados externos, profissionais parceiros e profissionais do Museu do Futebol; **Gol de Placa**: apresentação de experiências práticas de museus, que se alinham à temática da Revista; e **Bate-bola**: entrevista com um profissional de museu ou alinhado à temática da Revista.

Foto original: Thomaz Farkas

Esta primeira edição já nasce com contribuições muito significativas e diversas. Do início do jogo com os "abusos da nova definição de museu" proposto pelo Bruno Brulon (professor da University of St Andrews), segue para o dossiê Torcida com artigos que conjugam os museus e os futebóis no plural. Essa seção central tem contribuições de Claude Boli (chefe de pesquisa do Museu Nacional de Esportes da França); Marcel Diego Tonini (pesquisador sênior do Centro de Referência do Futebol Brasileiro/Museu do Futebol); Ricardo Pinto dos Santos (pesquisador do Laboratório de História do Esporte e do Lazer da UFRJ); Bernardo Buarque de Hollanda e Vitor Haidar (respectivamente professor adjunto da Escola de Ciências Sociais FGV CPDOC e aluno do Doutorado em História, Política e Bens Culturais FGV CPDOC); Anderson David Gomes dos Santos e Viviane Silva Souza (respectivamente professor e estudante da Universidade Federal de Alagoas); e Beth Ponte e Letícia Fernandes (consultoras da Deck — Inteligência Digital para a Cultura).

A edição apresenta, também, os relatos de Sibelle Barbosa da Silva (mestre do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da UFRGS) sobre a experiência da coleção de futebol feminino no Museu do Grêmio, e de Fiorela Bugatti, Dóris Regis e Everton Apolinário (coordenadora e membros da equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro/Museu do Futebol) sobre a disseminação de acervos na plataforma *Google Arts & Culture*. Temos, ainda, a análise iconográfica de Renata Beltrão (coordenadora de comunicação e marketing do Museu do Futebol), a partir da seleção de seis imagens da goleira Simone Carneiro, pioneira do futebol de mulheres. E, para encerrar o jogo, as memórias e histórias afetivas de Alemberg Quindins — criador da Fundação Casa Grande (Nova Olinda, CE) — sobre a sua relação com o futebol.

"Estar em um museu é imergir em um espaço que questiona e se reinventa"

Adentrar o universo de um museu vai além da simples contemplação de peças estáticas e relíquias do passado. Estar em um museu é imergir em narrativas vivas, em um espaço dinâmico, que questiona e se reinventa. Hoje, à luz da nova definição de museu do ICOM, estamos diante de um momento que nos provoca a repensar nossa compreensão do que é preservar e compartilhar memórias. É um momento em que questionamos a construção destas memórias e sobre quais memórias estão sendo preservadas por essas instituições, em sua diversidade. E é nesse contexto de mudança e abertura que o Museu do Futebol no seu ciclo atual se insere[5].

O futebol transcende o campo, sendo um reflexo vivo da sociedade e de suas dinâmicas. No Museu do Futebol, cada chute, cada vitória e derrota contam histórias que vão além do esporte, são registros de identidades, contradições, lutas e conquistas. É um espaço onde a paixão pelo jogo se mescla com o compromisso de preservar memórias, de dar voz a trajetórias muitas vezes esquecidas, de abordar temas que precisam ser contemporaneamente discutidos para que possamos contribuir para a transformação necessária da nossa sociedade.

Ao folhear as páginas desta revista, convidamos você a mergulhar nessas reflexões. Descubra como práticas museológicas inovadoras estão sendo imple-

mentadas para promover uma representação mais diversa e inclusiva. Explore as histórias que desafiam estereótipos, destacam memórias esquecidas e recontam a trajetória do futebol de uma maneira que celebra a riqueza das diferenças. A Revista Arquibancada é um convite à participação ativa nesse novo capítulo da história dos museus, tendo como referência a nova definição, mas também para muito além da sua normatividade.

Agradecemos, de forma muito especial, às autoras e aos autores pelas contribuições e a todos os membros do comitê editorial pelas sugestões e dedicação no processo desta edição. E, caros leitoras e leitores, entrem em campo conosco, vamos chutar a bola juntos, buscando o gol das mais variadas maneiras. Afinal, no Museu do Futebol, o jogo está apenas começando.

1 O Contrato de Gestão nº 03/2021 atualmente vigente se estende até junho de 2026. Para maiores informações, acessar: https://www.transparenciacultura.sp.gov.br/museu-do-futebol-2021-2026/

2 A Assessoria Museológica foi inicialmente composta pelo museólogo Maurício Rafael — que teve a ideia original da produção de uma revista do Museu do Futebol — e pela museóloga Juliana Pons. Atualmente, integram a Assessoria os museólogos Luiz Fernando Mizukami e Juliana Pons. Coube à Diretoria Executiva, juntamente com a Assessoria, a coordenação editorial da Revista.

3 Para maiores informações sobre a nova definição de museu, acessar: https://www.icom.org.br/?page_id=2776

4 O percurso das consultas está relatado de forma completa no site do ICOM Brasil. Para maiores informações sobre o Histórico — Nova Definição de Museu, acessar: https://www.icom.org.br/?page_id=2781

5 Desde 2022, a exposição de longa duração do Museu do Futebol está sendo reformulada. Com previsão de abertura da nova exposição no 2º quadrimestre de 2024, pretende-se incorporar as diferentes possibilidades de significar e representar o fenômeno cultural complexo, dinâmico e multifacetado do futebol.

THE IDEA BEHIND THE MAGAZINE

The Football Museum is a public institution linked to the São Paulo State Secretariat for Culture, Economy and Creative Industries. The first museum dedicated to Brazilian football, it was created in 2008 and has since then been run by the social cultural organization IDBrasil, Cultura, Educação e Esporte. As a social organization qualified to work with the São Paulo State Government, IDBrasil competes — every five years — in public notices to manage the museum in partnership with the State, carrying out the actions agreed in the Management Contract.

The idea of a magazine for the Football Museum came about during the development of the technical proposal for the call for tenders for the current management cycle, which began in July 2021[1]. On that occasion, the creation of the Museological Advisory Office was proposed as a new governance body for the institution, which would contribute to ensuring full development of the museological chain of operations — preserving, researching and communicating — in this still teenage museum that was born with the challenge of preserving the intangible heritage of Brazilian football, with an almost exclusively digital collection[2].

Drawing up the technical proposal also provided an opportunity to revisit the history of the Football Museum's early years. The story of the successful creation of the institution, presenting the creators, the contents and the curatorial and expographic choices, is recorded in two 2014 publications: *Museu do Futebol* [*Football Museum*] and *Museu do Futebol: um museu-experiência* [*Football Museum: an experience-museum*]. The cultural, educational and research activities undertaken by the teams since the inauguration are recorded in a fragmented way, in specific publications, on the institutional website, on the Google Arts & Culture platform or as references in the database.

The set of actions carried out is very significant and denotes a constant concern of the teams — based on the museum's central narrative, which chooses football as a cultural practice that shapes our national identity — to problematize and expand the phenomenon of football beyond the spectacularized professional and male circuit. In this context, *Arquibancada* Magazine claims the space that the Football Museum — with its educational activities, research and seminars, exhibitions and cultural programming — has conquered (and wants to expand) in the museum field. It's a non-academic publication dedicated to the themes and debates of football — the most beautiful and popular sport on the planet — and also to museum practices in a diverse and inclusive way.

"This first edition is already born with significant contributions"

THE THEME OF THE FIRST EDITION

"A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing". *Definition approved on August 24, 2022 during the ICOM General Conference in Prague*[3].

"To be in a museum is to be immersed in living narratives, in a dynamic space that questions and reinvents itself."

This first edition of *Arquibancada* Magazine began to be produced in 2022, the year in which the International Council of Museums' (ICOM) new museum definition was established. Updating the definition was a long process of debates, disputes, dialogs and consensus-building, which mobilized the international community of museum professionals. From 2020 to 2022, it was led — competently and successfully — by Bruno Brulon Soares (who signs the opening text of this first edition) and Lauran Bonilla-Merchav, Latin American professionals who coordinated a participatory process, with broad representation from the different regions of the world.

In Brazil, the consultation process was coordinated by the Brazilian National Committee of ICOM (ICOM Brazil), which set up a working group with 17 experts from different profiles and regions of the country. It was a process with significant participation from museum professionals, museology students and interested parties. In the consultation alone to choose the 20 keywords proposed by the Brazilian museum community for the new museum definition, 1,604 people took part, with 784 individual responses and 820 people participating in debates promoted by 62 groups across the country.

The keywords related to this query were: anti-racist, welcome, communicate, culture, decolonial, democratic, human rights, education, experience, futures, inclusive, instigate, heritage, research, public, safeguard, social, sustainable, territory, transform. The terms are indicative of the aspirations of the Brazilian museum community and, although several of them were not included in the final wording of the new definition, they remain as references for our attention, reflection, actions and practices in our museums.

In view of this historic moment in the international museum field and the editorial proposal of the *Arquibancada* Magazine, the editorial committee defined the new definition of museum as the guiding theme for this first edition. Bruno Brulon sets the ball rolling with a text full of football metaphors that, "to exploit the museu definition (we must assume) assume the fact that definitions are the result of negotiations, and recognize that there are many ways to kick a ball towards the goal", inspires us to think of museums as action and movement, spontaneous and insubordinate.

OUR *ARQUIBANCADA*

Based on the editorial premises outlined above, and in order to take into account the diversity of contributions intended, the *Arquibancada* Magazine was structured into six sections:

Primeiro Tempo [First Half]: opening institutional text; ***Meio de Campo*** [Midfield]: opening essay to present and delve into the theme of the edition; ***Jogo Aberto*** [Open Game]: iconographic analysis based on a set of images selected from the Football Museum's digital collection; ***Torcida*** [Crowd]: a dossier of articles by selected authors, including external guests, partner professionals and professionals from the

"Football transcends the field and is a living reflection of society"

Football Museum; ***Gol de Placa*** [Awesome Goal]: presentation of practical experiences of museums, which are aligned with the theme of the Magazine; and ***Bate-bola*** [Back-and-forth]: an interview with a museum professional or someone aligned with the magazine's theme.

This first edition is already born with very significant and diverse contributions. From the start of the game with the "exploiting the new museum definition" proposed by Bruno Brulon (professor at the University of St Andrews), we move on to the *Torcida* dossier with articles that combine museums and football in the plural. This central section has contributions from Claude Boli (head of research at France's National Sports Museum); Marcel Diego Tonini (senior researcher at the Brazilian Football Reference Center/Football Museum); Ricardo Pinto dos Santos (researcher at UFRJ's Sports and Leisure History Laboratory); Bernardo Buarque de Hollanda and Vitor Haidar (respectively assistant professor at the FGV CPDOC School of Social Sciences and PhD student in History, Politics and Cultural Assets at FGV CPDOC); Anderson David Gomes dos Santos and Viviane Silva Souza (respectively lecturer and student at the Federal University of Alagoas); and Beth Ponte and Letícia Fernandes (consultants at Deck — Digital Intelligence for Culture).

The edition also features reports by Sibelle Barbosa da Silva (master's student in the Postgraduate Program in Museology and Heritage at UFRGS) on the experience of the women's football collection at the Grêmio Museum, and by Fiorela Bugatti, Dóris Regis and Everton Apolinário (coordinator and team members of the Brazilian Football Reference Center/Football Museum) on the dissemination of collections on the Google Arts & Culture platform. We also have an iconographic analysis by Renata Beltrão (communications and marketing coordinator at the Football Museum), based on a selection of six images of goalkeeper Simone Carneiro, a pioneer in women's football. And to end the game, the memories and emotional stories of Alemberg Quindins — creator of the Casa Grande Foundation (Nova Olinda, CE) — about his relationship with football.

Entering the world of a museum is more than just looking at static pieces and relics from the past. To be in a museum is to be immersed in living narratives, in a dynamic space that questions and reinvents itself. Today, in light of ICOM's new museum definition, we are facing a moment that challenges us to rethink our understanding of what it means to preserve and share memories. It's a moment when we question the construction of these memories and which memories are being preserved by these institutions, in all their diversity. And it's in this context of change and openness that the Football Museum, in its current cycle, finds itself.

Football transcends the field and is a living reflection of society and its dynamics. At the Football Museum, every kick, every victory and defeat tells stories that go beyond sport. They are records of identities, contradictions, struggles and achievements. It's a space where passion for the game is mixed with a commitment to preserving memories, giving a voice to stories that are often forgotten, and addressing issues that need to be discussed today so

that we can contribute to the necessary transformation of our society.

As you leaf through the pages of this magazine, we invite you to dive into these reflections. Find out how innovative museum practices are being implemented to promote a more diverse and inclusive representation. Explore the stories that challenge stereotypes, highlight forgotten memories and retell the history of football in a way that celebrates the wealth of differences. The *Arquibancada* Magazine is an invitation to actively participate in this new chapter in the history of museums, taking the new definition as a reference, but also going far beyond its normativity.

Our special thanks go to the authors for their contributions and to all the members of the editorial committee for their suggestions and dedication to this edition. And, dear readers, join us on the field, let's kick the ball together, looking for the goal in all sorts of ways. After all, at the Football Museum, the game has only just begun.

1 Management Contract number 03/2021 currently in force runs until June 2026. For more information, go to: https://www.transparenciacultura.sp.gov.br/museu-do-futebol-2021-2026/

2 The Museological Advisory Office was initially made up of museologist Maurício Rafael — who had the original idea of producing a magazine for the Football Museum — and museologist Juliana Pons. Currently, museologists Luiz Fernando Mizukami and Juliana Pons are part of the Advisory Office. The Executive Board, together with the Advisory Office, was responsible for the editorial coordination of the Magazine.

3 For more information on the new museum definition, go to: https://www.icom.org.br/?page_id=2776

4 The course of the consultations is fully reported on the ICOM Brazil website. For more information about the History — New Museum Definition, see: https://www.icom.org.br/?page_id=2781

5 Since 2022, the Football Museum's long-term exhibition has been being redesigned. The new exhibition is scheduled to open in the second quarter of 2024, with the aim of incorporating the different possibilities of signifying and representing the complex, dynamic and multifaceted cultural phenomenon of football.

TÃO LONGE E TÃO PERTO

SO FAR AND SO CLOSE

RENATA BELTRÃO

RENATA BELTRÃO é jornalista e museóloga. Coordenadora de comunicação e marketing do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, organização social gestora do Museu do Futebol.

is a Journalist and museologist. Communications and marketing Coordinator at IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, the social organization that manages the Football Museum.

Olho para a tela do meu celular e me assusto com a cifra: 20.807 imagens recentes na memória do aparelho, que comprei há poucos meses. São as fotografias que eu mesma fiz, e as milhares que me são enviadas todas as semanas em grupos de WhatsApp. Nada escapa a ninguém: de telefone em punho, a tecnologia nos permite registrar tudo, ou quase tudo, com qualidade e, sobretudo, com rapidez. Quase nos esquecemos do quão isso é recente.

Até duas décadas atrás, fotografar era uma atividade custosa, misteriosa e, muitas vezes, frustrante. As câmeras amadoras mais acessíveis tinham configurações pré-definidas que até funcionavam bem a céu aberto, à luz do dia, para registrar objetos parados — e em quase nenhuma outra situação. Era necessário comprar o filme com 12, 24 ou 36 poses e pesar bem a necessidade de cada clique para tirar o máximo proveito do caro processo que viria a seguir, de revelação e ampliação dos negativos. Até ter as fotos em mãos, impressas, era impossível saber como haviam ficado.

O acervo do Museu do Futebol tem milhares de imagens registradas dessa maneira pelas pioneiras da Seleção Brasileira Feminina. Sem cobertura da imprensa ou profissionais de fotografia acompanhando seus jogos, treinos e bastidores, os registros existentes do período entre 1986 e a primeira metade dos anos 2000 se resumem praticamente às fotografias amadoras feitas pelas próprias jogadoras, ou por pessoas próximas a elas.

Entre imagens com superexposição, muito escuras, com as bordas queimadas, desfocadas ou tremidas, há muitos registros de bastidores, viagens em ônibus, momentos descontraídos em hotéis e concentrações, centenas de recortes de jornais. Em meio a todo esse material pouco explorado, encontramos um conjunto singular no acervo da goleira Simone Carneiro.

Singular pois registra o treino em um grande estádio vazio. Uma placa vermelha ao fundo escrita em ideogramas indica que se trata da China. Observo as imagens atrás de pistas que me ajudem a localizar o tempo e o espaço. Percebo as colunas que sustentam a cobertura da arquibancada e a disposição das portas de acesso dos torcedores. Na internet,

"Durante muito tempo, pensei que essa recordação era falsa. Mas lá estava ela, a felicidade posta em uma fotografia".

Rafael Perez Gay, *Todo lo de Cristal*[1]

pesquiso fotografias recentes dos estádios chineses e rapidamente descubro se tratar do Tianhe, em Guangzhou, inaugurado em 1987. Simone foi convocada para o Torneio Experimental de 1988 e jogou uma partida — a disputa do terceiro lugar contra a China, exatamente naquele estádio, quando o Brasil venceu nos pênaltis.

Na sequência de imagens, Simone aparece sozinha treinando sob as traves. Não há outras jogadoras enquadradas, apenas alguns curiosos no fundo das fotografias, atrás das placas de propaganda. Quem fotografa tenta registrar a goleira em ação, mas a câmera amadora não é capaz de congelar a imagem da atleta: ela aparece borrada, ora correndo, ora em movimento de salto. Na minha preferida, Simone inclina o corpo à frente, lembrando uma velocista fração de segundo após o tiro de largada. Penso também na icônica imagem do personagem The Flash.

A câmera não é capaz de parar seu movimento nem quando parece caminhar lentamente pelo gramado, cabeça a meia altura, braços ao lado do corpo. Embora nada na pose indique velocidade, a perna direita está borrada enquanto executa um passo curto.

Puxo pela memória as imagens que já vi de outros goleiros em treino. Não preciso ir longe: meses atrás, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro levantou centenas de imagens de Moacyr Barbosa para a exposição *Tempo de Reação,* que lembrou o centenário do seu nascimento. Nos anos 1940, Barbosa era considerado um dos melhores goleiros do mundo e foi exaustivamente fotografado para revistas e jornais[2].

As imagens valorizavam os saltos espetaculares que deixavam seu corpo inteiro na horizontal, bola na mão, redes ao fundo. Elas são impecáveis: em algumas delas, é possível perceber os detalhes no semblante calmo e concentrado do goleiro, executando à perfeição um movimento que, para qualquer outro ser humano, seria impensável.

A perícia de Barbosa foi imortalizada em imagens graças a equipamentos apropriados e à perícia dos fotógrafos: tempo de exposição mínimo para congelar o movimento, obturador aberto para compensar a entrada de luz, provocando um leve desfoque no fundo. São parâmetros impossíveis de manipular com as predefinições das máquinas caseiras, pensadas para situações triviais. Uma atleta em ação, mesmo em treino, nunca é uma situação trivial.

Volto às imagens de Simone, feitas 40 anos depois, e imagino que sua fotógrafa improvisada (ou fotógrafo) gostaria de conseguir registros como os de Barbosa: Simone parada no ar, como um helicóptero em pleno voo. Talvez a própria atleta tenha pedido para ser fotografada assim. Fazem várias tentativas, mas não saberão do resultado até terminar o filme, retirá-lo da câmera, levá-lo ao laboratório e buscá-lo

de volta, já revelado e ampliado em papel fotográfico. Muito provavelmente, essa operação teve que esperar o fim do torneio e o retorno ao Brasil.

O que Simone achou das imagens? Teria ficado satisfeita ou decepcionada? Seja como for, ela as guardou e cedeu para que fossem digitalizadas pelo Museu do Futebol. Havia claramente a vontade de registrar-se na preparação para um jogo de Copa do Mundo, em gerar uma memória daquele momento para o futuro — como, de fato, o fez, ainda que sob condições muito distantes das ideais.

Fazer-se fotografar seria uma forma de provar a si mesma, no futuro, que havia mesmo representado seu país em grande torneio internacional? De lembrar que aquela não havia sido uma felicidade inventada, clandestina? Não era uma preocupação descabida: as jogadoras davam importância capital àquele momento, mas a máquina futebolística e a imprensa brasileiras ainda não — ignorância que perduraria por algumas décadas. Se elas mesmas não registrassem aqueles momentos, possivelmente ninguém o faria[3].

De forma diametralmente oposta, os registros do início do futebol masculino foram produzidos com o que havia de melhor na fotografia de cada época e atravessaram todo o século XX salvaguardados dentro das melhores técnicas de conservação, como costuma acontecer aos registros da história oficial. Faziam parte, desde o princípio, de uma narrativa sendo construída precisamente para chegar até nós de maneira nítida e gloriosa. A comparação é inevitável.

Nesse cotejamento, o acervo das pioneiras levanta várias questões relevantes sobre a construção da memória visual e sua legitimação em espaços de poder, como no caso dos museus.

Uma outra estética emerge das imagens realizadas de forma amadora pelas próprias jogadoras. É uma estética que fala de precariedade, de invisibilidade, mas também de resiliência. Revela o que elas mesmas achavam importante — as viagens de ônibus, a reunião nos sofás da concentração. Tratar dessas histórias implica também debater os suportes em que ficaram registradas, por quem foram registradas, como foram preservadas e arquivadas, em que condições são (ou deixam de ser) selecionadas para serem expostas ao público.

Dessa forma, os registros das mulheres carregam diversas marcas: de materiais e equipamentos ruins, do improviso, do tempo, da umidade, da luz em excesso e, especialmente, da recusa intransigente à invisibilidade. Apesar de tudo, foram feitas e guardadas. E elas nos dizem: "eu existo, essa é a minha história e é também a história desse país".

1 No romance memorialístico do escritor mexicano Rafael Pérez Gay ele revive sua infância pelas ruas da Cidade do México lembrando as 22 mudanças que teve que fazer com seus pais para escaparem da cobrança de dívidas. No trecho desta frase, ele se refere ao Natal de 1966, quando ganhou uma bola e um trenzinho elétrico — até encontrar a fotografia, ele passa a idade adulta achando que se tratava de uma memória inventada. O livro foi lançado em agosto de 2023 pela editora Seix Barral, da Cidade do México.

2 Barbosa, no entanto, é mais lembrado pelo Maracanazo — a derrota histórica do Brasil para o Uruguai na final da Copa de 1950, no Maracanã. A exposição *Tempo de Reação — 100 anos do goleiro Barbosa*, buscava reparar a narrativa racista implantada nas décadas seguintes.

3 Os registros existentes além dos produzidos pelas jogadoras foram realizados pela jornalista Claudia Jacobs, única repórter brasileira na China em 1988. Seus registros são tão caseiros quanto os das jogadoras, feitos com equipamento próprio e filmes cedidos pelo Jornal dos Sports, onde trabalhava à época. As fotos só foram reveladas na volta ao Brasil e algumas delas podem ser vistas na exposição virtual Primeiro Mundial de Mulheres na China, do Museu do Futebol, na plataforma *Google Arts & Culture*: https://artsandculture.google.com/story/VAXhD4nQD1g_MA?hl=pt-BR

adidas
吉列 Gillette

adidas
吉列 Gillette

吉列 Gillette

adidas

Gillette

adidas
Gillette

unicef

JVC

"For a long time, I thought this memory was false. But there it was, happiness in a photograph".

Rafael Perez Gay, *Todo lo de Cristal*[1]

I look at the screen of my cell phone and I'm startled by the figure: 20,807 recent images in the memory of the device, which I bought a few months ago. These are the photos I took myself, as well as the thousands that are sent to me every week in WhatsApp groups. Nothing gets past anyone: with a phone in hand, technology allows us to record everything, or almost everything, with quality and, above all, quickly. We've almost forgotten how recent this is.

Until a couple of decades ago, photography was a costly, mysterious and often frustrating activity. The most affordable amateur cameras had default settings that worked well out in the open, in daylight, to record still objects — and in almost no other situation. One had to buy film with 12, 24 or 36 poses and carefully consider the need for each click in order to get the most out of the expensive process of developing the negatives that would follow. Before one could have the photos in hand, printed out, it was impossible to know how they had turned out.

The Football Museum's collection contains thousands of images taken this way by the pioneers of the Brazilian Women's National Team. With no press coverage or professional photographers following their games, training sessions or backstage, the existing records of the period between 1986 and the first half of the 2000s are practically amateur photographs taken by the players themselves or by people close to them.

Among images that are overexposed, too dark, with burnt edges, blurred or shaky, there are many behind-the-scenes shots, bus trips, laid-back moments in hotels and training camps, and hundreds of newspaper clippings. In the midst of all this little-explored material, we found a unique set in the collection of goalkeeper Simone Carneiro.

Unique because it records the training session in a large empty stadium. A red sign in the background written in ideograms indicates that this is China. I look at the images for clues to help me locate time and space. I can see the columns that support the roof of the bleachers and the layout of the access doors for the fans. On the internet, I search for recent photographs of Chinese stadiums and quickly discover that it's the Tianhe in Guangzhou, inaugurated in 1987. Simone was called up for the 1988 Experimental Tournament and played in one match — the third-place play-off against China, exactly in that stadium, when Brazil won on penalties.

In the sequence of images, Simone appears alone training under the goalposts. There are no other players in the frame, just a few curious onlookers in the background behind the advertising boards. The photographer tries to capture the goalkeeper in action, but the amateur camera is unable to freeze the image of the athlete: she appears blurred, at one point running, at another jumping. In my favorite, Simone leans forward, resembling a sprinter a fraction of a second after the start. I also think of the iconic image of the character The Flash.

The camera is unable to stop his movement even

when she appears to be walking slowly across the lawn, head halfway up, arms at her sides. Although nothing in the pose indicates speed, the right leg is blurred as it takes a short step.

I search the memory of images I've seen of other goalkeepers in training. I don't have to go far: months ago, the Brazilian Football Reference Center collected hundreds of images of Moacyr Barbosa for the *Tempo de Reação* [*Reaction Time*] exhibition, which marked the 100th anniversary of his birth. In the 1940s, Barbosa was considered one of the best goalkeepers in the world and was photographed extensively for magazines and newspapers[2].

The images highlighted his spectacular leaps that put his whole body on the horizontal, ball in hand, nets in the background. They are impeccable: in some of them, you can see the details in the goalkeeper's calm and focused countenance, perfectly executing a move that would be unthinkable for any other human being.

Barbosa's skill was immortalized in images thanks to the appropriate equipment and the skill of the photographers: minimum exposure time to freeze the movement, open shutter to compensate for the entrance of light, causing a slight blur in the background. These parameters are impossible to manipulate with the default settings of rudimentary cameras, designed for trivial situations. An athlete in action, even in training, is never a trivial situation.

I go back to Simone's images, taken 40 years later, and imagine that her improvised photographer would like to capture images like those of Barbosa: Simone suspended in mid-air, like a helicopter in flight. Perhaps the athlete herself asked to be photographed like this. They make several attempts, but they won't know the result until they've finished the film, taken it out of the camera, taken it to the lab and brought it back, already developed and printed on photographic paper. Most likely, this operation had to wait until the end of the tournament and the return to Brazil.

What did Simone think of the images? Was she satisfied or disappointed? In any case, she kept the images and gave them to the Football Museum for scanning. There was clearly a desire to record herself at a time of preparation for a World Cup match, to generate a memory of that moment for the future — as indeed she did, albeit under very far from ideal conditions.

Were these photographs a way of proving to herself in the future that she had indeed represented her country in a major international tournament? To remember that it hadn't been a made-up, clandestine happiness? It wasn't an unreasonable concern: the players placed great importance on that moment, but the Brazilian football machine and the press did not — an ignorance that would last for several decades. If they didn't record those moments themselves, possibly no one would[3].

In a diametrically opposite way, the records of the beginnings of men's football were produced using the best photography available at the time and were preserved throughout the 20th century using the best conservation techniques, as is usually the case with official history records. From the outset, they were part of a narrative that was being constructed precisely to reach us in a clear and glorious way. The comparison is inevitable.

In this comparison, the pioneers' collection raises several relevant questions about the construction of visual memory and its legitimization in spaces of power, such as museums.

Another aesthetic emerges from the images taken amateurishly by the players themselves. It's an aes-

thetic that speaks of precariousness, of invisibility, but also of resilience. It reveals what they themselves thought was important — the bus trips, the meetings on the sofas in the training camp. Dealing with these stories also involves discussing the media on which they were recorded, by whom they were recorded, how they were preserved and archived, and under what conditions they are (or are not) selected for public display.

In this way, the women's records bear various marks: of poor materials and equipment, improvisation, weather, humidity, excessive light and, above all, an uncompromising refusal to be invisible. Despite everything, they were made and kept. And they tell us: "I exist, this is my story and it is also the story of this country".

1 In Mexican writer Rafael Pérez Gay's memoir, he relives his childhood on the streets of Mexico City, recalling the 22 times he and his parents had to move to escape debt collection. In this sentence, he refers to the Christmas of 1966, when he got a ball and an electric train — before finding the photograph, he spent his adulthood thinking it was a made-up memory. The book was released in August 2023 by Seix Barral, a publishing house in Mexico City.

2 Barbosa, however, is best remembered for the Maracanazo — Brazil's historic defeat to Uruguay in the 1950 World Cup final at the Maracanã. The exhibition *Tempo de Reação — 100 anos do goleiro Barbosa* [*Reaction Time — 100 years of the goalkeeper Barbosa*], sought to repair the racist narrative established in the following decades.

3 The only existing records, apart from those produced by the players, were made by journalist Claudia Jacobs, the only Brazilian reporter in China in 1988. His records are as rudimentary as those of the players, made with her own equipment and films provided by Jornal dos Sports, where she worked at the time. The photos were only developed on their return to Brazil and some of them can be seen in the virtual exhibition First Women's World Cup in China, by the Football Museum, on the Google Arts & Culture platform: https://artsandculture.google.com/story/VAXhD4nQD1g_MA?hl=pt-BR

FUJI FILM
PHILIPS

O JOGO E AS NORMAS: USOS E ABUSOS DA NOVA DEFINIÇÃO DE 'MUSEU'

The Game and The Rules: Uses and Overuses of The New 'Museum' Definition

BRUNO BRULON SOARES

BRUNO BRULON SOARES é museólogo e antropólogo, professor na University of St Andrews, na Escócia, e na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), no Brasil.

is a museologist and anthropologist, lecturer at the University of St Andrews, in Scotland, and at the Federal University of the State of Rio de Janeiro (UNIRIO), in Brazil.

"Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos". (ICOM, 2022)

Há jogos que iniciam quando o juiz autoriza a partida; outros começam assim que a bola encontra o chão e, numa ação coordenada, faz os jogadores se movimentarem. Apesar de existirem regras técnicas específicas, uma partida de futebol nem sempre pode ser definida por suas normas. Num país como o Brasil, onde futebol é sinônimo de paixão nacional antes de ser um esporte tecnicamente definido, as regras são apropriadas de diversas maneiras: por vezes praticadas com a disciplina do profissional, por outras subvertidas pela alegria popular. Ainda assim, alguns elementos definidores nos permitem reconhecer um jogo.

Aquilo que fazem as regras, no sentido de uma prática controlada, é determinar o que é permitido em uma partida, isto é, elas definem o jogo correto e estabelecem os limites daquilo que será entendido com uma infração. O seu caráter normativo é inquestionável, e ele serve tanto ao juiz mais experiente quanto à criança que aprende os princípios do jogo pela primeira vez. Para alguns as regras são aprendidas por meio de uma partida televisionada, narradas com eloquência pelo locutor, mas elas também servem para definir o jogo que acontece no campo improvisado, no clube comunitário ou no quintal de casa.

Em geral, regras socialmente partilhadas servem para definir instituições, em seu sentido sociológico, que pode se referir a costumes compartilhados, a convenções ou a normas sociais que determinam formas de comportamento em sociedade. Segundo tal abordagem, é inquestionável que museus são instituições sociais inventadas no período moderno, e que chegam à contemporaneidade com novas nuances e princípios renovados. Algumas de suas normas, entretanto, se mantêm relevantes para a maioria de seus profissionais. Museus pesquisam, colecionam, conservam, interpretam e expõem: suas funções basilares se mantêm inalteradas ainda que possam variar os seus objetos e o sentido de sua ação. A missão e os valores dos museus, por outro lado, vêm sendo alterados ao longo dos anos, desde que se propunham como instituições 'abertas ao público' (já no início do século XX), ou quando é reiterado o seu 'serviço à sociedade' (após a celebrada Mesa Redonda de Santiago do Chile, em 1972), ou, mais recentemente, quando o Conselho Internacional de Museus (ICOM) assume um compromisso com a 'diversidade' e a 'sustentabilidade'.

Mas os museus, como um jogo de bola, são feitos de práticas que antecedem e, por vezes informam, as normas. Museus são ações, são movimento e processo — já afirma a maioria dos teóricos e comentaristas dessa instituição social (KIRSHENBLATT-GIMBLETT, 1998; WEIL, 2002; SCHEINER, 2007). Sendo

assim, qualquer tentativa de defini-los compreende o exercício de limitar a sua ação, de enquadrar o movimento na circunscrição da norma, de delimitar o campo do jogo 'oficial'. Neste texto, a metáfora do futebol nos provoca a pensar o museu como um conjunto de ações que escapam a qualquer definição normativa. Por outro lado, irei propor pensar a definição de 'museu' adotada pelo ICOM não como uma norma rígida e limitadora, mas como um instrumento basilar que convida à ação insubordinada, ao jogo que extrapola às regras ainda que sem perder as suas referências definidoras, como no futebol que é ao mesmo tempo normatizado e transgressor, socialmente instituído e constantemente em fluxo.

O JOGO, OS JUÍZES E O MOVIMENTO DA BOLA

No jogo de futebol, a principal referência normativa se faz presente na figura do juiz ou da juíza. A autoridade dos árbitros produz nos jogadores o sentido da regra que será reproduzida nos movimentos controlados e na atenção aos limites do jogo 'justo' no território demarcado do campo. Mas na ausência de um juiz, no futebol popular, as regras são definidas em comum acordo entre os participantes da 'pelada'. Num país onde o futebol é levado a sério, até o jogo mais informal, a experiência efêmera da partida entre amigos, não escapa à projeção de regras definidas em âmbito global. Em outras palavras, as regras existem para que não se perca de vista o objetivo primordial da partida: o que define uma partida de futebol é a ação de chutar a bola em direção ao gol.

Em sua variabilidade irrestrita e na pluralidade de formatos e de experiências associadas ao termo, não há museu sem o princípio da transmissão: colecionar, interpretar e expor são termos fundamentais que definem um objetivo presente ao longo da história dos museus. Tal objetivo também envolve um público, logo, museus devem buscar ser acessíveis e inclusivos. Mas a definição atual proposta pelo ICOM vai além da demarcação de um público passivo, ela promove a participação de comunidades como um elemento definidor do funcionamento dos museus no mundo atual. Cabe considerar que museus sempre foram feitos de pessoas: tanto quanto a bola não define o que é uma partida de futebol, não são as coleções ou o patrimônio que definem o museu. No entanto, historicamente, as definições atribuídas ao vocábulo 'museu' tiveram como elementos centrais a noção de um 'edifício' ou de um 'estabelecimento' onde se guardam 'coleções' (ver, por exemplo, BROWN GOODE, 1896; e RIVIÈRE, 1960). Tal visão, cujo enfoque está na cultura material e na ideia do museu-templo, já se mostra superada do ponto de vista das práticas museais. Logo, a insistência na ideia do museu como um prédio com objetos materiais é correlata à tentativa de definir uma partida de futebol como unicamente composta do perímetro do campo e de uma bola.

O jogo se refere à indispensável ação dos jogadores, o que provoca o movimento da bola em direção ao gol. Tal afirmação pode parecer banal aos aficionados do esporte, no entanto, para alguns ainda pode soar estranho afirmar que não existe museu sem ação e movimento. Para alguns profissionais pode parecer impensável a existência de museus sem coleções, e a ideia segundo a qual os museus funcionam e comunicam com 'a participação das comunidades' pode ainda gerar controvérsias dentro e fora do campo. Já que, neste texto, eu uso a metáfora futebolística para abusar da definição de 'museu', posso afirmar que, de modo correlato ao esporte, é a ação sobre o patrimônio, também conhecida como 'musealização', que define um museu. Mas a ideia de que

"O futebol nos provoca a pensar o museu como ação que escapa às definições"

são as pessoas quem fazem os museus e definem as suas práticas, apesar de óbvia e nada inovadora, implica em se assumir o fato de que definições são o resultado de negociações, e reconhecer que há muitas maneiras de se chutar uma bola em direção ao gol.

Aqui cabe dizer que toda definição, assim como toda norma, é política. Nos diversos momentos da história em que grupos de profissionais autorizados se reuniram para definir o que é um museu em termos globais, tal exercício se viu pautado pela disputa entre visões cultural e politicamente demarcadas. O ICOM, como o único órgão transnacional composto por profissionais de museus, ainda no presente reúne uma maioria de membros provenientes da Europa, e vasta maioria de membros do chamado Norte Global. A ideia de museus que chega ao século XXI se vê pautada pela visão de mundo dos profissionais desses países identificados com a cultura dita 'ocidental', logo forjada a partir da modernidade e por meio de uma perspectiva eurocentrada.

Em 2020, quando um novo comitê permanente, o ICOM Define, é formado para retomar tal reflexão e propor uma nova metodologia de trabalho (ver BONILLA-MERCHAV & BRULON SOARES, 2023, onde detalhamos o processo e comentamos os resultados dessa pesquisa) o desafio maior era o de descentralizar o debate, abrindo espaço para vozes e visões de outras regiões do mundo. Na história do ICOM, este foi o primeiro exercício participativo que preconizou o debate democrático com a representação das diferentes regiões, reconhecendo percepções diversas sobre a prática museal e incentivando a negociação. Seguindo um método de consultas abertas a membros e não membros dessa organização, ao longo de 18 meses, ouvimos milhares de profissionais de mais de 80 países, promovendo trocas de conhecimento e experiências que permitiram chegar à definição atual: um texto que é o resultado de ampla negociação e concessões. A atual definição do ICOM serve aos profissionais para permitir que a sua bola continue a se movimentar, da maneira que desejarem, mas com parâmetros firmados por meio de acordos entre diferentes pontos de visão e ação.

Em 2021, o ICOM já havia ultrapassado 45.000 membros provenientes de 123 países; esses números representam uma diversidade de vozes e perspectivas sobre museus sem precedentes na história dessa organização. Incluir as vozes de seus membros e profissionais em um diálogo global era uma questão que se impunha como urgente, afinal, em uma plataforma democrática regras não se definem por uma minoria. De um total de 179 comitês do ICOM (vários dos quais estavam inativos na época), incluindo Comitês Nacionais e Internacionais (CN e CI), Alianças Regionais (AR) e Organizações Afiliadas (AO), o processo de definição alcançou uma taxa de participação inédita de 70,3% (126 comitês no total). Os números alcançados mostram o envolvimento ativo de comitês e profissionais de todo o mundo, incluindo uma participação regional muito representativa, com considerável diversidade geográfica (ver o Relatório do ICOM Define, produzido com dados das sucessivas consultas analisados por SAN MIGUEL FERNÁNDEZ, KRAJCOVICOVA & GUIRAGOSSIAN, 2021).

"Um museu é uma instituição permanente,
sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade,
que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta
e expõe o patrimônio material e imaterial.

ABERTOS AO PÚBLICO,

ACESSÍVEIS E INCLUSIVOS, OS MUSEUS FOMENTAM A DIVERSIDADE E A SUSTENTABILIDADE. COM A PARTICIPAÇÃO DAS COMUNIDADES, OS MUSEUS FUNCIONAM E COMUNICAM DE FORMA ÉTICA E PROFISSIONAL, PROPORCIONANDO EXPERIÊNCIAS DIVERSAS PARA EDUCAÇÃO, FRUIÇÃO, REFLEXÃO E PARTILHA DE CONHECIMENTOS".

ICOM, 2022

O resultado final apresentado na última Conferência Geral do ICOM em Praga, na República Tcheca, e votado em assembleia em 24 de agosto de 2022, recebeu a taxa de 92,4% de aprovação.

Durante as cinco oportunidades de consulta mundial, conceitos foram coletados, quantificados e requalificados a partir da avaliação dos diferentes comitês em direta consulta aos seus membros. Cada novo conceito incluído na definição aprovada em 2022 foi apontado pela maioria dos membros que participaram das consultas. Estas consideraram pontos de vista dos profissionais que compõem o ICOM e, em diversos países — como foi o caso do Brasil –, do setor museal em seu sentido mais ampliado, incluindo membros de comunidades, coletivos de ativistas, agentes governamentais e fazedores de políticas públicas a nível regional e nacional. O resultado alcançado indica que os conceitos negociados refletem práticas e premissas do trabalho museológico já amplamente aceitos no setor, e apontam para acordos possíveis em meio à diversidade museal em nosso país e em âmbito global.

Considerando a sua ampla aceitação pelos membros do ICOM e por profissionais de contextos geográficos diversos, a atual definição não deve ser vista apenas como uma 'norma' a ser seguida, nem como uma descrição exclusiva de como os museus devem se portar no presente e no futuro. Pelo contrário, ela pode ser usada como uma ferramenta estratégica, um parâmetro geral ou simplesmente uma inspiração que sirva aos museus, seus profissionais e às comunidades envolvidas para a contínua e necessária negociação das condições mínimas, dos recursos e dos valores a serem priorizados nas instituições que se autodenominam 'museus'. Por exemplo, em situações onde as negociações entre as comunidades fazedoras de museus e os agentes do Estado se fazem necessárias, a noção de museu pautada nesta definição pode ser mobilizada visando a garantia de direitos à permanência (estabilidade no médio e longo prazo), à acessibilidade e à inclusão dos mais diversos públicos, à sustentabilidade (financeira, social e ambiental), à contínua participação de seus membros (preferencialmente remunerada), à colaboração com profissionais (muitas vezes facilitada por parcerias com universidades), a parâmetros éticos, à educação continuada, à fruição, à reflexão (crítica e permanente), à partilha de conhecimentos com diferentes esferas da sociedade etc.

Logo, como um instrumento de negociação e parâmetro para a ação, esta definição não deve ser limitadora de práticas ou utilizada para restringir a experimentação e a contínua transformação dos museus. Assim como o juiz não limita o movimento da bola a partir do momento em que os jogadores entram em campo, as regras que estabelecem parâmetros profissionais e éticos não devem limitar o movimento acelerado dos museus em nosso tempo. O fato de existirem regras e sua aplicação normativa não impede que o jogo aconteça em seus movimentos mais espontâneos. Às vezes o drible mais emocionante acontece quando o jogador está impedido — o que não impede a plateia de vibrar no instante da transgressão. O impulso do jogador, no encontro de corpos e no ímpeto de fazer o gol (regra primordial de toda partida) é o principal elemento definidor de um bom jogo de futebol.

O MUSEU NUNCA SERÁ IMPEDIDO: USOS E ABUSOS DA NOVA DEFINIÇÃO

A definição de museu do ICOM, bem como os demais instrumentos normativos produzidos internacionalmente, não pretende estabelecer o 'bom museu', nem tampouco definir 'boas práticas'. Seu caráter normativo — que aqui se refere à norma, mas também ao normal, ao aceitável ou ao ajustado às necessidades de determinado grupo — serve às sociedades para que parâmetros mínimos sejam seguidos, auxiliando os profissionais em suas práticas, mas ainda assim, reconhecendo que conceitos e práticas são sempre situados, e as dinâmicas e necessidades locais podem promover maior ou menor elasticidade às regras pensadas em âmbito global. Cartões amarelos e vermelhos servem para determinar o jogo ético, segundo os princípios que definem uma infração. Mas a ética do jogo também se adapta aos acordos estabelecidos e reestabelecidos na medida em que a prática avança e o jogo apresenta novos desafios.

No futebol, sabemos que o perímetro do campo pode variar, mas de acordo com as normas internacionais estabelecidas pela FIFA (a Federação Internacional de Futebol, que define regras adotadas globalmente), o campo deve ter as dimensões específicas de 100 a 110 metros de comprimento, e entre 64 e 75 metros de largura. As pequenas variações não dão conta de todos os espaços improvisados onde o futebol é jogado e não impedem que a bola role para além das linhas desenhadas no gramado. As partidas informais, as 'peladas' de final de semana e os campeonatos de clubes comunitários não estão alheios e nem podem ser ignorados no bojo daquilo que se entende socialmente como *o futebol*.

Nas últimas décadas no Brasil, observamos uma verdadeira 'primavera dos museus' que tomou os diversos cantos do país com a agência de grupos sociais exercendo o direito à memória e contrariando as narrativas históricas hegemônicas. Tal expansão e reabertura do campo museal para a sociedade se apoiaram num movimento de renovação intelectual, cultural e política no seio da museologia que contribuiu para desestabilizar conceitos, teorias e definições em âmbito global. Essa 'primavera dos museus' no Brasil só foi possível graças a políticas de Estado implementadas no campo da educação e da cultura a partir da primeira década do século, tendo como marcos a aprovação da Política Nacional de Museus (PNM), em 2003, e a sua implementação sucessiva, culminando na criação do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), em 2009. É importante lembrar que os atores museais que promoveram tal mudança no âmbito nacional estavam informados por perspectivas internacionais, tendo a museologia brasileira grande destaque como escola de pensamento e laboratório para experiências inovadoras. Neste contexto de trocas intensas, os museus no Brasil serão marcados por uma característica dupla, ainda que não necessariamente paradoxal: por um lado, pela potência da experimentação social, os museus irão constantemente desafiar as regras e propor a atualização de políticas estabelecidas; por outro, as iniciativas comunitárias serão constantemente enquadradas e formatadas pelas políticas impostas nacionalmente e, em certa medida, por definições importadas.

Na história recente dos museus brasileiros, a nossa 'primavera' veria o seu fim no ano de 2017, quando é encerrado o Programa Pontos de Memória, decorrente desta política e inspirado nos Pontos de Cultura do Ministério da Cultura[1], que viabilizou uma aproximação sem precedentes entre as iniciativas de museus comunitários e o Estado brasileiro bem como o reconhecimento de museologias experimentais para além das práticas autorizadas dos museus hegemôni-

Foto original: Ciete Silvério

cos. Tal Programa é retomado em 2023, novamente fazendo uso de editais públicos para credenciar e financiar iniciativas de base comunitária em todo o país. Ainda que os efeitos de tais políticas no campo dos museus necessitem de maior estudo, tratou-se, sem dúvida, do momento de maior expansão do campo e de circulação de seus atores e saberes para além da região sudeste e das já consagradas escolas de museologia do Rio de Janeiro, de São Paulo e da Bahia. Também foi este um período de trocas intensas de saberes e práticas entre as universidades e os grupos sociais produtores de cultura, por meio da intensificação da extensão e da pesquisa em museologia no país.

Até esta data, a definição de museu do ICOM, que orientou a Política Nacional de Museus no Brasil, não funcionou como uma norma restritiva, mas como a base para o reconhecimento de iniciativas diversas no contexto nacional. No cenário complexo e dinâmico da museologia brasileira, podemos (e devemos) discutir até que ponto as políticas públicas e a definição vigente dão conta da potência inventiva dos museus experimentais — noção que precede a definição de alguns deles como 'museus sociais'. É flagrante na museologia praticada no Brasil na atualidade o entrecruzamento entre saberes e práticas autorizados e aqueles situados nos museus comunitários e experimentais, sem receberem necessariamente a chancela do Estado ou o reconhecimento da academia. O caráter paradoxal de museus 'que burlam as regras' mas ainda assim recorrem às políticas de Estado para saírem da precariedade, marca um setor em que as regras servem tanto como base para a ação coordenada quanto para serem ultrapassadas e redefinidas. É graças a essa condição dual, de um jogo que ao ser jogado coletivamente altera as normas impostas, que a museologia atualiza as suas bases e se movimenta em direção a novas formas de se fazer *museu*.

Assim, interrogar e discutir a definição de 'museu' para as sociedades atuais deve ser um exercício contínuo. Nele, não estão em jogo as preferências individuais ou as visões de profissionais em países hegemônicos ou alinhados com os discursos da moda. A norma é feita para estabelecer parâmetros comuns, para que times adversários — ou atores em posições divergentes no campo cultural — possam negociar as suas diferenças numa arena aceita por todas as partes envolvidas. Neste sentido, a definição não se pretende a ser mais do que um instrumento de diálogo, uma base de apoio a partir da qual outras coisas (até mesmo a sua alteração futura) podem ser disputadas.

AS PELADAS, OU O MUSEU INSUBORDINADO

O Brasil é reconhecido globalmente como um laboratório dinâmico e pulsante de práticas museais e de circulação de ideias e conceitos que constantemente contribuem para mudar as regras do jogo jogado pelas organizações internacionais. Não por acaso, a participação brasileira no processo de construção coletiva da nova definição do ICOM teve grande destaque entre os comitês nacionais dessa organização. Outro dado sem precedentes foi o expressivo índice de participação de comitês da América Latina (21% de todas as respostas coletadas), demonstrando o grande interesse de profissionais da região nesse instrumento político e normativo. Em países onde a museologia se pratica de maneira informal e a ausência de políticas voltadas para o setor da cultura fragiliza a manutenção de práticas e de instituições (como é o caso da maioria dos países na região, ainda que o Brasil seja uma exceção), instrumentos internacionais exercem maior influência, por vezes funcionando como a única regra vigente.

A partir do contato com museologias experimen-

tais e pontos de memória no contexto brasileiro, tive a oportunidade de observar o constante trabalho de coletivos e comunidades disputando o sentido do 'museu', seja com agentes do Estado ou com a academia (da qual faço parte). Neste exercício de observação por vezes participante, fui levado a entender que a normatividade da museologia apresenta capilaridades diversas, muito para além das definições estrangeiras, mas alcançando a microscopia do trabalho autorizado em contextos comunitários ou mesmo no interior dos museus dominantes. Estou me referindo ao nosso próprio papel de acadêmicos e técnicos atuando como impositores de normas e criadores de rótulos para enquadrar a experiência que nos é alheia. Estamos sempre na fronteira entre a pelada completamente livre e a imposição de regras que autorizam o jogo. Se a definição pode ser entendida como um instrumento profissional convencionado como basilar para a ação, precisamos também lidar com o fato de que — como ela mesma explicita — profissionais não trabalham sozinhos e saber partilhar autoridades e conhecimentos passa a ser uma parte essencial das novas regras do jogo.

Neste breve ensaio, tenho argumentado que a normatividade da definição de museu do ICOM não serve necessariamente para limitar a ação espontânea e insubordinada de museus que escapam a toda e qualquer definição possível. O caso brasileiro pode ser pensado a partir desse movimento duplo, em que as regras são usadas como parte de um processo coletivo que leva a sua atualização. Assim como as peladas jogam com as regras oficiais do futebol mas também as atualizam de acordo com a inventividade do futebol de bairro, os museus se reinventam nos movimentos populares que constituem as suas bases e transformam os alicerces de uma museologia fundamentalmente normativa.

"Estamos sempre na fronteira entre a pelada livre e a imposição de regras que autorizam o jogo"

Na medida em que o setor profissional busca a democratização dos museus, pensando termos como 'diversidade', 'inclusão' e 'acessibilidade' de maneira alargada e irrestrita, somos confrontados com a necessidade de redistribuir a autoridade de quem pode definir 'museu'. Tal desafio, ainda a ser plenamente alcançado nos fóruns internacionais, foi adotado como premissa para o processo de construção da nova definição. Os 18 meses de pesquisa e consultas foram movidos por sucessivas tentativas de incluir o maior número de vozes dos mais diversos atores, abarcando aqueles localizados em países onde o ICOM não reconhecia comitês nacionais ou tampouco a expressividade de seus profissionais (como foi o caso de alguns países africanos cujos profissionais foram convidados a participar por iniciativa do ICOM Define). Tratou-se de um exercício de abertura sem precedentes na história dessa entidade, e com efeitos significativos para o entendimento e atualização da função de uma definição partilhada no mundo atual.

Jogamos os jogos que nos mantêm em movimento com liberdade e propósito. O museu é uma instituição social e uma entidade profissional construída na interseccionalidade entre saberes divergentes, entre regra e desobediência, seguindo algumas normas e

burlando outras de modo a construir um jogo justo e jogado em sociedade. 'Participação' e 'partilha de conhecimentos' apontam para a constante necessidade de se buscar a troca como método para corrigir relações assimétricas e desigualdades estruturais no campo da cultura e do patrimônio. Neste sentido, a regra se abre para ser desafiada por outros saberes, outras agências e dribles impensados. Participar implica alterar as estruturas das quais se passa a fazer parte. Na partida de futebol, serão sempre os jogadores que darão ritmo e sentido às normas negociadas a cada movimento. Com ou sem juiz, a partida é um exercício de transgressão. Cabe aos profissionais envolvidos estabelecer acordos sobre o que será permitido e os limites cabíveis à regra imposta, que podem variar de um contexto a outro.

Como uma ferramenta profissional construída para ser usada e abusada em contextos de práticas diversas, a definição de museu proposta pelo ICOM tem sido adotada como referência por trabalhadores de museus, formuladores de políticas e comunidades, e amplamente na vida diária daqueles que desempenham papéis ativos nos setores de museus e patrimônio. Suas aplicações em todo o mundo, sejam elas práticas, burocráticas ou legais, sem dúvida variam, e cada um dos termos que ela inclui está aberto a múltiplas interpretações. Ela também é um instrumento político que pode ser usado na defesa do museu como método (THOMAS, 2010) apropriado pelos mais diversos grupos na luta pela democratização da memória.

A definição do museu finalmente encontra os seus criadores, aquelas e aqueles a quem ela deverá servir em suas atuações, em suas práticas e na luta cotidiana para que se façam museus mais atuantes e proativos, conectados com as demandas do tempo presente e comprometidos com todos os grupos e visões de mundo. Mas a definição não é o fim e nem a regra absoluta. Ela é a ponto de partida para tudo aquilo que os museus podem ser hoje. Façamos dela nossa plataforma comum para alcançarmos voos ainda mais audaciosos, em direção ao museu insubordinado.

1 Os Pontos de Memória foram um Programa do Ministério da Cultura estabelecido a partir de 2007, inspirado no exemplo anterior do Programa Cultura Viva e, em particular, pelos Pontos de Cultura, que foram experiências similares com caráter cultural diverso.

BONILLA-MERCHAV, L.; BRULON SOARES, B. "Arriving at the Current Museum Definition: A Global Task and a Decentralising Exercise," *Museum International*, 74:3-4, 2023, 134-147, DOI: 10.1080/13500775.2022.2234200.

BROWN GOODE, G. «The principles of museum administration», *Report of Proceedings with the papers read at the sixth annual general meeting*, held in Newcastle-upon-Tyne, July 23rd-26th, London, Dulau, 1896, p. 69-148.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage.* Berkeley CA: University of California Press, 1998.

RIVIÈRE, G. H. *Stage regional d'études de l'Unesco sur le role éducatif des musées (Rio de Janeiro, septembre 7–30, 1958).* Paris: Unesco, 12, 1960.

SAN MIGUEL FERNÁNDEZ, R.; KRAJCOVICOVA, E.; GUIRAGOSSIAN, O. *Resultados de la Consulta 2 y 3, Consejo Internacional de Museos ICOM,* 2021. Disponível: https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/. Acessado em: 24 de maio de 2023.

SCHEINER, Tereza C. M. «Musée et muséologie — définitions en cours.» In: MAIRESSE, François & Desvallées, André (Dirs.). *Vers une redéfinition du musée?* Paris: L'Harmattan, 2007, pp. 147-165.

THOMAS, N. "The Museum as Method", *Museum Anthropology*, Vol. 33, No. 1, 2010, pp. 6-10. Disponível: https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1548-1379.2010.01070.x. Acessado em: 24 de maio de 2023.

WEIL, Stephen E. *Making Museums Matter*. Washington, D.C.: Smithsonian Books, 2002.

"A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing". (ICOM, 2022)

Some games start when the referee authorizes the match; others begin as soon as the ball hits the ground and, in a coordinated action, gets the players moving. Although there are specific technical rules, a football match cannot always be defined by its norms. In a country like Brazil, where football is synonymous with national passion before being a technically defined sport, the rules are appropriated in different ways: sometimes practiced with the discipline of the professional, sometimes subverted by popular joy. Even so, some defining elements allow us to recognize a game.

What the rules do, in the sense of a controlled practice, is determine what is allowed in a match, that is, they define the correct game and set the limits of what will be understood as an infraction. Its regulatory nature is unquestionable, and it serves both the more experienced referee and the child learning the principles of the game for the first time. For some, the rules are learned through a televised match, narrated eloquently by the commentator, but they also serve to define the game that takes place on the makeshift field, in the community club or in the backyard.

In general, socially shared rules serve to define institutions in their sociological sense, which can refer to shared customs, conventions or social norms that determine how people behave in society. According to this approach, it is unquestionable that museums are social institutions invented in the modern period, and which have arrived in contemporary times with new nuances and renewed principles. Some of its rules, however, remain relevant to the majority of its professionals. Museums research, collect, preserve, interpret and exhibit: their basic functions remain unchanged even though their objects and the meaning of their action may vary. The mission and values of museums, on the other hand, have changed over the years, since they were proposed as institutions 'open to the public' (at the beginning of the 20th century), or when their 'service to society' was reiterated (after the celebrated Santiago de Chile Round Table in 1972), or, more recently, when the International Council of Museums (ICOM) made a commitment to 'diversity' and 'sustainability'.

But museums, like a ball game, are made up of practices that precede and sometimes inform the rules. Museums are actions, they are movement and process — as most theorists and commentators on this social institution have already stated (KIRSHENBLATT-GIMBLETT, 1998; WEIL, 2002; SCHEINER, 2007). As such, any attempt to define them is an exercise in limiting their action, framing the movement within the circumscription of the norm, delimiting the field of the 'official' game. In this text, the football metaphor prompts us to think of the museum as a set of actions that escape any standard definition. On the other hand, I'm going to propose thinking of the definition of 'museum' adopted by ICOM not as a rigid, limiting standard, but as a basic instrument that invites insubordinate action, a game that goes beyond the rules without losing its defining references, like football, which is both standardized and transgressive, socially instituted and constantly in flux.

THE GAME, THE REFEREES AND THE MOVEMENT OF THE BALL

In a football match, the main standard of reference is the referee. The authority of the referees produces in the players a sense of the rule that will be reproduced in the controlled movements and attention to the limits of 'fair' play in the demarcated territory of the field. But in the absence of a referee, in popular football, the rules are defined by mutual agreement between the participants of the '*pelada*' [informal football game played only for fun]. In a country where football is taken seriously, even the most informal game, the ephemeral experience of a match between friends, does not escape the projection of rules defined at a global level. In other words, the rules exist so that we don't lose sight of the primary objective of the match: what defines a football match is the action of kicking the ball towards the goal.

In its unrestricted variability and the plurality of formats and experiences associated with the term, there is no museum without the principle of transmission: collecting, interpreting and exhibiting are fundamental terms that define an objective that has been present throughout the history of museums. This objective also involves an audience, so museums should aim to be accessible and inclusive. But the current definition proposed by ICOM goes beyond the demarcation of a passive public, it promotes the participation of communities as a defining element in the functioning of museums in today's world. It's worth considering that museums have always been made up of people: just as the ball doesn't define a football match, it's not the collections or the heritage that define the museum. However, historically, the definitions attributed to the word 'museum' have had as central elements the notion of a 'building' or an 'establishment' where 'collections' are kept (see, for example, BROWN GOODE, 1896; and RIVIÈRE, 1960). This view, which focuses on material culture and the idea of the temple-museum, is already outdated from the point of view of museum practices. Therefore, the insistence on the idea of the museum as a building with material objects is correlated to the attempt to define a football match as consisting solely of the perimeter of the field and a ball.

The game refers to the indispensable action of the players, which causes the ball to move towards the goal. Such a statement may seem banal to sports aficionados, but for some it may still sound strange to say that there is no such thing as a museum without action and movement. For some professionals, the existence of museums without collections may seem unthinkable, and the idea that museums function and communicate with 'the participation of communities' can still be controversial both inside and outside the field. Since, in this text, I use the football metaphor to stretch the definition of 'museum', I can say that, in a similar way to sport, it is the action on heritage, also known as 'musealization', that defines a museum. But the idea that it is people who make museums and define their practices, although obvious and not at all innovative, implies assuming the fact that definitions are the result of negotiations, and recognizing that there are many ways to kick a ball towards the goal.

Here it's worth saying that every definition, just like every norm, is political. At the various times in history when groups of authorized professionals have come together to define what a museum is in global terms, this exercise has been marked by a dispute between culturally and politically demarcated visions. ICOM, as the only transnational body made up of museum professionals, still has a majority of members from Europe and a vast majority of mem-

"The football metaphor prompts us to think of the museum as a set of actions that escape standard definitions"

bers from the so-called Global North. The idea of museums that reaches the 21st century is guided by the worldview of professionals in those countries who identify with the so-called 'Western' culture, forged from modernity and from a Eurocentric perspective.

In 2020, when a new permanent committee, ICOM Define, was formed to resume this reflection and propose a new working methodology (see BONILLA-MERCHAV & BRULON SOARES, 2023, where we detail the process and comment on the results of this research), the biggest challenge was to decentralize the debate, making room for voices and views from other regions of the world. In ICOM's history, this was the first participatory exercise that advocated democratic debate with representation from different regions, recognizing diverse perceptions of museum practice and encouraging negotiation. Following a method of consultations open to members and non-members of this organization, over the course of 18 months we listened to thousands of professionals from more than 80 countries, promoting exchanges of knowledge and experiences that allowed us to arrive at the current definition: a text that is the result of extensive negotiation and concessions. The current ICOM definition serves professionals to allow their ball to keep moving, as they wish, but with parameters established through agreements between different points of view and action.

By 2021, ICOM had surpassed 45,000 members from 123 countries; these numbers represent a diversity of voices and perspectives on museums unprecedented in the history of this organization. Including the voices of its members and professionals in a global dialog was a matter of urgency; after all, in a democratic platform, rules are not defined by a minority. Out of a total of 179 ICOM committees (several of which were inactive at the time), including National and International Committees (NC and IC), Regional Alliances (RA) and Affiliated Organizations (AO), the definition process achieved an unprecedented participation rate of 70.3% (126 committees in total). The numbers achieved show the active involvement of committees and professionals from all over the world, including a very representative regional participation, with considerable geographical diversity (see the ICOM Define Report, produced with data from the successive consultations analyzed by SAN MIGUEL FERNÁNDEZ, KRAJCOVICOVA & GUIRAGOSSIAN, 2021). The final result, presented at the last ICOM General Conference in Prague, Czech Republic, and voted on by the assembly on August 24, 2022, received a 92.4% approval rate.

During the five global consultation opportunities, concepts were collected, quantified and re-qualified based on the evaluation of the different committees in direct consultation with their members. Each new concept included in the definition approved in 2022 was pointed out by the majority of the members who took part in the consultations. These considered the views of the professionals who make up ICOM and, in several countries — as was the case in Brazil — of

"A museum is a not-for-profit permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage.

OPEN TO THE PUBLIC,

ACCESSIBLE AND INCLUSIVE, MUSEUMS FOSTER DIVERSITY AND SUSTAINABILITY. THEY OPERATE AND COMMUNICATE ETHICALLY, PROFESSIONALLY AND WITH THE PARTICIPATION OF COMMUNITIES, OFFERING VARIED EXPERIENCES FOR EDUCATION, ENJOYMENT, REFLECTION AND KNOWLEDGE SHARING".

ICOM, 2022

the museum sector in its broadest sense, including community members, activist collectives, government agents and public policy makers at regional and national level. The result achieved indicates that the concepts negotiated reflect practices and premises of museum work that are already widely accepted in the sector, and point to possible agreements in the midst of museum diversity in our country and globally.

Considering its wide acceptance by ICOM members and professionals from different geographical contexts, the current definition should not be seen only as a 'standard' to be followed, nor as an exclusive description of how museums should behave in the present and in the future. On the contrary, it can be used as a strategic tool, a general parameter or simply an inspiration that serves museums, their professionals and the communities involved for the continuous and necessary negotiation of the minimum conditions, resources and values to be prioritized in the institutions that call themselves 'museums'. For example, in situations where negotiations between museum-making communities and state agents are necessary, the notion of a museum based on this definition can be mobilized to guarantee rights to permanence (stability in the medium and long term), accessibility and inclusion of a wide range of audiences, sustainability (financial, social and environmental), continuous participation of its members (preferably paid), collaboration with professionals (often facilitated by partnerships with universities), ethical parameters, continuous education, enjoyment and reflection (critical and permanent), the sharing of knowledge with different spheres of society, etc.

Therefore, as an instrument of negotiation and a parameter for action, this definition should not limit practices or be used to restrict experimentation and the continuous transformation of museums. Just as the referee does not limit the movement of the ball from the moment the players enter the field, the rules that establish professional and ethical parameters should not limit the accelerated movement of museums in our time. The fact that there are rules and their normative application does not prevent the game from happening in its most spontaneous movements. Sometimes the most exciting dribbling happens when the player is offside — which doesn't stop the audience from cheering at the moment of the transgression. The player's impulse, in the meeting of bodies and the drive to score (the primary rule of every match) is the main defining element of a good football game.

THE MUSEUM WILL NEVER BE STOPPED: USES AND OVERUSES OF THE NEW DEFINITION

ICOM's museum definition, like the other normative instruments produced internationally, does not aim to establish the 'good museum', nor does it define 'good practices'. Its normative character — which here refers to the norm, but also to the normal, the acceptable or the adjusted to the needs of a given group — serves societies so that minimum parameters are followed, helping professionals in their practices, but even so, recognizing that concepts and practices are always situated, and local dynamics and needs can promote greater or lesser elasticity to the rules thought up at a global level. Yellow and red cards are used to determine ethical play, according to the principles that define a violation. But the ethics of the game also adapt to the agreements established and re-established as practice progresses and the game poses new challenges.

In football, we know that the perimeter of the field can vary, but according to the international standards established by FIFA (International Federation of Association Football, which defines globally adopted

rules), the field must have the specific dimensions of 100 to 110 meters in length, and between 64 and 75 meters in width. The small variations do not take into account all the improvised spaces where football is played and do not prevent the ball from rolling beyond the lines drawn on the field. Informal matches, weekend '*peladas*' and community club championships are not unrelated and cannot be ignored as part of what is socially understood as *football*.

Over the last few decades in Brazil, we have seen a veritable 'spring of museums' that has taken hold in different corners of the country with the agency of social groups exercising their right to memory and going against hegemonic historical narratives. This expansion and reopening of the museum field to society was supported by a movement of intellectual, cultural and political renewal within museology, which contributed to destabilizing concepts, theories and definitions at a global level. This 'spring of museums' in Brazil was only possible thanks to state policies implemented in the field of education and culture from the first decade of the century, with the approval of the National Museum Policy (PNM) in 2003 and its successive implementation, culminating in the creation of the Brazilian Institute of Museums (Ibram) in 2009. It's important to remember that the museum players who promoted this change at national level were informed by international perspectives, with Brazilian museology standing out as a school of thought and a laboratory for innovative experiments. In this context of intense exchanges, museums in Brazil will be marked by a double characteristic, although not necessarily a paradox: on the one hand, due to the power of social experimentation, museums will constantly challenge the rules and propose updates to established policies; on the other hand, community initiatives will constantly be framed and shaped by nationally imposed policies and, to a certain extent, by imported definitions.

"This 'spring of museums' in Brazil was possible thanks to state policies in culture"

In the recent history of Brazilian museums, our 'spring' would come to an end in 2017, when the *Pontos de Memória* [*Points of Memory*] Program came to an end, as a result of this policy and inspired by the Ministry of Culture's *Pontos de Cultura* [Points of Culture][1], which enabled an unprecedented rapprochement between community museum initiatives and the Brazilian state, as well as the recognition of experimental museologies beyond the authorized practices of hegemonic museums. This program was resumed in 2023, again using public notices to accredit and finance community-based initiatives throughout the country. Although the effects of these policies on the field of museums need further study, it was undoubtedly the time of the field's greatest expansion and the circulation of its players and knowledge beyond the southeast region and the already established museology schools in Rio de Janeiro, São Paulo and Bahia. This was also a period of intense exchange of knowledge and practices between universities and culture-producing social groups, through the intensification of extension and research in museology in the country.

To date, ICOM's museum definition, which has guided the National Museum Policy in Brazil, has

not functioned as a restrictive standard, but as the basis for recognizing diverse initiatives in the national context. In the complex and dynamic scenario of Brazilian museology, we can (and should) discuss the extent to which public policies and current definitions take into account the inventive power of experimental museums — a notion that precedes the definition of some of them as 'social museums'. The intersection between authorized knowledge and practices and those located in community and experimental museums, without necessarily receiving the seal of approval from the state or the recognition of academia, is glaring in the museology practiced in Brazil today. The paradoxical nature of museums that 'bend the rules' but still resort to state policies to overcome precariousness marks a sector in which the rules serve both as a basis for coordinated action and to be surpassed and redefined. It is thanks to this dual condition, of a game that when played collectively alters the imposed norms, that museology updates its foundations and moves towards new ways of doing *museums*.

Thus, questioning and discussing the definition of 'museum' for today's societies should be an ongoing exercise. It's not individual preferences or the views of professionals in hegemonic countries or those aligned with fashion discourses that are at play. The norm is made to establish common parameters, so that opposing teams — or players in divergent positions in the cultural field — can negotiate their differences in an arena accepted by all parties involved. In this sense, the definition is intended to be nothing more than an instrument of dialog, a support base from which other things (even its future alteration) can be disputed.

PELADAS, OR THE INSUBORDINATE MUSEUM

Brazil is recognized globally as a dynamic and pulsating laboratory of museum practices and the circulation of ideas and concepts that constantly contribute to changing the rules of the game played by international organizations. It is no coincidence that Brazil's participation in the process of collective construction of the new ICOM definition was very prominent among the organization's national committees. Another unprecedented finding was the significant participation rate of committees from Latin America (21% of all responses collected), demonstrating the great interest of professionals from the region in this political and normative instrument. In countries where museology is practiced informally and the absence of policies aimed at the cultural sector weakens the maintenance of practices and institutions (as is the case in most countries in the region, although Brazil is an exception), international instruments exert greater influence, sometimes acting as the only rule in force.

From my contact with experimental museologies and *Pontos de Memória* [*Points of Memory*] in the Brazilian context, I have had the opportunity to observe the constant work of collectives and communities disputing the meaning of 'museum', whether with agents of the state or with academia (of which I am a member). In this exercise of sometimes participant observation, I was led to understand that the normativity of museology presents diverse capillarities, far beyond foreign definitions, but reaching the microscopy of authorized work in community contexts or even within the dominant museums. I'm referring to our own role as academics and technicians acting as imposers of norms and creators of labels to frame the experience of others. We're always on the borderline between the completely informal game and the

imposition of rules that authorize the game. If the definition can be understood as a professional tool agreed to be the basis for action, we also need to deal with the fact that — as it itself makes clear — professionals don't work alone and knowing how to share authorities and knowledge becomes an essential part of the new rules of the game.

In this brief essay, I have argued that the normativity of ICOM's museum definition does not necessarily serve to limit the spontaneous and insubordinate action of museums that elude any and all possible definitions. The Brazilian case can be thought of from this double movement, in which the rules are used as part of a collective process that leads to their updating. Just as the *peladas* play with the official rules of football but also update them according to the inventiveness of neighborhood football, museums reinvent themselves in the popular movements that form their bases and transform the foundations of a fundamentally normative museology.

As the professional sector seeks to democratize museums, thinking in terms such as 'diversity', 'inclusion' and 'accessibility' in a broad and unrestricted way, we are faced with the need to redistribute the authority of who can define 'museum'. This challenge, which has yet to be fully met in international forums, was adopted as a premise for the process of constructing the new definition. The 18 months of research and consultations were driven by successive attempts to include the highest number of voices from the most diverse players, including those located in countries where ICOM did not recognize national committees or the expressiveness of their professionals (as was the case with some African countries whose professionals were invited to participate at the initiative of ICOM Define). It was an unprecedented exercise in openness in the history of this organization, with significant effects for understanding and updating the function of a shared definition in today's world.

We play the games that keep us moving with freedom and purpose. The museum is a social institution and a professional entity built on the intersectionality between divergent knowledges, between rule and disobedience, following some norms and circumventing others in order to build a fair game played in society. 'Participation' and 'sharing knowledge' point to the constant need to seek exchange as a method of correcting asymmetrical relations and structural inequalities in the field of culture and heritage. In this sense, the rule is open to being challenged by other knowledge, other agencies and unthought-of dribbles. Participating means changing the structures of which you become a part. In a football match, it will always be the players who give rhythm and meaning to the rules negotiated with each move. With or without a referee, the match is an exercise in transgression. It's up to the professionals involved to establish agreements on what will be allowed and the limits to the rule imposed, which can vary from one context to another.

As a professional tool built to be used and overused in diverse practice contexts, the museum definition proposed by ICOM has been adopted as a reference by museum workers, policy makers and communities, and widely in the daily lives of those who play active roles in the museum and heritage sectors. Its applications around the world, whether practical, bureaucratic or legal, undoubtedly vary, and each of the terms it includes is open to multiple interpretations. It is also a political instrument that can be used to defend the museum as a method (THOMAS, 2010) appropriated by the most diverse groups in the struggle for the democratization of memory.

The definition of the museum has finally found its creators, those whom it should serve in their actions, in their practices and in the daily struggle to make museums more active and proactive, connected to the demands of the present time and committed to all groups and worldviews. But the definition is neither the end nor the absolute rule. It is the starting point for everything that museums can be today. Let's make it our common platform for even bolder flights towards the insubordinate museum.

1 The *Pontos de Memória* [*Points of Memory*] were a Ministry of Culture program established in 2007, inspired by the previous example of the *Cultura Viva* [*Living Culture*] Program and, in particular, by the *Pontos de Cultura* [*Points of Culture*], which were similar experiences with a different cultural character.

BONILLA-MERCHAV, L.; BRULON SOARES, B. "Arriving at the Current Museum Definition: A Global Task and a Decentralising Exercise," *Museum International*, 74:3-4, 2023, 134-147, DOI: 10.1080/13500775.2022.2234200.

BROWN GOODE, G. «The principles of museum administration», *Report of Proceedings with the papers read at the sixth annual general meeting*, held in Newcastle-upon-Tyne, July 23rd-26th, London, Dulau, 1896, p. 69-148.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley CA: University of California Press, 1998.

RIVIÈRE, G. H. *Stage regional d'études de l'Unesco sur le role éducatif des musées (Rio de Janeiro, septembre 7–30, 1958)*. Paris: Unesco, 12, 1960.

SAN MIGUEL FERNÁNDEZ, R.; KRAJCOVICOVA, E.; GUIRAGOSSIAN, O. *Resultados de la Consulta 2 y 3, Consejo Internacional de Museos ICOM*, 2021. Available at: https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/. Accessed on: 05/24/2023.

SCHEINER, Tereza C. M. «Musée et muséologie — définitions en cours.» In: MAIRESSE, François & Desvallées, André (Dirs.). *Vers une redéfinition du musée?* Paris: L'Harmattan, 2007, pp. 147-165.

THOMAS, N. "The Museum as Method", *Museum Anthropology*, Vol. 33, No. 1, 2010, pp. 6-10. Available at: https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1548-1379.2010.01070.x. Accessed on: 05/24/2023.

WEIL, Stephen E. *Making Museums Matter*. Washington, D.C.: Smithsonian Books, 2002.

Ruy Ribeiro Barros

Raphael Alves

Levi Bianco

João Pedro Araújo

Alexandre Gondim

Leandro Reichert

INTELIGÊNCIA DIGITAL E PÚBLICOS DE MUSEUS:
descobertas da Pesquisa Bianual de Públicos do Museu do Futebol

Digital Intelligence and Museum Audiences: Findings From the Football Museum's Biannual Audience Survey

Beth Ponte e Letícia Fernandes[1]

Desde sua criação, em 2008, o Museu do Futebol já nasceu com dois traços distintivos: ser digital e pioneiro em inovação. O digital foi uma opção consciente desde a concepção do museu, que decidiu investir em conteúdos audiovisuais apresentados por meio de suportes expositivos interativos, ao invés das vitrines contendo objetos e memorabília, posicionando-se como um espaço de conhecimento e diversão, dinâmico e interativo, capaz de proporcionar experiências multissensoriais aos visitantes. A inovação está presente de maneira transversal à instituição, não apenas nas temáticas e abordagens apresentadas aos públicos nas exposições e ações educativas, mas como valor orientador de sua atuação institucional.

Essa capacidade de inovar, presente também na produção de conhecimento sobre o museu e em sua comunicação, pode ser atribuída à bem-sucedida parceria entre a sociedade civil (através da organização social IDBrasil) e o poder público (Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo") para sua gestão. É nesse contexto que se insere a primeira edição da Pesquisa Bianual de Perfil e Satisfação dos Públicos do Museu do Futebol, iniciativa da Diretoria Executiva do IDBrasil, que enxergou nessa entrega integrante do Contrato

1 Beth Ponte é gestora cultural e consultora pela Ponte Cultura & Desenvolvimento. Letícia Fernandes é museóloga e consultora pela DigiMusa Museologia. Em 2022, passaram a atuar conjuntamente através da Deck — Inteligência Digital para a Cultura.

Beth Ponte is a cultural manager and consultant at Ponte Cultura & Desenvolvimento. *Letícia Fernandes is a museologist and consultant at* DigiMusa Museologia. *In 2022, they began to act jointly with* Deck — Inteligência Digital para a Cultura.

de Gestão, a oportunidade de inovar e propor um novo olhar sobre os públicos do Museu do Futebol.

Realizada entre os meses de julho e setembro de 2022, a pesquisa adotou uma abordagem inovadora de inteligência de dados, combinando diferentes fontes de informações e dialogando com diferentes bases de dados coletadas pelo museu desde 2015. A pesquisa contou com a assessoria técnica da Ponte Cultura & Desenvolvimento e da Digimusa Museologia e com o envolvimento de diferentes setores do museu (Assessoria Museológica, Núcleo Educativo, Núcleo de Comunicação e Marketing e Núcleo de Tecnologia). Seu resultado é um retrato abrangente e inédito dos públicos presenciais e virtuais do Museu do Futebol. Neste texto vamos partilhar um pouco do processo inovador da pesquisa e alguns de seus resultados.

ONDE TUDO COMEÇA: PREMISSAS DA PESQUISA

A pesquisa seguiu três premissas gerais, que orientaram seu escopo e desenho:

- A pesquisa bianual é um momento para olhar e escutar os diferentes públicos do museu: a pesquisa foi compreendida desde seu princípio como uma oportunidade não apenas para conhecer, mas para ouvir os diferentes públicos do museu em uma perspectiva longitudinal e multicanal.
- Os públicos de um museu não são apenas os visitantes presenciais: para analisar públicos museais nos tempos atuais, é essencial ir além das visitas educativas e dos visitantes espontâneos, incluindo também os públicos que se relacionam com os museus no digital. Por isso, a pesquisa bianual também reuniu informações sobre o perfil e a satisfação dos públicos virtuais do museu e os resultados das avaliações criadas espontaneamente pelos visitantes do museu.
- Uso de inteligência de dados para criar valor e conhecimento a partir de informações já existentes: para extrair valor de grandes bases de dados a pesquisa utilizou soluções de Inteligência de Negócios (*Business Intelligence*), como a criação de painéis de dados (*dashboards*), além de explorar as ferramentas de *analytics* do site e das redes sociais e testar o uso de um *software* de análise de reputação on-line. Todas as soluções digitais empregadas são facilmente acessíveis e compatíveis com recursos do museu.

Essa última premissa teve um papel fundamental para a pesquisa, pois percebemos que o Museu do Futebol já possuía uma cultura de avaliação e acumulou ao longo dos anos uma grande quantidade de informações sobre seus públicos. Ou seja, não seria necessário, nem estratégico, empreender um novo esforço de coleta de dados no modelo tradicional de aplicação de questionários com visitan-

tes. O que o museu precisava era de ferramentas para extrair valor sobre os dados que já colecionava.

No recente artigo *The Art of Data: Empowering Art Institutions With Data and Analytics* [A arte dos dados: empoderando instituições artísticas com dados e análises], a consultoria global McKinsey listou algumas recomendações sobre a importância estratégica do uso de dados em museus e outras organizações culturais, a partir de um projeto piloto da consultoria em 2022 com grandes organizações dos EUA e Inglaterra. A primeira recomendação é bem simples: comece agora com os dados que já existem.

> "A falta de medidas padronizadas pode sobrecarregar e até inviabilizar as equipes ao decidir onde focar suas práticas nascentes de gerenciamento de dados. Uma maneira rápida de começar a alavancar dados e análises é focar nas áreas onde os dados já estão disponíveis."

Mas onde estavam os dados dos públicos do Museu do Futebol?

A PESQUISA COMO UMA 'CURADORIA DE DADOS'

Para a estrutura conceitual da pesquisa, primeiro foram elencadas todas as pesquisas e captação de dados já realizadas pelo museu, e quais indicadores poderiam ser aferidos por meio dos dados já existentes. Ao compreender os públicos do museu não como uma massa homogênea, mas como um conjunto de diferentes segmentos que possuem demandas diversas, optou-se por mobilizar dados de fontes distintas, tanto os produzidos internamente por meio de pesquisas que o museu realiza de maneira sistemática, como aqueles disponíveis on-line, conforme descrito a seguir.

— Totem eletrônico: o Museu do Futebol já coletava informações de perfil e satisfação dos seus visitantes de forma contínua através de um totem de pesquisa localizado na saída do museu. De forma voluntária, os visitantes podem preencher uma pesquisa de perfil e satisfação ou apenas deixar um comentário ou sugestão. No período de abril de 2015 a julho de 2022, foram 62.343 interações com o totem e 49.790 respostas efetivas de visitantes. Trata-se de um conjunto de dados expressivo e que permitiu análises longitudinais inéditas para o museu.

— Pesquisas internas: o setor educativo do museu aplica uma pesquisa contínua de perfil e satisfação com todos os grupos que participam de suas visitas educativas (com e sem agendamento). De julho de 2017 a maio de 2022 foram 7.259 grupos, representados na pesquisa por um de seus participantes. Além disso, o Núcleo de Co-

municação realizou a primeira pesquisa de satisfação com públicos on-line, cujos dados foram incorporados à análise.

— Avaliação dos visitantes em plataformas on-line: milhares de visitantes registram de forma espontânea sua avaliação e fazem comentários em plataformas digitais (Google, Tripadvisor e Facebook). De março de 2009 a agosto de 2022 foram contabilizadas 22.776 avaliações e 15.610 comentários, que ainda não haviam sido analisados de forma unificada pela equipe do museu.

— *Analytics* das redes sociais e *website*: o Museu do Futebol contava até agosto de 2022 com um total de 193.526 seguidores em suas seis principais redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube[2], TikTok e LinkedIn. Entre 1 de agosto de 2021 e 1 de agosto de 2022, o *website* do museu recebeu 1.090.416 visualizações (contabilizando as realizadas pelo mesmo usuário) realizadas por 461.499 usuários únicos.

Com todos os dados reunidos, o passo seguinte foi pensar na melhor forma de apresentá-los, de maneira a informar clara e estrategicamente o museu e seus *stakeholders*. Optou-se pela criação de um *dashboard* on-line para apresentar os dados do totem, pois a ferramenta oferece uma visualização mais amigável, possibilitando a apresentação de séries históricas, o agrupamento de resultados por temática e os cruzamentos entre eles.

Outro fator que contou a favor da opção pelo *dashboard*, foi a possibilidade de que o museu usasse esse painel como modelo e seguisse alimentando-o continuamente de maneira totalmente automatizada, concentrando os dados de diferentes fontes em um só local. As análises resultantes das demais fontes de informação foram apresentadas em um relatório detalhado e em um sumário executivo, com atenção especial à visualização dos dados, incluindo a criação de um infográfico com os principais dados dos públicos.

DESCOBERTAS SOBRES OS PÚBLICOS

Essa nova forma de sistematizar e apresentar os dados vai além de um aprimoramento visual. Ao olhar para os dados de maneira integrada, foi possível ampliar a capacidade de identificar tendências e padrões, criando novos sentidos e trazendo novas descobertas sobre o perfil, os interesses e as expectativas dos públicos do museu.

— Perfil dos visitantes presenciais: a principal descoberta trazida pelas 49 mil respostas, coletadas por meio do totem localizado no Museu do Futebol, é que seus públicos são mais diversos do que os resultados obtidos em pesquisas anteriores apontavam:

2 Em relação ao YouTube, é importante prestar atenção não apenas aos inscritos, mas também às visualizações no canal. Em agosto de 2022, os vídeos do museu no YouTube contavam com um total acumulado de 648.154 visualizações (96% delas vindas de pessoas não inscritas no canal).

As mulheres representam 46% dos visitantes, refletindo o esforço do museu em apresentar narrativas mais diversas sobre o futebol. Os jovens de até 24 anos representam quase metade (48,15%) dos visitantes, sendo 40,7% com escolaridade até o ensino médio.

Como um equipamento cultural estadual, o Museu do Futebol cumpre sua função, recebendo visitantes de 344 outras cidades do estado, que representam 55,8% das visitas presenciais espontâneas (não agendadas previamente).

No Museu do Futebol, em média, 15,3% dos visitantes espontâneos e 34,5% dos participantes das visitas agendadas visitaram o museu mais de uma vez. É uma taxa de retorno bastante expressiva, considerando que grande parte dos visitantes não reside na cidade de São Paulo.

Perfil e satisfação dos públicos atendidos pelas visitas educativas[3]: as visitas educativas são essenciais para a diversificação dos públicos do museu, fortalecendo também sua função social. Os grupos atendidos são majoritariamente provenientes de escolas públicas; entidades sem fins lucrativos; clubes, centros esportivos e escolas de esportes e serviços públicos de saúde e/ou assistência social, abrangendo parcelas demográficas que podem não ter sido contempladas em pesquisas anteriores (sobretudo crianças e adolescentes).

3 Pesquisas internas: período de julho de 2017 a abril de 2022.

De 2017 a 2022, as visitas educativas atenderam 163.709 pessoas, o que corresponde a 10,64% do total de visitantes.

As visitas educativas receberam grupos vindos de 299 cidades paulistas entre 2017 e 2022. A maioria dos grupos de São Paulo (capital) vem das regiões Sul e Leste da cidade.

A satisfação com as atividades educativas é quase unanimidade, com 99% dos participantes das visitas educativas presenciais ou ações educativas on-line satisfeitos ou muito satisfeitos com a atuação dos educadores.

Perfil e interesses dos públicos virtuais[4]: a análise sobre o perfil e as interações de seguidores do Museu do Futebol nas redes sociais trouxe as seguintes tendências:

4 *Analytics* de redes sociais: período de agosto de 2021 a julho de 2022.

Os públicos das redes sociais são mais masculinos (61%) que os públicos presenciais (54%). O TikTok se destaca como a rede com a maior proporção de homens (74%) e o Instagram, com maior percentual de mulheres (42,5%).

Nas redes analisadas (Facebook, Instagram e YouTube) o Museu do Futebol se relaciona majoritariamente com públicos adultos (25 a 44 anos). O YouTube

concentra a maior proporção de público jovem (até 24 anos).

As postagens com homenagens às figuras ilustres do futebol feminino e masculino e com informações sobre a programação cultural e as exposições temporárias do museu foram as que despertaram maior interesse nas redes.

As temáticas de interesse mais citadas pelos públicos virtuais foram: representação do futebol em sua diversidade, valorização de atletas e promoção da igualdade.

Reputação on-line do museu e expectativas dos públicos[5]: os comentários em plataformas on-line são importantes fontes de informação sobre a percepção e expectativas dos visitantes. Na era digital, esta é uma fonte que não pode ser ignorada e que ajuda a qualificar os resultados da pesquisa. Utilizando a plataforma Amplifique.me, analisamos as avaliações e comentários deixados espontaneamente nas plataformas on-line Tripadvisor e Google My Business, sobre a satisfação com a visita presencial, além de comentários sobre a experiência e sugestões para o museu. A grande maioria das avaliações (94%) considera o Museu do Futebol "bom ou ótimo" (4 e 5 estrelas).

5 Plataformas de avaliação on-line: período de 2010 a 2022.

O museu foi avaliado com notas acima de 4,5 (em um máximo de 5) em todos os aspectos (conteúdo, serviço, acessibilidade, infraestrutura e atendimento).

Dentre o que os visitantes esperam encontrar no museu, as expectativas mais frequentes foram: um museu mais interativo (em especial para crianças e jovens) e com mais objetos musealizados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: CULTURA DE DADOS PARA FORTALECER O SETOR MUSEAL

Toda iniciativa de pesquisa em um museu é parte de um processo maior, pois ajuda a construir uma cultura de avaliação que fortalece todo o setor museal. Ao agrupar e relacionar pela primeira vez os dados de diferentes fontes de informação em um período de 8 anos (2015 – 2022), o Museu do Futebol começa a construir uma nova visão sobre seus públicos, trazendo mais evidências que demonstram sua relevância para a cultura de São Paulo e do Brasil.

A realização de pesquisas avaliativas e a subsequente utilização desses resultados para recalcular as rotas escolhidas ainda é uma prática pouco disseminada nos museus brasileiros. Ser capaz de medir o sucesso de uma ação voltada para os públicos e, com base em evidências estatísticas, aprimorar sua execução, é essencial

para obter melhores resultados, mantendo a atratividade e, consequentemente, a sustentabilidade de espaços culturais.

Para um primeiro passo na direção de uma atuação movida por dados (*data driven*), conforme mencionado na introdução deste artigo, os museus podem — e devem — começar com os dados que estão disponíveis. Porém, devem ir além de medir apenas o que "está à mão", almejando evoluir para a produção de indicadores realmente relevantes para determinar o progresso e o nível de acerto de suas ações. Ações de avaliação e monitoramento que geram dados confiáveis e significativos são essenciais para alavancar um ciclo de melhoria contínua na gestão museológica.

As pesquisas no campo museal também são essenciais para aferir se as ações realizadas estão contribuindo para o cumprimento da missão e da função social dos museus. A missão do Museu do Futebol é "*preservar, pesquisar e comunicar o futebol no Brasil, em suas dimensões e expressões históricas e culturais, para os mais diversos públicos. Educar a partir dos afetos, da empatia e da inclusão. Incentivar a prática do esporte, colaborando para torná-lo mais inclusivo*." Diversidade e inclusão são palavras-chave. Neste sentido, a Pesquisa Bianual de Públicos, em toda sua amplitude, é uma ferramenta valiosa para que as equipes do museu possam mergulhar nos dados, explorando informações sobre gênero, faixa etária, localidade para compreender melhor o que move os públicos, presenciais e virtuais, que já atendem — e, sobretudo, para pensar em projetos e estratégias para contemplar aqueles que ainda não se relacionam com o museu.

Essa pesquisa, ao oferecer um olhar 360º sobre os diferentes públicos do Museu do Futebol, poderá inspirar inovações nas pesquisas de outros museus no Brasil. A execução de uma pesquisa termina, mas ela só tem sucesso quando seus resultados ganham uma função após a sua realização, fortalecendo práticas de gestão baseadas em dados, orientando as decisões futuras e servindo como um farol para iluminar novos caminhos para o setor museal.

COLE, Zina; MATHEWS, Ben; STEELE, Richard; TALLON, Loïc. The art of data: Empowering art institutions with data and analytics. McKinsey Quarterly. Maio 2023. Disponível em: https://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/the-art-of-data-empowering-art-institutions-with-data-and-analytics

MUSEU DO FUTEBOL. Pesquisa Bianual de Perfil e Satisfação dos Públicos do Museu do Futebol. 2022.

MUSEU DO FUTEBOL. Plano Museológico. 2021. Disponível em: https://museudofutebol.org.br/wp-content/uploads/2021/06/JUN-2021-Plano-Museologico-Museu-do-Futebol-FINAL.pdf

Since its creation in 2008, the Football Museum has had two distinctive features: being digital and a pioneer in innovation. Digital was a conscious choice since the museum's conception, when it decided to invest in audiovisual content presented through interactive exhibition supports, rather than display cases containing objects and memorabilia, positioning itself as a dynamic and interactive space for knowledge and fun, capable of providing multi-sensory experiences for visitors. Innovation is present throughout the institution, not just in the themes and approaches presented to the audience in exhibitions and educational activities, but as a guiding value in its institutional activities.

This ability to innovate, also present in the production of knowledge about the museum and in its communication, can be attributed to the successful partnership between civil society (through the IDBrasil Social Organization) and the public authorities (São Paulo State Secretariat for Culture, Economy and Creative Industries) for its management. It is in this context that the first edition of the Biannual Survey of the Profile and Satisfaction of the Football Museum's Audiences is set, an initiative of IDBrasil's Executive Board, which saw this delivery as part of the Management Contract as an opportunity to innovate and propose a new look at the Football Museum's audience.

Carried out between July and September 2022, the research adopted an innovative data intelligence approach, combining different sources of information and dialoguing with different databases collected by the museum since 2015. The research had the technical assistance of *Ponte Cultura & Desenvolvimento* and *Digimusa Museologia* and the involvement of different sectors of the museum (Museological Advisory, Educational Center, Communication and Marketing Center and Technology Center). The result is a comprehensive and unprecedented portrait of the Football Museum's in-person and virtual audiences. In this text, we'll share a little about the innovative research process and some of its results.

WHERE IT ALL BEGINS: RESEARCH PREMISES

The research followed three general premises, which guided its scope and design:

— The biannual survey is a time to look at and listen to the museum's different audiences: from the outset, the research was seen as an opportunity not just to get to know, but to listen to the museum's different audiences from a longitudinal and multi-channel perspective.

— The museum's audiences are not just its in-person visitors: in order to analyze museum audiences in current times, it is essential to go beyond educational visits

and spontaneous visitors, and also include audiences that relate to museums digitally. For this reason, the biannual survey also gathered information on the profile and satisfaction of the museum's virtual audiences and the results of the evaluations created spontaneously by the museum's visitors.

— Using data intelligence to create value and knowledge from existing information: in order to extract value from large databases, the research used Business Intelligence solutions, such as the creation of dashboards, as well as exploring the analytics tools of the website and social networks and testing the use of online reputation analysis software. All the digital solutions used are easily accessible and compatible with the museum's resources.

This last premise played a fundamental role in the research, as we realized that the Football Museum already had a culture of evaluation and had accumulated a large amount of information about its audiences over the years. In other words, it would not be necessary or strategic to undertake a new data collection effort using the traditional model of questionnaires with visitors. What the museum needed were tools to extract value from the data it was already collecting.

In the recent article *The art of data: Empowering art institutions with data and analytics*, the global consultancy McKinsey has listed some recommendations on the strategic importance of using data in museums and other cultural organizations, based on a pilot project carried out by the consultancy in 2022 with large organizations in the USA and England. The first recommendation is quite simple: start now with the data that already exists.

"The lack of standardized measures can overwhelm and even make it impossible for teams to decide where to focus their nascent data management practices. A quick way to start leveraging data and analytics is to focus on areas where data is already available."

But where were the public figures for the Football Museum?

RESEARCH AS 'DATA CURATION'

For the conceptual structure of the research, we first listed all the research and data collection already carried out by the museum, and which indicators could be measured using existing data. By understanding the museum's audiences not as a homogeneous mass, but as a group of different segments with diverse demands, it was decided to mobilize data from different sources, both those produced internally through surveys that the museum carries out systematically, and those available online, as described below.

— Electronic totem pole: the Football Museum already collected information on the profile and satisfaction of its visitors on an ongoing basis through a survey totem located at the museum's exit. On a voluntary basis, visitors can fill in a profile and satisfaction survey or just leave a comment or suggestion. Between April 2015 and July 2022, there were 62,343 interactions with the totem and 49,790 actual responses from museum visitors. This is a significant data set that has allowed unprecedented longitudinal analysis for the museum.

— Internal research: the museum's education department carries out an ongoing profile and satisfaction survey with all the groups that take part in its educational visits (with and without an appointment). From July 2017 to May 2022 there were 7,259 groups, represented in the survey by one of their participants. In addition, the communications department carried out the first satisfaction survey with online audiences, the data from which was incorporated into the analysis.

— Visitors' feedback on online platforms: thousands of visitors to the museum spontaneously record their ratings and comments on digital platforms (Google, Tripadvisor, and Facebook). From March 2009 to August 2022, there were 22,776 ratings and 15,610 comments, which had not yet been analyzed in a unified way by the museum's team.

— Social media and website analytics: by August 2022, the Football Museum had a total of 193,526 followers on its six main social networks: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube[2], TikTok, and LinkedIn. Between August 1, 2021 and August 1, 2022, the museum's website received 1,090,416 views (including views by the same user) from 461,499 unique users.

With all the data gathered, the next step was to think of the best way to present it, in a way that would clearly and strategically inform the museum and its stakeholders. It was decided to create an online dashboard to display the totem data, as the tool offers a more user-friendly visualization of the information, making it possible to present historical series, group results by theme and cross-reference them.

Another factor in favor of opting for the dashboard was the possibility of the museum using this panel as a model and feeding it continuously in a fully automated way, concentrating data from different sources in one place. The analyses resulting from the other sources of information were presented in a detailed report and an executive summary, with special attention to data visualization, including the creation of an infographic with the main data.

2 When it comes to YouTube, it's important to pay attention not only to subscribers, but also to channel views. In August 2022, the museum's videos on the YouTube had an accumulated total of 648,154 views (96% of them from people not subscribed to the channel).

DISCOVERIES ABOUT THE AUDIENCES

This new way of data systematization and presentation goes beyond a visual improvement. By looking at the data in an integrated way, it was possible to expand the ability to identify trends and patterns, creating new meanings and bringing new discoveries about the profile, interests and expectations of the museum's audiences.

Profile of in-person visitors: the main finding of the 49,000 responses, collected through the totem located in the Football Museum, is that their audiences are more diverse than the results obtained in previous surveys indicated:

> Women account for 46% of visitors, reflecting the museum's efforts to present more diverse narratives about football. Young people up to the age of 24 account for almost half (48.15%) of visitors, with 40.7% having up to high school education.
>
> As a state cultural facility, the Football Museum fulfills its role by receiving visitors from 344 other cities in the state, which account for 55.8% of spontaneous visits (not previously scheduled).
>
> At the Football Museum, on average, 15.3% of spontaneous visitors and 34.5% of scheduled visitors visited the museum more than once. That's a pretty significant return rate, considering that most visitors don't live in the São Paulo city.

Profile and satisfaction of the audience served by educational visits[3]: educational visits are essential for diversifying the museum's audience and strengthening its social function. The groups served are mostly from public schools; non-profit organizations; clubs, sports centers and sports schools and public health and/or social assistance services, covering demographic groups that may not have been covered in previous surveys (especially children and adolescents).

> From 2017 to 2022, educational visits served 163,709 people, which corresponds to 10.64% of all visitors.
>
> The educational visits received groups from 299 cities in São Paulo between 2017 and 2022. Most of the groups from São Paulo (capital) come from the southern and eastern regions of the city.
>
> Satisfaction with the educational activities is almost unanimous, with 99% of the participants in the face-to-face educational visits or online educational actions satisfied or very satisfied with the performance of the educators.

3 Internal research: from July 2017 to April 2022.

Profile and interests of virtual audiences[4]: analysis of the profile and interactions of the Football Museum's followers on social networks revealed the following trends:

Social media audiences are more male (61%) than face-to-face audiences (54%). TikTok stands out as the network with the highest proportion of men (74%) and Instagram with the highest percentage of women (42.5%).

On the networks analyzed (Facebook, Instagram and YouTube), the Football Museum relates mostly to adult audiences (25 to 44 years old). YouTube has the highest proportion of young people (up to 24 years old).

Posts paying tribute to illustrious men's and women's football figures and information about the museum's cultural program and temporary exhibitions were the ones that attracted the most interest on the networks.

The topics of interest most cited by the online audiences were: representing football in its diversity, valuing athletes and promoting equality.

Museum's online reputation and audiences' expectations[5]: comments on online platforms are important sources of information about visitors' perceptions and expectations. In the digital age, this is a source that cannot be ignored and that helps to qualify research results. Using the Amplifique.me platform, we analyzed the evaluations and comments left spontaneously on the Tripadvisor and Google My Business online platforms, regarding satisfaction with the in-person visit, as well as comments about the experience and suggestions for the museum. The vast majority of reviews (94%) consider the Football Museum to be "good or excellent" (4 and 5 stars).

The museum was rated above 4.5 (out of a maximum of 5) in all aspects (content, service, accessibility, infrastructure and customer service).

Among what visitors expect to find in the museum, the most frequent expectations were: a more interactive museum (especially for children and young people) and with more objects.

4 Social media analytics: from August 2021 to July 2022.

5 Online assessment platforms: from 2010 to 2022.

FINAL CONSIDERATIONS: DATA CULTURE TO STRENGTHEN THE MUSEUM SECTOR

Every research initiative in a museum is part of a larger process, as it helps to build a culture of evaluation that strengthens the entire museum sector. By grouping and relating for the first time data from different sources of information over an 8-year period (2015 – 2022), the Football Museum is beginning to build a new vision of its

audiences, bringing more evidence to demonstrate its relevance to the culture of São Paulo and Brazil.

Carrying out evaluative research and then using the results to recalculate the chosen routes is still a practice that is not very widespread in Brazilian museums. Being able to measure the success of an action aimed at audiences and, based on statistical evidence, improve its execution, is essential for obtaining better results, maintaining the attractiveness and, consequently, the sustainability of cultural spaces.

For a first step towards data-driven action, as mentioned in the introduction to this article, museums can — and should — start with the available data. However, they must go beyond just measuring what is "at hand", aiming to evolve towards the production of indicators that are really relevant to determining the progress and success level of their actions. Evaluation and monitoring actions that generate reliable and meaningful data are essential for leveraging a cycle of continuous improvement in museum management.

Research in the museum field is also essential to assess whether the actions carried out are contributing to the fulfillment of the mission and social function of museums. The Football Museum's mission is "*to preserve, research and communicate football in Brazil, in all its historical and cultural dimensions and expressions, for the most diverse audiences. Educating based on affection, empathy and inclusion. Encouraging the practice of sport, helping to make it more inclusive*." Diversity and inclusion are key words. In this sense, the Biannual Audience Survey, in all its breadth, is a valuable tool for museum teams to immerse themselves in the data, exploring data on gender, age group and location in order to better understand what drives the audiences, in person and virtual, that they already serve — and, above all, to think about projects and strategies to reach those who don't yet have a relationship with the museum.

By offering a 360º view of the different audiences at the Football Museum, this research could inspire innovations in the research of other museums in Brazil. The execution of a survey is over, but it is only successful when its results take on a function after it has been carried out, strengthening data-based management practices, guiding future decisions and serving as a beacon to illuminate new paths for the museum sector.

COLE, Zina; MATHEWS, Ben; STEELE, Richard; TALLON, Loïc. The art of data: Empowering art institutions with data and analytics. McKinsey Quarterly. Maio 2023. Available at: https://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/the-art-of-data-empowering-art-institutions-with-data-and-analytics

MUSEU DO FUTEBOL. Pesquisa Bianual de Perfil e Satisfação dos Públicos do Museu do Futebol. 2022.

MUSEU DO FUTEBOL. Plano Museológico. 2021. Available at: https://museudofutebol.org.br/wp-content/uploads/2021/06/JUN-2021-Plano-Museologico-Museu-do-Futebol-FINAL.pdf

DESIGUALDADE NO FUTEBOL BRASILEIRO: capital midiático e o torcer em Alagoas

Inequality in Brazilian Football: Media Capital and Cheering in Alagoas

Anderson David Gomes dos Santos
e Viviane Silva Souza[1]

INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta parte dos resultados de pesquisa de iniciação científica desenvolvida na Universidade Federal de Alagoas (UFAL) cujo tema geral é "A importância da transmissão audiovisual do Campeonato Alagoano de futebol masculino (2007-2023) — padrões tecnoestéticos e incentivo ao torcer a times locais". Aqui, pretende-se descrever, desde uma pesquisa de opinião, como torcedores alagoanos veem a importância da transmissão audiovisual dos jogos do Campeonato Alagoano de Futebol masculino para os clubes.

A opção pela análise do Campeonato Alagoano de futebol masculino se deu a partir de dois pontos contextuais importantes: o formato peculiar da implantação deste esporte no território brasileiro e como os "grandes centros" do futebol reproduzem as desigualdades econômicas territoriais, com um dos reflexos sendo a torcida espalhada para além de suas cidades originais.

O tema será discutido e apresentado a partir de investigação qualiquantitativa que usa os métodos bibliográfico — a partir dos estudos da Economia Política da Comunicação e estudos sobre o futebol –, estatístico e descritivo, com apresentação de dados de pesquisa de opinião realizada por formulário digital disponível de 29 de maio a 9 junho de 2023, com 317 respostas.

1 Anderson David Gomes dos Santos é Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Diretor de Relações Internacionais da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação (Socicom). Coordenador do Grupo Temático de Economia Política das Comunicações da Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação (ALAIC).

Viviane Silva Souza é estudante da graduação em Ciências Contábeis da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da UFAL. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), edital Pibic-UFAL 2022/2023.

A DESIGUALDADE NO FUTEBOL

Um aspecto que mantém a paixão cotidiana de uma grande quantidade de aficionados no futebol é o clubismo, considerando que o principal torneio entre seleções, a Copa do Mundo FIFA, ocorre a cada quatro anos. Porém, desde a difusão do futebol pelo território brasileiro, há peculiaridades condicionadas pela dimensão territorial e elementos econômicos desiguais do país.

Sobre o primeiro ponto, Mascarenhas (2014, p. 145) afirma que se trata de: "[...] um caso atípico, no qual o futebol penetra no território nacional quase simultaneamente por vários pontos desconectados entre si (os conectados com o exterior), como incursões independentes no movimento conjunto da difusão".

Esse processo leva à existência de uma lógica de futebol profissional que se inicia a partir de campeonatos estaduais, com o primeiro torneio nacional surgindo apenas em 1959 e pela necessidade de indicar clubes para a Taça Libertadores.

> Desta forma, os campeonatos estaduais construíram — já antes da criação de um campeonato nacional — grandes disparidades entre clubes e estados que, com raras exceções, perduram até os dias de hoje. Tal disparidade tem íntima ligação com processos de concentração de capital político, e sobretudo econômico, no espaço brasileiro (CAMPOS, 2020, p. 5).

A partir dos torneios nacionais, há uma "clara predominância — no que tange a participação nos principais campeonatos, títulos e torcida — de clubes de grandes cidades/metrópoles" (CAMPOS, 2020, p. 2).

Santos (2021) destaca três pontos de escolha de clube: indicação da família; maior cobertura pela mídia; e desempenho em determinado momento. Para a manutenção do torcer, há a possibilidade de acompanhar os clubes no estádio ou a partir da transmissão dos jogos. Para este relato, nos interessa discutir elementos que conformam a cobertura midiática e sua interferência na escolha da equipe a se torcer.

Mídia e futebol são elementos interligados pois: "Em meio à transformação do espaço estabelecida pelo capital através das transformações nos transportes e nas comunicações, a expansão do sistema atinge o futebol" (SANTOS, 2014, p. 567). Assim, analisar a transmissão é importante porque "uma das condições para um clube ter sucesso esportivo e econômico é ter uma grande torcida" (CAMPOS, 2020, p. 116).

O histórico de desenvolvimento dos grupos midiáticos passa pelo desenvolvimento socioeconômico desigual no território brasileiro, com as matrizes situando-se no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Quando as transmissões audiovisuais dos jogos ganham a regularidade que conhecemos hoje, as partidas exibidas eram com a presença de times do Rio de Janeiro e de São Paulo, de torneios estaduais a internacionais. Isso foi agregado a um histórico de transmissão radiofônica em rede de times do Rio de Janeiro desde a década de 1940. Assim, os clubes desses estados têm maior visibilidade nos noticiários esportivos (FIGUEIREDO SOBRINHO; SANTOS, 2020).

Isso é reflexo ainda, quando tratamos de uma realidade nordestina, do processo de desenvolvimento desigual do Brasil, que, conforme Diniz (2009, p. 238):

> Por um lado, os superávits comerciais do Nordeste com o exterior eram utilizados para financiar as importações da região Centro-Sul do Brasil, beneficiando esta última. O crescimento e a concentração industrial na região Centro-Sul, a política cambial protecionista e a manutenção de uma economia primária no Nordeste faziam com que este importasse bens industrializados do Centro-Sul, a preços mais altos que os do exterior, e exportasse matérias-primas e alimentos para este, Centro-Sul.

Ao analisar o modelo brasileiro de desenvolvimento, Furtado (1972, p. 31) indica algo para a relação brasileira com os países mais ricos que se repete internamente quando se trata das elites nordestinas, especialmente:

> Na medida em que o consumo da minoria de altas rendas deve acompanhar a evolução do consumo dos grupos de rendas médias e altas de países muito mais ricos — processo que é facilitado pela posição dominante das firmas internacionais na introdução de novos produtos e na direção da propaganda –, os limitados recursos disponíveis para investimento tenderão a ser absorvidos na diversificação do consumo da referida minoria, em prejuízo do referido processo de difusão. Em consequência, a aceleração do crescimento do consumo dos grupos de altas rendas terá como contrapartida a agravação do subdesenvolvimento, na medida em que este significa disparidade entre os níveis de consumo de grupos significativos da população de um país.

A lógica segue semelhante mesmo com as políticas de distribuição de renda dos governos do Partido dos Trabalhadores (PT), de 2003 a 2016[2]. De acordo com Gomes (2014), o Nordeste não passou de 13% de participação no Produto Interno Bruto (PIB) nacional, ainda que a população representasse 27,8%. Isso demonstra que se mantiveram as características de diversidade regional mesmo após o incentivo à retomada de políticas públicas específicas para o desenvolvimento da região.

Frente às desigualdades regionais, especialmente quanto ao Nordeste, o estado de Alagoas é periférico. Conforme Gomes (2014), mesmo com a evolução econômica do Nordeste dos anos 1990 a 2010, Pernambuco, Ceará e Bahia eram responsáveis por mais da metade do Produto Interno Bruto (PIB) da região (64%), enquanto Alagoas diminuiu seus índices socioeconômicos mesmo em comparação aos estados mais pobres da região, Maranhão e Piauí.

A construção desses processos de hegemonia também gera dependência em relação a elementos culturais como o do caso estudado aqui, pois:

> Trata-se de uma relação que, uma vez instalada, tende a perpetuar-se porque está inscrita na tecnologia e no conjunto dos processos econômicos e sociais, nos estilos de vida e padrões de cultura impostos pelas necessidades dos processos de acumulação de capital e de dominação (BOLAÑO, 2015, p. 26).

Assim, não é estranho que, no que se refere ao capital do futebol, sejam os clubes do Rio de Janeiro e de São Paulo a terem torcidas consideradas nacionalizadas. As ondas do rádio e da televisão difundiram seus sucessos para outros estados. O processo dessa constituição desigual gerou diferenças financeiras para a disputa de torneios ao longo das décadas, incluindo as possibilidades de patrocínio aos clubes.

A IMPORTÂNCIA DA TRANSMISSÃO DO CAMPEONATO ALAGOANO

O Campeonato Alagoano de futebol masculino tem sua primeira edição em 1927 e passa a ser transmitido de forma completa em audiovisual em 2007, com alguns jogos de torneios nacionais (Séries A e B e Copa do Brasil) com transmissão também pela TV aberta desde aquele momento, algo que não era tão comum. É justamente em 2007, conforme Souza (2015), por exemplo, que surgem movimentos para torcer apenas para um time local, caso do "CRB Meu Único Time".

Segundo Estavillo (2008, p. 86, tradução nossa): "Uma equipe contribui para melhorar a imagem e a reputação externas da cidade, fomenta orgulho cívico, além de reforçar o espírito comunitário e a consciência de identidade local-regional".

2 Há desenvolvimento de políticas culturais pelo Ministério da Cultura no período, com busca por aumento de diversidade e via Secretaria de Indústrias Criativas. Porém, percebemos que os governos petistas seguem trajetória que vê a torcida como consumidora e de forma punitivista, algo exemplificado pelo Estatuto do Torcedor, promulgado em 2003, mas com alterações significativas posteriormente.

De 2007 para cá, o torneio estadual passou por três emissoras de TV aberta diferentes (Pajuçara/Record, Gazeta/Globo e Band), por plataformas de acesso pago (Esporte Interativo Nordeste, EI Plus, DAZN e Nosso Futebol) e pelo canal da federação em plataformas digitais gratuitas (YouTube e My Cujoo/Eleven Sports). Em 2023, as transmissões foram realizadas por Band, DAZN, Nosso Futebol e YouTube, com semifinais e finais apenas para Band — com retransmissão do último jogo da TV UFAL/TV Brasil — e plataformas pagas.

"37% DOS RESPONDENTES INDICARAM QUE TORCEM PARA, PELO MENOS, OUTRO CLUBE NO BRASIL, O QUE CONFIRMA UM PERCENTUAL CONSIDERÁVEL DE BIFILIAÇÃO OU MULTIFILIAÇÃO CLUBÍSTICA"

Em análise de pesquisas sobre a quantidade da torcida de clubes em Alagoas, Santos (2021) apontou que estas só passaram a ser mais divulgadas na década de 2010. Ainda assim, não têm metodologia tão clara ou não tratam de todo o estado.

Dado importante para o que discutiremos aqui, pesquisa do Paraná Pesquisas de 2017, realizada em 46 cidades, apontou que CRB, CSA e ASA tinham apenas 15% da torcida no Estado — ainda que 27,7% do total tenha sido de não torcedores (idem).

Enquanto mais da metade torce para equipes de outros estados, realidade reproduzida em todas as pesquisas anunciadas sobre Maceió, região metropolitana e as demais analisadas por Santos (2021), com destaque para Flamengo (cerca de 20%) e Corinthians (cerca de 10%).

As demais equipes locais normalmente não aparecem acima de 1%. Em 2023, além das três citadas, participaram do torneio estadual: Murici, Coruripe, CSE (Palmeira dos Índios), Cruzeiro (Arapiraca) e Aliança (Maceió).

A partir desse levantamento, dentre os objetivos do projeto de iniciação científica estava a formulação de "Pesquisa de opinião sobre a transmissão do Campeonato Alagoano de futebol em 2023". A pesquisa foi elaborada em maio de 2023, inicialmente com um teste com nove respondentes. A difusão final do link da pesquisa na ferramenta "*Forms*" do Google ocorreu de 29 de maio a 9 junho de 2023.

Estabelecemos oito seções: 1- Corte; 2- "Como alagoana/o acompanha o futebol?"; 3- "Como assistiu o Alagoano 2023?"; 4- "Influência da transmissão"; 5- Uma

pergunta da seção 3; 6- “Dificuldades”; 7- “Mídia do Alagoano 2023”; e, 8- “Obrigado pela participação”. Algumas delas repetem perguntas por terem alguns caminhos possíveis de acordo com respostas de seções anteriores.

A principal pergunta de corte está no início: “2) Torce para algum time alagoano?”. A partir dela, separamos das 317 respostas totais para análise do projeto as 281 (88,6%) de quem se identificou como torcedor/a de equipes alagoanas de futebol masculino.

Aqui, apresentaremos os resultados referentes às seguintes perguntas: “Além do clube alagoano, torce para algum time de fora do estado?”; “No seu ponto de vista, a transmissão ao vivo em audiovisual do Campeonato Alagoano influencia positivamente nos clubes?”; “Qual o grau positivo da transmissão para os clubes alagoanos você identifica nos seguintes aspectos: Visibilidade, Ampliar a Torcida e Estímulo à Identidade Torcedora?”.

A partir da nossa amostra, 37% dos respondentes indicaram que torcem para, pelo menos, outro clube no Brasil, o que confirma um percentual considerável de bifiliação ou multifiliação clubística, considerando que o formulário deve ter atingido bolhas de torcedores locais.

Quanto à transmissão audiovisual do Campeonato Alagoano para os clubes, 257 pessoas (91,5%) responderam que é algo importante. A partir delas, quisemos saber a avaliação sobre alguns aspectos, três dos quais apresentamos no Gráfico 1 a seguir, para tentar entender o que é visto pela torcida como mais importante.

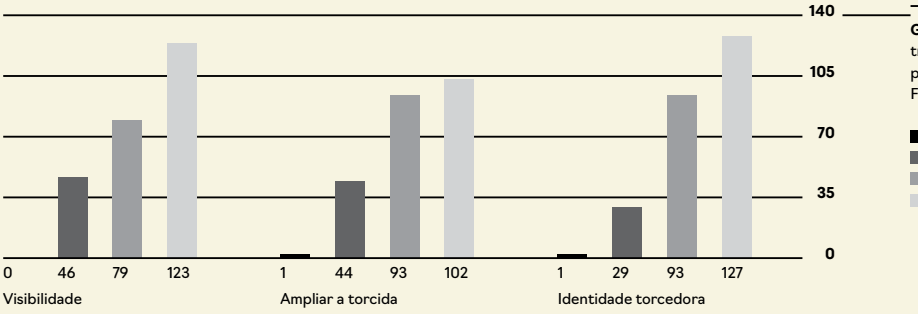


Gráfico 1 Grau positivo da transmissão do estadual para clubes alagoanos. Fonte: elaboração dos autores

Por limitação da formatação, percebemos que algumas alternativas tiveram mais respostas que outras — a obrigação era responder ao menos um dos quesitos. De toda forma, o impacto maior da transmissão do Campeonato Alagoano por plataforma audiovisual, segundo os respondentes, foi o incentivo à “identidade torcedora” para o clube local. 127 respostas (50,8%) identificaram um grau muito positivo para

isso, com outras 93 (37,2%) apontando como aspecto razoável, restando 12% que indicaram a transmissão como de pouco impacto.

Quanto à visibilidade propiciada aos clubes, 123 pessoas (49,6%) responderam que a transmissão é muito positiva; com 79 respostas (31,85%) indicando que é razoável. 18,55% acreditam que o impacto da exibição audiovisual para a visibilidade é menor.

É relevante ressaltar quanto a isso que a transmissão do estadual em 2023 esteve nos últimos três anos em repetidora de emissora nacional (Band), não mais em afiliada — esta tem maior reconhecimento de programação local e acesso mais costumeiro desde a transmissão analógica de TV aberta. Em outra pergunta da pesquisa, 59 pessoas apontaram dificuldades para acompanhar os jogos do torneio neste ano.

"O IMPACTO MAIOR DA TRANSMISSÃO DO CAMPEONATO ALAGOANO POR PLATAFORMA AUDIOVISUAL, SEGUNDO OS RESPONDENTES, FOI O INCENTIVO À 'IDENTIDADE TORCEDORA' PARA O CLUBE LOCAL."

Isso também pode ser observado no aspecto com um pouco mais de equilíbrio: "ampliar a torcida" de equipe local, que teve menos respostas. 42,6% responderam que a transmissão do estadual ajuda a ampliar a torcida de equipes locais, mas 38,9% identificaram que o impacto é mediano, marcando o "razoável"; ainda que o índice sobre não ver tanto impacto (18,5%) seja semelhante ao aspecto anterior.

CONSIDERAÇÕES

Buscamos neste artigo compreender a importância da transmissão audiovisual de campeonatos de futebol masculino num estado periférico — dada a especificidade necessária para discutir o futebol de mulheres, que necessitaria de outro texto. Situação contextualizada pelos elementos que demarcam as relações desiguais neste esporte, que reproduzem o desenvolvimento desigual do país, inclusive na nacionalização de determinadas equipes pelo histórico de transmissão midiática.

No caso de Alagoas, estado ainda mais periférico nos índices socioeconômicos, esse impacto trouxe efeitos na torcida aos clubes locais, mesmo que estes con-

sigam se manter, ao menos, na segunda divisão nacional nas últimas décadas.

A partir dessa realidade, seguindo projeto de iniciação científica que busca analisar a importância econômica e simbólica da transmissão audiovisual do Campeonato Alagoano desde 2007, demonstramos parte dos resultados de pesquisa de opinião com torcedoras/es que se identificam enquanto apaixonados/as por clubes locais para tentar compreender quais aspectos são relevantes neste cenário, com destaque para o estímulo à "identidade torcedora".

Com outras produções a partir desta pesquisa, que inclui ainda análise do padrão tecnoestético da transmissão (elementos estéticos e narrativos), acreditamos que os resultados aqui demonstrados e os que ainda serão apresentados poderão auxiliar a entender o estágio do futebol alagoano no próprio estado, com desafios a serem enfrentados quanto à sua espacialização a partir da difusão midiática.

BOLAÑO, C. R. S. *O conceito de cultura em Celso Furtado*. Salvador: EDUFBA, 2015.

CAMPOS, F. R. G. *Geografia do futebol das cidades médias brasileiras: relações entre sucesso esportivo e características urbanas.* Terr@Plural, Ponta Grossa, v.14, p. 1-21, e2013294, 2020.

DINIZ, C. *Celso Furtado e o desenvolvimento regional.* Nova Economia, Belo Horizonte, v. 19, n. 2, p. 227-249, maio/ago. 2009.

ESTAVILLO, M. E. *Fútbol y competencia en los medios de comunicación.* In: ROEMER, A.; GHERSI, R. (Org.). ¿Por qué amamos el fútbol? Un enfoque de política pública. Cidade do México: Miguel Ángel Porrúa, 2008.

FIGUEIREDO SOBRINHO, C. P.; SANTOS, A. D. G. dos. *Do jornalismo esportivo ao infotretenimento: o caso do contrato entre Neymar Jr. e Globo como paradigma*. Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 17, p. 322-343, maio/ago. 2020. DOI: https://doi.org/10.18568/cmc.v17i49.2019.

FURTADO, C. *Análise do modelo brasileiro*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

GOMES, F. G. *Ensaios sobre o subdesenvolvimento e a economia política contemporânea.* São Paulo: Hucitec Editora, 2014.

MASCARENHAS, G. *Entradas e bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2014.

SANTOS, A. D. G. dos. *A identidade torcedora alagoana no século XXI: CSA, CRB e ASA na tela, no campo e nas pesquisas.* In: HELAL, R.; COSTA, L.; FONTENELLE, C. Fontenelle. (Org.). Esporte, mídia, identidades locais e globais: uma produção do Seminário Copa América. Rio de Janeiro: Autorale; Faperj, 2021. p. 238-251.

SANTOS, A. D. G. dos. *Os três pontos de entrada da economia política no futebol*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 36, p. 561-575, abr./jun. 2014. DOI: https://doi.org/10.1590/S0101-32892014000200019.

INTRODUCTION

This article presents part of the results of an undergraduate research project carried out at the Federal University of Alagoas (UFAL) with overall theme as *A importância da transmissão audiovisual do Campeonato Alagoano de futebol masculino (2007-2023) — padrões tecnoestéticos e incentivo ao torcer a times locais* [*The importance of audiovisual broadcasting of the Alagoas Men's Football Championship (2007-2023) — techno-aesthetic standards and encouragement to support local teams*]. The purpose here is to describe, through an opinion poll, how fans in Alagoas see the importance of audiovisual broadcasts of the men's football championship matches for the clubs.

The choice to analyze the Alagoano men's football championship was based on two important contextual points: the peculiar format of the sport's implementation in Brazilian territory and how the "big centers" of football reproduce territorial economic inequalities, with one of the reflexes being the supporters spread beyond their original cities.

The topic will be discussed and presented based on qualitative and quantitative research using bibliographic methods — based on studies of the Political Economy of Communication and studies on football — statistical and descriptive, with the presentation of data from an opinion poll carried out using a digital form available from May 29 to June 9, 2023, with 317 responses.

INEQUALITY IN FOOTBALL

One aspect that keeps a large number of football supporters passionate on a daily basis is clubism, given that the main tournament between national teams, the FIFA World Cup, takes place every four years. However, since the spread of football across Brazilian territory, there have been peculiarities conditioned by the country's territorial dimension and unequal economic elements.

On the first point, Mascarenhas (2014, p. 145) states that it is: "[...] an atypical case, in which football penetrates the national territory almost simultaneously through various points disconnected from each other (those connected to the outside), as independent incursions in the overall movement of diffusion".

This process led to the existence of a professional football logic that began with state championships, with the first national tournament only appearing in 1959, and the need to nominate clubs for the Copa Libertadores.

1 Anderson David Gomes dos Santos is a Professor at the Educational Unit Santana do Ipanema/Sertão Campus of the University Federal District of Alagoas (UFAL). Doctor in Communication from the University from Brasília (UnB). International Relations Director of Brazilian Federation of Scientific Associations and Academics Communication (Socicom). Coordinator of Political Economy of Communications of the Latin American Researchers in Communication Association (ALAIC).

Viviane Silva Souza is a student at degree in Accounting Sciences from Educational Unit Santana do Ipanema/Sertão Campus of the UFAL. Scientific Initiation Scholarship CNPq (National Development Scientific and Technological Council), public notice-UFAL 2022/2023.

> Therefore, the state championships created — even before the creation of a national championship — huge disparities between clubs and states which, with rare exceptions, continue to this day. This disparity is closely linked to the concentration of political and, above all, economic capital in Brazil (CAMPOS, 2020, p. 5).

Starting with the national tournaments, there is a "clear predominance — in terms of participation in the main championships, titles and supporters — of clubs from large cities/metropolises" (CAMPOS, 2020, p. 2).

Santos (2021) highlights three points for choosing a club: family recommendation; greater media coverage; and performance at a given time. To keep the supporters going, there is the possibility of following the clubs at the stadium or by watching the matches. For this report, we are interested in discussing the elements that shape media coverage and their influence on the choice of team to cheer for.

Media and football are interconnected elements: "In the midst of the transformation of space established by capital through changes in transportation and communications, the expansion of the system reaches football" (SANTOS, 2014, p. 567). Thus, analyzing broadcasting is important because "one of the conditions for a club to have sporting and economic success is to have a large supporters base" (CAMPOS, 2020, p. 116).

The history of the development of media groups goes back to the uneven socio-economic development of Brazilian territory, with the headquarters located in Rio de Janeiro and São Paulo.

When the audiovisual broadcasts of matches became as regular as they are today, the matches shown included teams from Rio de Janeiro and São Paulo, from state to international tournaments. This was coupled with a history of network radio broadcasting of teams from Rio de Janeiro since the 1940s. Thus, clubs from these states have greater visibility in the sports news (FIGUEIREDO SOBRINHO; SANTOS, 2020).

When it comes to the northeast, this is also a reflection of Brazil's uneven development process, which, according to Diniz (2009, p. 238):

> On the one hand, the Northeast's foreign trade surpluses were used to finance imports from Brazil's Center-South region, benefiting the latter. The industrial growth and concentration in the Center-South region, the protectionist exchange rate policy and the maintenance of a primary economy in the Northeast meant that the latter imported industrialized goods from the Center-South, at higher prices than abroad, and exported raw materials and food to the Center-South.

When analyzing the Brazilian development model, Furtado (1972, p. 31) points out something about Brazil's relationship with the richest countries that is repeated internally when it comes to the northeastern elites, in particular:

> To the extent that the consumption of the high-income minority has to follow the consumption growth of middle and high-income groups in much richer countries — a process that is facilitated by the dominant position of international companies when introducing new products and in the direction of advertising — the limited resources available for investment will tend to be absorbed in the diversification of the consumption of this minority, to the detriment of the broadcasting process. As a result, the acceleration in the growth of consumption by high-income groups will have as its counterpart the aggravation of underdevelopment, insofar as this means disparity between the consumption levels of significant groups of a country's population.

The logic is similar even with the income distribution policies of the Workers' Party governments (PT), from 2003 to 2016[2]. According to Gomes (2014), the Northeast region had a 13% share of the national Gross Domestic Product (GDP), even though its population represented 27.8%. This shows that the characteristics of regional diversity were maintained even after the incentive to resume specific public policies for the development of the region.

In terms of regional inequalities, especially in the Northeast, the state of Alagoas is peripheral. According to Gomes (2014), even with the economic evolution of the Northeast from 1990 to 2010, Pernambuco, Ceará and Bahia accounted for more than half of the region's Gross Domestic Product (GDP) (64%), while Alagoas's socio-economic indices fell even in comparison to the poorest states in the region, Maranhão and Piauí.

The construction of these processes of hegemony also generates dependence on cultural elements, as in the case studied here:

> This is a relationship that, once in place, tends to perpetuate itself because it is inscribed in technology and in all economic and social processes, in lifestyles and cultural patterns imposed by the needs of the processes of capital accumulation and domination (BOLAÑO, 2015, p. 26).

So it's not strange that, as far as football capital is concerned, it's the clubs from Rio de Janeiro and São Paulo that have supporters who are considered nationalized.

2 Cultural policies were developed by the Ministry of Culture during this period, seeking to increase diversity and via the Secretariat for Creative Industries. However, we realize that the PT governments have followed a path that sees the supporters as consumers and in a punitive way, something exemplified by the Supporter Statute, enacted in 2003, but with significant changes afterwards.

The waves of radio and television spread his successes to other states. The process of this unequal constitution has generated financial differences for tournaments over the decades, including sponsorship opportunities for clubs.

THE IMPORTANCE OF BROADCASTING THE ALAGOAS CHAMPIONSHIP

The first edition of the Alagoas men's football championship took place in 1927 and was broadcast in full on audiovisual media in 2007, with some matches from national tournaments (Series A and B and the Brazil Cup) also broadcast on free-to-air TV since then, something that was not so common. It was precisely in 2007, according to Souza (2015), for example, that movements are springing up to support only one local team, such as "CRB Meu Único Time" (CRB My Only Team).

According to Estavillo (2008, p. 86, translated by us): "A team contributes to improving the external image and reputation of the city, fosters civic pride, as well as strengthening community spirit and awareness of local-regional identity."

Since 2007, the state tournament has been broadcast on three different free-to-air TV channels (Pajuçara/Record, Gazeta/Globo, and Band), by paywall platforms (Esporte Interativo Nordeste, EI Plus, DAZN, and Nosso Futebol) and through the federation's channel on free digital platforms (YouTube and My Cujoo/Eleven Sports). In 2023, the transmissions were made by Band, DAZN, Nosso Futebol, and YouTube, with the semi-finals and finals only on Band TV — with the last match by TV UFAL/TV Brasil — and paywall platforms.

In an analysis of research into the number of club supporters in Alagoas, Santos (2021) pointed out that these only became more widespread in the 2010s. Even so, they don't have such a clear methodology or don't cover the whole state.

An important piece of information for what we're going to discuss here, a 2017 survey by Paraná Pesquisas, carried out in 46 cities, showed that CRB, CSA and ASA had only 15% of their supporters in the state — even though 27.7% of the total were non-supporters (idem).

While more than half support teams from other states, a reality reproduced in all the surveys announced about Maceió, the metropolitan region and the others analyzed by Santos (2021), with Flamengo (around 20%) and Corinthians (around 10%) standing out.

The other local teams usually don't appear above 1%. In 2023, in addition to the three mentioned, they took part in the state tournament: Murici, Coruripe, CSE (Palmeira dos Índios), Cruzeiro (Arapiraca), and Aliança (Maceió).

Based on this survey, one of the objectives of the scientific initiation project was to formulate an "Opinion poll on the broadcasting of the Alagoas Football Championship in 2023". The survey was drawn up in May 2023, initially with a test with nine respondents. The final dissemination of the survey link on Google's Forms tool took place from May 29 to June 9, 2023.

We have set eight sections: 1- Cut; 2- "How do you follow football in Alagoas?"; 3- "How did you watch Alagoano 2023?"; 4- "Influence of broadcasting"; 5- A question from section 3; 6- "Difficulties"; 7- "Alagoano 2023 media"; and, 8- "Thank you for your participation". Some of them repeat questions because they have some possible paths according to answers from previous sections.

The main cutting question is at the beginning: "2) Do you support any teams from Alagoas?". From this, we separated out the 317 total responses for the project's analysis into the 281 (88.6%) of those who identified themselves as supporters of men's football teams in Alagoas.

Here we will present the results of the following questions: "Apart from the club from Alagoas, do you support any teams from outside the state?"; "In your view, does the live audiovisual broadcast of the Alagoas Championship have a positive influence on the clubs?"; "How positive do you think the broadcast is for the clubs from Alagoas in the following aspects: Visibility, Expanding the Supporters Base and Stimulating Supporter Identity?".

From our sample, 37% of respondents indicated that they support at least one other club in Brazil, which confirms a considerable percentage of club's dual membership or multi-membership, considering that the form must have reached bubbles of local supporters.

As for the audiovisual broadcast of the Alagoano Championship for the clubs, 257 people (91.5%) said it was important. Based on these, we wanted to know their assessment of certain aspects, three of which are shown in Chart 1 below, to try to understand what the supporters see as the most important.

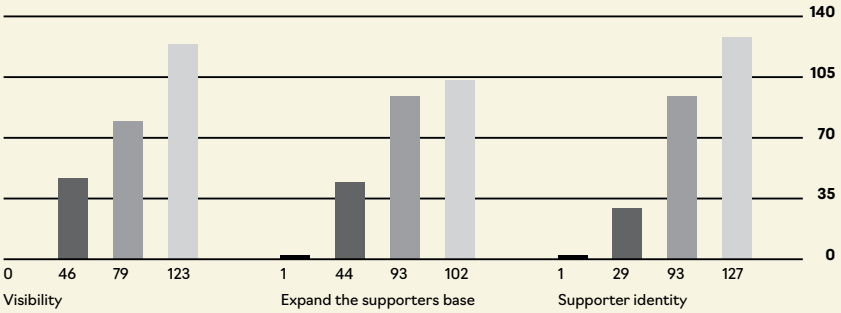


Chart 1 Positive degree of state broadcasting for Alagoas clubs. Source: authors' draft

Almost none
Little
Resonable
Very positive

Due to formatting limitations, we noticed that some alternatives had more answers than others — the obligation was to answer at least one of the questions. In any case, the biggest impact of broadcasting the Alagoas Championship on an audiovisual platform, according to the respondents, was to encourage a "supporter identity" for the local club. 127 answers (50.8%) identified a very positive degree for this, with another 93 (37.2%) pointing it out as a reasonable aspect, leaving 12% who indicated the transmission as having little impact.

As for the visibility provided to clubs, 123 people (49.6%) responded that broadcasting is very positive; with 79 responses (31.85%) indicating that it is reasonable. 18.55% believe that the impact of audiovisual exhibition on visibility is less.

It's important to note that for the last three years, the 2023 state championship has been broadcast on a national broadcaster (Band), no longer on an affiliate — the latter has greater recognition for local programming and more regular access since the analog broadcast of free-to-air TV. In another question in the survey, 59 people pointed out difficulties in following the tournament matches this year.

This can also be seen in the aspect with a little more balance: "expand the supporters base" of the local team, which had fewer responses. 42.6% answered that the broadcasting of the state championship helps to expand the supporter base of local teams, but 38.9% identified that the impact is average, scoring "reasonable"; although the rate of not seeing such an impact (18.5%) is similar to the previous aspect.

CONSIDERATIONS

In this article, we seek to understand the importance of audiovisual broadcasting of men's football championships in a peripheral state — given the specificity needed to discuss women's football, which would require another text. This situation is contextualized by the elements that demarcate the unequal relations in this sport, which reproduce the unequal development of the country, including the nationalization of certain teams through the history of media broadcasting.

In the case of Alagoas, an even more peripheral state in terms of socio-economic indices, this impact has had an effect on the supporters of local clubs, even though they have managed to stay at least in the second division of the national league in recent decades.

Based on this reality, following a scientific initiation project that seeks to analyze the economic and symbolic importance of the audiovisual broadcasting of the Alagoas Championship since 2007, we show part of the results of an opinion poll

with supporters who identify themselves as passionate about local clubs to try to understand which aspects are relevant in this scenario, with emphasis on stimulating "supporter identity".

With other productions based on this research, which also includes an analysis of the techno-aesthetic pattern of broadcasting (aesthetic and narrative elements), we believe that the results demonstrated here and those yet to be presented can help to understand the stage of Alagoas football in the state, with challenges to be faced in terms of conquering space based on media broadcasting.

BOLAÑO, C. R. S. *O conceito de cultura em Celso Furtado*. Salvador: EDUFBA, 2015.

CAMPOS, F. R. G. *Geografia do futebol das cidades médias brasileiras: relações entre sucesso esportivo e características urbanas*. Terr@Plural, Ponta Grossa, v.14, p. 1-21, e2013294, 2020.

DINIZ, C. *Celso Furtado e o desenvolvimento regional*. Nova Economia, Belo Horizonte, v. 19, n. 2, p. 227-249, maio/ago. 2009.

ESTAVILLO, M. E. *Fútbol y competencia en los medios de comunicación*. In: ROEMER, A.; GHERSI, R. (Org.). ¿Por qué amamos el fútbol? Un enfoque de política pública. Cidade do México: Miguel Ángel Porrúa, 2008.

FIGUEIREDO SOBRINHO, C. P.; SANTOS, A. D. G. dos. *Do jornalismo esportivo ao infotretenimento: o caso do contrato entre Neymar Jr. e Globo como paradigma*. Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 17, p. 322-343, maio/ago. 2020. DOI: https://doi.org/10.18568/cmc.v17i49.2019.

FURTADO, C. *Análise do modelo brasileiro*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1972.

GOMES, F. G. *Ensaios sobre o subdesenvolvimento e a economia política contemporânea*. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.

MASCARENHAS, G. *Entradas e bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2014.

SANTOS, A. D. G. dos. *A identidade torcedora alagoana no século XXI: CSA, CRB e ASA na tela, no campo e nas pesquisas*. In: HELAL, R.; COSTA, L.; FONTENELLE, C. Fontenelle. (Org.). Esporte, mídia, identidades locais e globais: uma produção do Seminário Copa América. Rio de Janeiro: Autorale; Faperj, 2021. p. 238-251.

SANTOS, A. D. G. dos. *Os três pontos de entrada da economia política no futebol*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 36, p. 561-575, abr./jun. 2014. DOI: https://doi.org/10.1590/S0101-32892014000200019.

OS GAVIÕES DA FIEL E O BAIRRO DO BOM RETIRO:
entre a história e a memória do "corinthianismo" na cidade de São Paulo

Gaviões da Fiel and the Bom Retiro Neighborhood: Between the History and Memory of "Corinthianism" in the City of São Paulo

Vitor Hugo Haidar da Silva e
Bernardo Buarque de Hollanda[1]

As torcidas organizadas da cidade de São Paulo, vinculadas aos quatro maiores clubes profissionais do estado, disputam o território urbano simbolicamente. Entre tais associações torcedoras, destaca-se o grêmio Gaviões da Fiel Torcida, seguidora da agremiação clubística corinthiana, com sede social e administrativa no Bom Retiro, bairro da região central da capital paulistana. Em síntese, o S.C. Corinthians Paulista foi fundado no coração deste mesmo reduto comercial e industrial da cidade em 1910, mas mudou-se para a Zona Leste da cidade, ainda na década de 1920, em um terreno às margens do Rio Tietê, no Parque São Jorge, região ladeada pelo Tatuapé. Ficou, a partir de então, conhecido como um clube desta macrorregião paulistana. Já os Gaviões da Fiel, uma das primeiras torcidas organizadas de futebol do país, fundada em 1969, permanece no bairro, desde meados da década 1970. À sua maneira, tal permanência no *locus* de origem incide sobre a memória do clube e mantém vivos os supostos desígnios de seus fundadores.

1 Bernardo Buarque de Hollanda é professor-adjunto da Escola de Ciências Sociais (FGV CPDOC) e bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq. É organizador da coletânea "Os Gaviões da Fiel: ensaios e etnografias de uma torcida organizada de futebol" (Editora 7 Letras, 2015).

Vitor Hugo Haidar da Silva é formado em Letras e professor de Ensino Médio. Possui mestrado em Linguística Aplicada (IEL, Unicamp) e atualmente desenvolve pesquisa de doutoramento em História, Política e Bens Culturais (FGV CPDOC), ambas sobre as torcidas organizadas de futebol de São Paulo.

O BOM RETIRO

Ao longo do século XIX, o bairro foi formado por inúmeras chácaras e, em razão de sua proximidade com dois importantes rios da cidade, serviu de área de lazer para a elite paulistana oitocentista. O desenvolvimento da linha férrea, pela empresa inglesa São Paulo Railway, a partir de 1867, dividirá esta região da área central da cidade e delimitará de modo aproximado a área a que hoje corresponde o chamado Bom Retiro. O nome do bairro, segundo o sociólogo Truzzi (2001), se origina de uma daquelas chácaras homônimas. Ao mesmo tempo, o bairro passa a ser o ponto de parada dos primeiros imigrantes europeus, trazidos a São Paulo, para preencher a demanda por mão de obra na indústria que se desenvolve em função do excedente do café, um por assim dizer "bom retiro" para se ambientar em uma nova paragem.

Ainda segundo Truzzi (2001), o bairro se configura, a partir de então, como uma zona intermediária entre as zonas rurais e o perímetro urbano, devido à proximidade com o centro, e anterior ao Rio Tietê. Uma zona limítrofe entre o comércio, que se localiza próximo à ferrovia e, portanto, ao centro da cidade. Esta se trata da área mais elevada da região, intermediária de pequenas fábricas alimentícias, de vestuário, de móveis, bem como de estabelecimentos artesanais. As áreas próximas aos rios Tamanduateí e Tietê, ainda no final do século, eram pouco aconselháveis como distrito imobiliário, por conta das constantes cheias do rio vicinal. Ao mesmo tempo, o bairro era ocupado pelo influxo de imigrantes, quais sejam, italianos, espanhóis e portugueses, cujas famílias habitavam moradias de baixa renda, os chamados cortiços. O próprio bairro, portanto, circunscreve as diferenças sociais entre proprietários e trabalhadores.

Com a canalização dos leitos dos rios, a área se viabiliza para a construção de moradias e faz aumentar o afluxo de imigrantes para a região. Ao longo do século XX, uma miríade de italianos, espanhóis, portugueses, sírios, libaneses, húngaros, poloneses, russos, judeus, coreanos e bolivianos ocupou o bairro sucessivamente, marcando o encontro de etnias que o caracteriza ainda hoje (CORNELSEN, 2006). Relações marcadas por um jogo que expressa ao mesmo tempo a assimilação destes estrangeiros, que se integram em uma nova cultura e revelam os conflitos interétnicos camuflados pela retórica oficial de convivência pacífica, marcante no processo de absorção das levas de imigrantes na sociedade brasileira, notadamente na paulista. Em âmbito intraétnico, cada comunidade de imigrantes se modifica ao passar das gerações e remodela as relações de poder no povoamento do bairro.

Pode-se dizer que o bairro se constituiu, historicamente, como um microcosmo da cidade (TRUZZI, 2001). Em torno dela, ao longo de sua história, desenvolveram-se os aparelhos comerciais e industriais, os modos característicos de moradia

e de lazer. Como a vida urbana faz-se e refaz-se sobre si mesma, muitas vezes de modo célere sobre seus escombros, muito da memória do bairro é transformada ou soterrada, bem como os dispositivos tecnológicos que marcam estas esferas. Ao mesmo tempo, outras dimensões desta memória coletiva do bairro se esvaem ou se atualizam, conforme os grupos sociais, em função das novas redes de sociabilidades costuradas em sua trama espacial.

Na configuração hodierna, o bairro é limitado ao norte pelo Rio Tietê e sua grandiosa marginal; ao sul, pela linha férrea, que o separa dos Campos Elíseos, outrora bairro nobre da cidade; a leste localiza-se outro rio, o Tamanduateí, e duas grandes avenidas que se encontram marcando seu limite: as avenidas do Estado e Tiradentes; a oeste, a Avenida Rudge separa o bairro da Barra Funda, cujo desenvolvimento se deu de maneira análoga ao do Bom Retiro. Ainda hoje, é possível verificar as acintosas desigualdades sociais reproduzidas em sua geografia. As várzeas dos rios continuam ocupadas, de maneira mais evidente, pelas populações mais pobres, embora haja zonas imobiliárias destinadas às classes médias, com prédios verticalizados. Já o centro do bairro é um dos corações comerciais mais prósperos da cidade, polo atacadista e varejista de roupas, a abrigar um complexo público de parques e museus. Em suma, nas palavras do pesquisador Edson Viggiani Junior, o Bom Retiro é uma "trama social complexa em espaço exíguo" (2016, p. 9).

Cabe destacar ainda que a região central da cidade, a partir dos anos 2000, reconfigura-se a partir da sobreposição de três projetos distintos: o primeiro deles diz respeito à tentativa do poder público em acentuar o caráter comercial do centro da cidade, o que diminui as áreas industriais do bairro; o segundo, diante dos problemas de moradia, a prefeitura desenvolve um programa de construções de moradias verticalizadas, de baixo custo, para eliminar a "Favela do Gato", que se localizou a partir da década de 1990 às margens do Tamanduateí; além disso, mais recentemente, um parque municipal de esportes radicais foi construído ao lado do condomínio, aproveitando o espaço de um campo de *baseball* ali localizado; o terceiro projeto refere-se à lógica de mercado, que aproveita as áreas ociosas do bairro para oferecer moradias verticalizadas, bem como, especular com tais espaços, visando lucros futuros (BERNARDINI; VENITUCCIO, 2015)[2].

2 Os autores empreendem uma análise das transformações territoriais do bairro, observando os efeitos das transformações acentuadas do que definem por capitalismo tardio. Neste bojo, revelam que a construção da Favela, antes de integrar a população ao bairro, segue uma lógica excludente, confinando a população do condomínio às margens da integração ao restante do bairro. Por certo, estudos com recortes étnico-raciais podem deixar pistas para a maneira como a população negra do bairro foi legada à exclusão e o apagamento.

O BOM RETIRO, O FUTEBOL E A FUNDAÇÃO DO S. C. CORINTHIANS PAULISTA

No instigante texto *As trocinhas do Bom Retiro*, Florestan Fernandes (1944), ícone da Escola de Sociologia de São Paulo, analisa a sociabilidade dos "imaturos" nas ruas dos bairros operários de São Paulo. Suas percucientes observações sobre o bairro, fruto de sua primeira agenda de pesquisa voltada ao folclore e às formas de sociabilidade urbana, capturam tais atividades infantis a partir das "troças". O sociólogo refere-se a grupos de meninos e meninas que se sociabilizam e produzem uma cultura lúdica, pautada em um sistema de trocas e negociações relativamente hierarquizadas. Ainda que a preocupação do autor seja, com base nos dados observados, confrontar a versão de que a infância simplesmente espelha a vida dos adultos, seu trabalho de campo destaca uma forma de sociabilidade infantil e masculina, que se estabelece, entre outras, por meio da recreação através do futebol.

O autor descreve as brincadeiras de meninos e meninas, levando em conta os aspectos de classe, raça e gênero. Demonstra como os grupos infantis, acima dos sete anos de idade, podem se organizar a partir de um repertório cultural transmitido entre gerações. Havia as brincadeiras exclusivas de meninos e meninas, assim como a construção temporária de grupos intergêneros em certas situações. Além disso, dado o critério de classe, diferenças eram observadas pelo pesquisador. Em que pese o critério racial, Florestan aponta uma maior convergência entre os grupos, capazes de se assimilarem com certa facilidade. A paz, no entanto, poderia ser suspensa, quando um destes grupos tentava se impor pela força, costurando xingamentos aos negros, aos judeus, aos italianos, aos espanhóis, dentre outros. Florestan tem o cuidado de compilar estas marcas dos conflitos infantis.

O futebol, por sua vez, era um elemento masculino e interétnico de convivência entre os meninos. Muitos conflitos, como afirma o autor, eram resolvidos pelas troças, com jogos no campo da Ponte Grande, dirimindo eventuais diferenças. Muitos destes meninos levavam a sério a empreitada e para tanto emulavam, em seus times originados nas troças, a organização dos clubes de futebol profissional. Neste sentido, pode-se afirmar que o futebol de elite influencia diretamente a sociabilidade destas crianças, assim como, por vezes, sem que o saibam, estes garotos mantêm viva a tradição futebolística da região.

O historiador Plínio Labriola Negreiros (1992) dedicou-se a examinar os processos que levaram à fundação e à consolidação do Sport Club Corinthians Paulista, nos anos iniciais de sua fundação. O clube foi fundado a 1º de setembro de 1910, no encontro entre a atual Rua José Paulino e a Rua Cônego Martins, no Bom Retiro. Ao se debruçar sobre documentos oficiais, periódicos, depoimentos e principalmen-

te sobre aquilo que denominou por literatura apaixonada, a dissertação de Plínio transita na intersecção entre a memória e a história, com vistas a reconstituir as dinâmicas que levaram o "time de bairro" a converter-se em um "um time da cidade".

Por sua vez, o futebol havia entrado no bairro ainda no final do século XIX, insuflado pelo fluxo migratório europeu e pela presença de operários ingleses, voltados às atividades da ferrovia no bairro. Paira sobre estes eventos a entronização do discurso higienista e disciplinador, então em voga na Europa, que aqui se reproduzia nas indústrias e nas instituições de ensino, parte do discurso urbanizador e modernizante das cidades brasileiras (NEGREIROS, 1992; PEREIRA, 2001; SALUN, 2007). A imagem dos *sportsmen* cultivada pelas elites paulistanas sintetiza a camada discursiva que favorece a prática do jogo, principalmente, entre os jovens afortunados.

"O FUTEBOL HAVIA ENTRADO NO BAIRRO AINDA NO FINAL DO SÉCULO XIX, INSUFLADO PELO FLUXO MIGRATÓRIO EUROPEU E PELA PRESENÇA DE OPERÁRIOS INGLESES DA FERROVIA. PAIRA SOBRE ESTES EVENTOS O DISCURSO HIGIENISTA."

Em 1895, após a primeira partida oficial de futebol disputada na cidade, contra o *The Gas Workers Team*, os jogadores da *The São Paulo Railway Team,* liderados por Charles Miller (1874-1953), passam a sediar os seus jogos na chácara Dulley, onde se localizava um campo de críquete. Um dos primeiros campos oficiais da prática de futebol no país sediava-se, pois, no Bom Retiro, junto às várzeas do Rio Tamanduateí, nas cercanias da hoje Av. Tiradentes. O time de Charles Miller se transforma no São Paulo Athletic Club, formado de forma majoritária por ingleses e que hegemonizou o futebol nos seus anos de fundação. Ao mesmo tempo, o campo da chácara Dulley vai abrigar, ao lado do Parque Antárctica, na Barra Funda, e do Velódromo, na região da Consolação, as principais disputas futebolísticas nas duas décadas seguintes (SALUN, 2007).

Enquanto o futebol oficial da cidade exponencia seu interesse com a criação da Liga Paulista de Futebol em 1902, outro futebol, à margem da cobertura dos meios de comunicação, continua a ser praticado nos bairros proletários da cidade

e mimetiza os espaços exclusivos das elites, em ares subalternos. Em realidade, este outro futebol — ou futebóis, como apregoa Damo (2018) –, é ora ignorado ora atacado pela imprensa da época. Vozes jornalísticas denunciam a arregimentação das multidões de desocupados, que praticam o jogo da bola de modo viril e violento, descontrolado e diferente do que ocorreria nos circuitos dos clubes de prestígio.

Em que pesem tais embates com recortes de classe nas lentes dos periódicos paulistanos, é possível supor uma circularidade entre esses dois universos esportivos, um a retroalimentar o outro. A própria rivalidade desenvolvida na esteira das competições obriga os clubes de maior projeção a buscarem os melhores jogadores, independentemente de sua condição. Processo que pode estar na base de inúmeras celeumas que confrontaram os clubes nos primeiros vinte anos de prática do futebol.

Já no final da primeira década, com a popularidade adquirida pelo jogo, e sua paulatina transformação em evento de massa (rentável), a cidade recebera a visita da equipe inglesa *Corinthian's Team,* que derrotara com facilidade as melhores equipes do eixo Rio-São Paulo. A empolgação com a presença e a performance da equipe britânica reúne trabalhadores e pequenos comerciantes do bairro, de variadas origens étnicas, ao lado de membros de outros clubes varzeanos, a exemplo do União Lapa e do Botafogo, com sede no próprio Bom Retiro. Este último já é reconhecido no circuito informal do futebol na cidade, em especial pelo comportamento havido por "desviante" de parte de seus jogadores e adeptos. Ao mesmo tempo, tal agremiação abasteceu o Corinthians Paulista com parte de seu plantel nos anos iniciais do clube (NEGREIROS, 1992).

Misto de projeto e de acaso, o Corinthians logrou fama entre os clubes de bairro e tornou-se candidato viável a assumir um lugar no futebol oficial. Segundo o pesquisador Salun (2007), o ingresso do clube no futebol das elites deveria ocorrer após partidas com outros candidatos e depois de uma avaliação acerca do bom comportamento dos atletas durante as partidas. Passado o teste, o Corinthians ingressa na Liga Paulista, sem necessariamente superar os preconceitos que o caracterizavam como um clube de um bairro de operários.

Somente *a posteriori*, fosse por meio da literatura apaixonada produzida pelo clube, ou pelas palavras do cronista esportivo Thomas Mazzoni, passou-se a rememorar tal período enfatizando as dificuldades enfrentadas nos primeiros anos e o caráter popular do clube. Para todos os efeitos, o Corinthians Paulista era um clube de bairro, como tantos outros Corinthians fundados no período e para além da cidade de São Paulo, como o Corinthians de Campinas (1911) e o Corinthians de Santo André (1912).

Nos anos iniciais, o clube sediou seus jogos no entorno da Rua José Paulino,

no chamado campo do Lenheiro. Também nesta região situava-se a primeira sede da agremiação. Com o ingresso do Corinthians no circuito oficial de futebol da cidade, os jogos do time aconteciam nos campos autorizados pela Liga, com destaque ao Parque Antárctica e ao Velódromo. O sucesso do Corinthians, com dois títulos entre 1914 e 1916, o alça de um time de bairro a um clube da cidade. Extrapola as fronteiras do Bom Retiro, ainda que nele permanecesse até 1927. Em 1918, o clube constrói, por meio de mutirão, seu estádio na região da Ponte Grande, próximo ao local onde se situa atualmente a Ponte das Bandeiras. Em fins dos anos 1920, com a compra do terreno no Parque São Jorge, o clube migra para a Zona Leste da cidade, até hoje sede social e política do clube.

A despeito da mudança, o Bom Retiro é lembrado de forma recorrente, ao longo do século XX, como o berço de origem do alvinegro. A rivalidade originária construída com o Palmeiras (até então Palestra Itália) deriva, entre outros fatores, desta proximidade espacial entre Bom Retiro e Barra Funda, sendo o último o local da sede do clube de ascendência ítalo-brasileira, fundado em 1914 em um salão situado de início no centro da cidade, na atual Praça da Sé. Embora pouco explorada na literatura que se consagrou a estes momentos iniciais do futebol paulista, é plausível que uma das camadas de fundo desta disputa centenária perpasse a disputa simbólica e territorial de suas posições na geografia da cidade.

O BOM RETIRO E OS GAVIÕES DA FIEL

"Nossa torcida é uma corrente muito forte / Na Zona Zul, na Zona Leste, Zona Norte *(e Zona Oeste)* / Na vitória ou na derrota eu grito forte: / Corinthiano eu serei até a morte". Este trecho do samba-enredo de Oswaldinho da Cuíca e José Ribamar, vulgo Papeti, intitula-se "Vai Corinthians" e introduziu em 1976 os Gaviões da Fiel no concurso de Bloco de Sambas da antiga União das Escolas de Samba de São Paulo (UESP). Cravado na memória coletiva, é desde então entoado nas arquibancadas dos estádios, um dos ninhos dos Gaviões da Fiel, torcida corinthiana fundada em 1969. O samba-enredo passeia pelas características dos então recém-criados Gaviões e apresenta a maneira pela qual a torcida interpreta o corinthianismo em suas hostes.

O ano de 1976 é emblemático para o Corinthians em face de inúmeras razões. A primeira delas é que o clube, então sexagenário, converte-se, ao lado de São Paulo e Palmeiras (antigo Palestra Itália), no maior clube da cidade. O Santos Futebol Clube, na esteira do sucesso de Pelé e companhia, eleva a cidade santista à condição de capital do futebol e amealha parcela significativa dos torcedores, rivalizando com

os grandes clubes da capital. Apesar de se tornar o maior campeão paulista, o Corinthians, entre 1954 e 1977 amargava um longo período sem conquistas, enquanto os rivais angariavam títulos e patrimônio. Neste período, o São Paulo Futebol Clube inaugura o terreno do Cícero Pompeu de Toledo, mais conhecido como Morumbi, então o maior estádio particular do mundo.

"A 'INVASÃO CORINTHIANA' AO MARACANÃ REFORÇA O IMAGINÁRIO DE UMA TORCIDA 'FIEL'. DIFUNDE-SE A IMAGEM DO CLUBE DO POVO, TIME DAS MASSAS DE CARÁTER POPULAR, APAIXONADO E SOFRIDO"

Com efeito, a chegada à semifinal do Campeonato Brasileiro contra o Fluminense mobilizará as atenções da imprensa e auxiliará a mística de "torcida fiel", presente mesmo nas derrotas, para promover aquela final de torneio. O jogo também foi promovido pelas declarações dos presidentes dos clubes, que se provocavam via meios de comunicação, inclusive com a aposta de quem levaria mais torcedores ao jogo, a ser realizado no palco do Maracanã. Dispostos a vencer a batalha nas arquibancadas, os torcedores paulistas se mobilizaram, contando com o incentivo da mídia, de empresas de transporte, do poder público municipal e estadual e, em especial, da ação dos torcedores mais fanáticos, para conseguir se deslocar em massa ao Rio de Janeiro.

Em suma, o episódio conhecido como "invasão corinthiana" leva ao Maracanã mais de cinquenta mil apoiadores do clube e impressiona a opinião pública da época, os jogadores e os próprios torcedores cariocas. Em grande medida, o episódio reforça o imaginário de uma torcida "Fiel", alcunha que acompanha a agremiação desde então. Difunde-se nesse diapasão a imagem do clube do povo, time das massas, de caráter popular, apaixonado e sofrido, a demonstrar sua fidelidade ante décadas de ausência de títulos, marca de popularidade que paira até hoje sobre o torcedor do clube.

Ao mesmo tempo, o episódio revela a abrangência nacional do clube. De modo progressivo, o "corinthianismo" ultrapassa a escala do bairro para a da cidade, desta para a do estado e naquele contexto do segundo lustro dos anos 1970 se mostra capaz de alcançar o país, alargando e disputando simbolicamente outros

territórios. Durante o Campeonato Brasileiro de 1976, a imprensa acompanha as caravanas dos torcedores para assistir ao time, para o Nordeste — Recife, contra o Santa Cruz — até o Sul do país, contra o Internacional de Porto Alegre.

A capacidade de arregimentar um contingente torcedor massivo, como uma onda humana crescente, evoca o referido samba fundador de Osvaldinho da Cuíca. A torcida ocupa a cidade, agora convertida em metrópole e dividida por zonas geográficas. Nascida no Bom Retiro, a corrente corinthiana de então alastra-se pelos quatro pontos cardeais da cidade. Detalhe curioso: na letra original do samba, o segundo verso se encerra na Zona Norte, ou por questões de métrica e rima, ou porque a Zona Oeste é área identificada ao rival Palmeiras. No entanto, uma vez entoada e apropriada nas arquibancadas, insere-se no cântico a expressão Zona Oeste, ausente na composição, por isso, o destaque na transcrição acima, com que se inicia este tópico do texto.

Em grande medida, aquele contexto denso de acontecimentos revelava a dimensão que havia tomado um clube de futebol, de origens, até onde se sabe, operárias. Por sua vez, os Gaviões da Fiel, cuja primeira sede ficava desde 1969 no centro da cidade, na Rua Santa Ifigênia, começam o processo de edificação de sua quadra no Bom Retiro. Após uma negociação entre seus principais articuladores da época, principalmente a figura de Flávio La Selva, seu primeiro presidente e sócio número 1, e o poder público municipal, a locação do terreno em 1974 (SELVA; GOVOS, 2020) levaria a torcida a se consolidar e ampliar sua influência entre os torcedores corinthianos, reenviando o imaginário clubístico ao seu bairro fundacional de origem.

Em fevereiro de 1979, a agremiação alvinegra seria acusada de desfraldar faixas em defesa da Anistia, em meio à ditadura militar, durante a realização de um jogo lotado contra o Santos no Morumbi. O presidente da torcida, instado a se posicionar, procura afastar a entidade da polêmica, como atesta o historiador Vitor Canale (2020, p. 224):

> "Olha, só cuidamos da política do clube, ora! Veja só se eu vou falar em anistia e nessas coisas. Ou mesmo permitir que falassem disso na torcida! Eu sou espanhol, rapaz, os homens... bem, e depois tem outra coisa: foi o Governo que nos doou o terreno da nossa sede, lá no Bom Retiro. O terreno era da Emurb e o Paulo Egídio doou para gente... deixa pra lá... Quem quiser fazer política que vá para os partidos. Aqui nos Gaviões, não!"

A notícia ainda destaca o apoio da torcida ao candidato arenista Cantídio Sampaio, um dos facilitadores da doação do terreno. De certa forma, a conquista de uma sede ampla no nascedouro alvinegro adquire carga simbólica significativa porque a torcida nascida para fiscalizar, apoiar e proteger o Corinthians, por vezes de seus próprios dirigentes, fixava assento sucessor no espaço deixado no clube, reivindicando a cidade a partir da memória clubística. O espaço ressignificado pela torcida mudaria a sede da torcida do centro para o ninho corinthiano. E os guardiães deste espaço seriam os Gaviões da Fiel.

Assim, no Bom Retiro se estabeleceu a principal torcida organizada de futebol do Corinthians, uma das maiores, mais importantes e mais estruturadas do país, a contar mais de 120 mil associados. Para quem chega à cidade pelas Rodovias Castelo Branco, Anhanguera ou Bandeirantes, no intuito de rumar para as zonas comerciais da cidade, como o Brás, o Bom Retiro, o Mercado Municipal, ou seguir pela Avenida do Estado em direção ao ABC Paulista, a quadra dos Gaviões, aberta diuturnamente, é uma passagem obrigatória.

"ESSE RITUAL CÍCLICO DE MEMÓRIA FINCA-SE NA TRADIÇÃO CORINTHIANA. TRATA-SE DE UMA DAS FORMAS DE SE APROPRIAR DA URBE, UM MODO COLETIVO DE ENFRENTAR APAGAMENTOS"

Com sua face voltada para o Rio Tietê, o barracão da torcida jaz em um terreno da Rua Cristina Tomás e transfigura a rua e adjacências em reduto particular do corinthianismo. Ao mesmo tempo, ela se situa nas bordas, na localidade mais empobrecida do bairro, distante do marco de fundação do clube cerca de um quilômetro. Este trajeto é percorrido todo dia 1º de setembro, em cortejo que inicia sua marcha na quadra dos Gaviões da Fiel. Em tais ocasiões, corinthianos de outras torcidas ou sem ligação com qualquer torcida organizada avolumam-se na quadra a partir do fim da tarde e aguardam o início da caminhada (ou seria peregrinação?). O trajeto é percorrido com instrumentos, faixas e bandeiras. Desfila-se ainda de posse de artefatos pirotécnicos, como fogos de artifício e sinalizadores. Ao chegar ao marco de fundação, conhecido entre os torcedores como Marco Zero, na parte alta do Bom Retiro, transformam o encontro das ruas José Paulino e Cônego Martins em uma arquibancada de futebol.

Esse ritual cíclico de memória finca-se na tradição corinthiana. Trata-se, por seu turno, de uma das formas de se apropriar da urbe, um modo coletivo de enfrentar os apagamentos materiais e simbólicos que constituem uma dinâmica citadina em permanente transformação. Atualmente, um pequeno obelisco em preto-e-branco foi instalado na área de celebração clubística anual, iluminado por um lampião, já que na tradição inventada pelo clube, em sua mitopráxis, a fundação do clube se deu com a presença de cinco operários, sob a luz de um lampião, naquele mesmo lugar, em 1910[3].

Mais do que jogadores, pois, os Gaviões da Fiel identificam, a despeito de suas disputas internas e dos atores lendários da própria torcida, tais personagens fundadores como os maiores ídolos da nação corinthiana, o que justifica sua reverência e sua peregrinação no bairro até os dias de hoje.

3 Sobre o rótulo de time do povo, cabe destacar que o Corinthians é o segundo clube na preferência das classes populares e daqueles que se identificam como negros (pardos e pretos). Por outro lado, é o primeiro entre as classes mais altas, o que coloca em xeque a narrativa autopromovida pelo clube. Apesar disso, os Gaviões da Fiel são compostos majoritariamente pelos segmentos subalternizados da sociedade.

BERNARDINI, Sidney Piochi; VENITUCCIO, Renata Ungaro. Territórios cindidos: o bairro do Bom Retiro e o conjunto habitacional Parque do Gato em São Paulo. *PARC Pesquisa em Arquitetura e Construção*, Campinas, v. 6, n. 3, p. 169-187, set. 2015.

CANALE, Vitor. *Um movimento em muitas cores: o circuito de relações das torcidas organizadas paulistas entre 1968 e 1988 — uma história da ATOESP (Associação das Torcidas Organizadas do Estado de São Paulo)*. Tese (Doutorado em História) — CPDOC-FGV, Rio de Janeiro, 2020.

CORNELSEN, Élcio. Infância e espacialização do bairro judeu nos romances 'Bom Retiro', de Eliezer Levin, e 'A guerra no Bom Fim', de Moacyr Scliar. *Revista do Centro de Estudos Portugueses/CESP*, Belo Horizonte, v. 26, n. 35, p. 97-106, jan./jun. 2006.

DAMO, Arlei. Futebóis — da horizontalidade epistemológica à diversidade política. *Revista FuLiA/UFMG*, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, set./nov. 2018.

FERNANDES, Florestan. As trocinhas do Bom Retiro. *Pró-Posições*, São Paulo, v 14, n. 1 (43), jan./abr. 2004. *Originalmente publicado em 1944 — USP*.

NEGREIROS, Plínio Labriola. *O clube do povo e a cidade excludente. Revista de História*, São Paulo, n. 163, p. 207-242, jul./dez. 2010.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro (1902-1938)*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2001.

SALUN, Alfredo Oscar. *Palestra Itália e Corinthians: Quinta Coluna ou tudo Buona Gente?*. Tese (Doutorado em História Social) — USP, São Paulo, 2007.

SELVA, Wanda La; GOYOS, Durval de Noronha. *O escudeiro de São Jorge: Flavio La Selva e os Gaviões da Fiel*. São Paulo: Observador Legal, 2020.

TRUZZI, Oswaldo. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 27, p. 143-166, 2001.

VIGGIANI JUNIOR, Edson. *Bom Retiro: imagens, culturas e identidades*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) — USP, São Paulo, 2016.

The organized fans in the city of São Paulo, linked to the four largest professional clubs in the state, symbolically compete for urban territory. Among these fan associations, the *Gaviões da Fiel Torcida* stands out, a follower of the Corinthians club association, with its social and administrative headquarters located in Bom Retiro, a neighborhood in the central region of the capital of São Paulo. In summary, the *S.C. Corinthians Paulista* was founded in the heart of this same commercial and industrial redoubt of the city in 1910, but moved to the East Zone of the city, still in the 1920's, on land on the banks of the Tietê River, in Parque São Jorge, a region flanked by Tatuapé. From then on, it became known as a club in this macro-region of São Paulo. *Gaviões da Fiel*, one of the first organized football fan's association in the country, founded in 1969, has remained in the neighborhood since the mid-1970's. In its own way, such permanence in the locus of origin affects the club's memory and keeps the supposed designs of its founders alive.

BOM RETIRO NIGHBORHOOD

Throughout the 19th century, the neighborhood was made up of numerous farms and, due to its proximity to two important rivers in the city, it served as a leisure area for the 19th century elite of São Paulo. The development of the railway line, by the English company São Paulo Railway, from 1867 onwards, will divide this region from the central area of the city and will roughly delimit the area that today corresponds to the so-called Bom Retiro. The name of the neighborhood, according to sociologist Truzzi (2001), originates from one of those homonymous farms. At the same time, the neighborhood became the stopping point for the first European immigrants, brought to São Paulo, to fill the demand for labor in the industry that developed due to the coffee surplus, a "good retreat" so to speak, to get used to a new place.

Still according to Truzzi (2001), the neighborhood was configured, from then on, as an intermediate zone between rural areas and the urban perimeter, due to its proximity to downtown, and prior to the Tietê River. A border area between commerce, which is located close to the railway and, therefore, the downtown area. This is the highest area in the region, with small food, clothing and furniture factories, as well as artisanal establishments. The areas close to the Tamanduateí and Tietê rivers, even at the end of the century, were not advisable as a real estate district, due to the constant flooding of the nearby river. At the same time, the neighborhood was occupied by an influx of immigrants, namely Italian, Spanish and Portuguese people, whose families lived in low-income housing, known as tenements.

1 Bernardo Buarque de Hollanda is an assistant professor at the School of Social Sciences (FGV CPDOC) and a CNPq research productivity fellow. He is the organizer of the collection "Os Gaviões da Fiel: essays and ethnographies of an organized football fan base" (Editora 7 Letras, 2015).

Vitor Hugo Haidar da Silva has a degree in Literature and is a high school teacher. He has a master's degree in Applied Linguistics (IEL, Unicamp) and is currently developing doctoral research in History, Politics and Cultural Assets (FGV CPDOC), both on organized football fans in São Paulo.

The neighborhood itself, therefore, circumscribes the social differences between owners and workers.

With the canalization of riverbeds, the area becomes viable for the construction of housing and increases the influx of immigrants to the region. Throughout the 20th century, a myriad of Italians, Spaniards, Portuguese, Syrians, Lebanese, Hungarians, Poles, Russians, Jews, Koreans and Bolivians successively occupied the neighborhood, marking the meeting of ethnicities that still characterizes it today (CORNELSEN, 2006). Relationships marked by a game that expresses at the same time the assimilation of these foreigners, who integrate into a new culture and reveal the interethnic conflicts camouflaged by the official rhetoric of peaceful coexistence, marked in the process of absorption of waves of immigrants into Brazilian society, notably in the society of São Paulo. At an intra-ethnic level, each immigrant community changes over the generations and reshapes power relations within the neighborhood.

It can be said that the neighborhood was historically constituted as a microcosm of the city (TRUZZI, 2001). Around it, throughout its history, commercial and industrial devices and characteristic modes of housing and leisure developed. As urban life is created and remade on itself, often quickly over its rubble, much of the neighborhood's memory is transformed or buried, as well as the technological devices that define these spheres. At the same time, other dimensions of this collective memory of the neighborhood fade or are updated, depending on the social groups, due to the new networks of sociability woven into its spatial fabric.

"FOOTBALL WAS A MASCULINE AND INTERETHNIC ELEMENT OF COEXISTENCE AMONG BOYS. MANY CONFLICTS WERE RESOLVED WITH GAMES ON THE PONTE GRANDE FIELD."

In today's configuration, the neighborhood is limited to the North by the Tietê River and its grand riverbank; to the South, by the railway line, which separates it from Campos Elíseos, once a noble neighborhood of the city; to the East is another river, the Tamanduateí, and two large avenues that set its limit: the Estado and Tiradentes Avenues; to the West, Rudge Avenue separates the neighborhood from Barra Funda,

whose development took place in a similar way to that of Bom Retiro. Even today, it is possible to see the shocking social inequalities reproduced in its geography. The river floodplains continue to be occupied, most obviously, by the poorest populations, although there are real estate areas aimed at the middle classes, with vertical buildings. The center of the neighborhood is one of the most prosperous commercial hearts of the city, a wholesale and retail clothing hub, housing a public complex of parks and museums. In short, in the words of researcher Edson Viggiani Junior, Bom Retiro is a "complex social fabric in a small space" (2016, p. 9).

It is also worth highlighting that the central region of the city, from the 2000's onwards, has been reconfigured through the overlapping of three distinct projects: the first of them concerns the attempt by public authorities to accentuate the commercial character of the city centre, which reduces industrial areas in the neighborhood; the second, faced with housing problems, the city council developed a program to build low-cost, vertical housing to eliminate the *"Favela do Gato"*, which has been set up from the 1990's onwards, on the Tamanduateí riverside; furthermore, more recently, a municipal extreme sports park was built next to the condominium, using the space of a baseball field located there; the third project refers to the market logic, which takes advantage of the neighborhood's idle areas to offer vertical housing, as well as to speculate with such spaces, aiming at future profits (BERNARDINI; VENITUCCIO, 2015[2]).

BOM RETIRO, FOOTBALL AND THE FOUNDING OF S. C. CORINTHIANS PAULISTA

In the thought-provoking text *As trocinhas do Bom Retiro*, Florestan Fernandes (1944), icon of the São Paulo School of Sociology, analyzes the sociability of "immature" people on the streets of working-class neighborhoods in São Paulo. His perceptive observations about the neighborhood, the result of his first research agenda focused on folklore and forms of urban sociability, capture such children's activities through "play". The sociologist refers to groups of boys and girls who socialize and produce a playful culture, based on a system of relatively hierarchical exchanges and negotiations. Although the author's concern is, based on the data observed, to confront the version that childhood simply mirrors the lives of adults, his fieldwork highlights a form of child and male sociability, which is established, among others, by means of recreation through football.

The author describes the games of boys and girls, taking into account aspects of class, race and gender. He demonstrates how children's groups, over the age of

2 The authors undertake an analysis of the territorial transformations of the neighborhood, observing the effects of the accentuated transformations of what they define as late capitalism. In this context, it reveals that the construction of the Favela (slum), before integrating the population into the neighborhood, follows an exclusionary logic, confining the condominium population to the margins of integration with the rest of the neighborhood. Certainly, studies with ethnic-racial perspectives can leave clues as to how the black population of the neighborhood was left to exclusion and deletion.

seven, can organize themselves based on a cultural repertoire transmitted from one generation to another. There were exclusive games for boys and girls, as well as the temporary construction of intergender groups in certain situations. Furthermore, given the class criterion, differences were observed by the researcher. Despite the racial criterion, Florestan points out a greater convergence between the groups, capable of assimilating with certain ease. Peace, however, could be suspended when one of these groups tried to impose itself by force, insulting blacks, Jews, Italians, Spaniards, among others. Florestan is careful to compile these marks of childhood conflicts.

Football, in turn, was a masculine and interethnic element of coexistence among boys. Many conflicts, as the author states, were resolved through banter, with games on the Ponte Grande field, resolving any differences. Many of these boys took the endeavor seriously and to this end emulated, in their teams that originated in the games, the organization of professional football clubs. In this sense, it can be said that elite football directly influences the sociability of these children, just as, sometimes, without them knowing it, these boys keep the region's football tradition alive.

The historian Plínio Labriola Negreiros (1992) dedicated himself to examining the processes that led to the founding and consolidation of Sport Club Corinthians Paulista, in the initial years of its foundation. The club was founded on September 1, 1910, where the current José Paulino Street intersects Cônego Martins Street, in Bom Retiro. By focusing on official documents, periodicals, testimonies and mainly on what he called passionate literature, Plínio's dissertation moves at the intersection between memory and history, with a view to reconstituting the dynamics that led the "neighborhood team" to convert into a "city team".

In turn, football had entered the neighborhood at the end of the 19th century, encouraged by the European migratory flow and the presence of English workers, focused on railway activities in the neighborhood. Over these events, the enthronement of the hygienist and disciplinary discourse, then in vogue in Europe, was reproduced here in industries and educational institutions, part of the urbanizing and modernizing discourse of Brazilian cities. (NEGREIROS, 1992; PEREIRA, 2001; SALUN, 2007). The image of the sportsmen cultivated by São Paulo's elites synthesizes the discursive layer that favors the practice of the game, mainly among fortunate young people.

In 1895, after the first official football match played in the city, against The Gas Workers Team, the players of The São Paulo Railway Team, led by Charles Miller (1874-1953), started to host their games at the Dulley farm, where a cricket field was

located. One of the first official football fields in the country was located in Bom Retiro, next to the floodplains of the Tamanduateí River, close to today's Tiradentes Avenue. Charles Miller's team becomes São Paulo Athletic Club, made up mostly of English people and which dominated football in its founding years. At the same time, the Dulley farm field will host, alongside Parque Antárctica, in Barra Funda, and the Velodrome, in the Consolação region, the main football disputes in the following two decades (SALUN, 2007).

While the city's official football expanded its interest with the creation of the São Paulo Football League in 1902, another football, outside the media coverage, continues to be played in the city's proletarian neighborhoods and mimics the exclusive spaces of the elites, in subordinate areas. In reality, this football — or footballs, as Damo (2018) proclaims — is sometimes ignored and sometimes attacked by the press of the time. Journalistic voices denounce the regimentation of crowds of idle people, who play the ball game in a virile and violent way, uncontrolled and different from what would occur on the circuits of prestigious clubs.

Despite such clashes with class aspects in the lenses of São Paulo periodicals, it is possible to assume a circularity between these two sporting universes, one feeding back on the other. The rivalry developed in the wake of competitions forces the most prominent clubs to look for the best players, regardless of their condition. A process that could be the basis of countless disputes that confronted clubs in the first twenty years of football playing.

"WHILE THE CITY'S OFFICIAL FOOTBALL EXPANDED ITS INTEREST IN 1902, ANOTHER FOOTBALL CONTINUES TO BE PLAYED IN THE PROLETARIAN NEIGHBORHOODS"

At the end of the first decade, with the popularity acquired by the game, and its gradual transformation into a (profitable) mass event, the city received a visit from the English Corinthian's Team, which easily defeated the best teams on the Rio-São Paulo axis. The excitement with the presence and performance of the British team brings together workers and small traders from the neighborhood, of varied ethnic origins, alongside members of other amateur clubs, such as *União Lapa* and

Botafogo, based in Bom Retiro itself. The latter is already recognized in the informal football circuit in the city, especially due to the "deviant" behavior of its players and fans. At the same time, this association supplied Corinthians Paulista with part of its squad in the club initial years (NEGREIROS, 1992).

A mix of design and chance, Corinthians achieved fame among neighborhood clubs and became a viable candidate to take a place in official football. According to researcher Salun (2007), the club's entry into elite football should occur after matches with other candidates and after an assessment of the athletes' good behavior during matches. After passing the test, Corinthians joined the São Paulo League, without necessarily overcoming the prejudices that characterized it as a club from a working-class neighborhood.

Only afterwards, whether through the passionate literature produced by the club, or through the words of sports columnist Thomas Mazzoni, did this period begin to be remembered, emphasizing the difficulties faced in the early years and the popular character of the club. For all intents and purposes, Corinthians Paulista was a neighborhood club, like many other Corinthians founded in the period and beyond the city of São Paulo, such as Corinthians from Campinas (1911) and Corinthians from Santo André (1912).

In the early years, the club hosted its games around José Paulino Street, in the so-called Lenheiro field. The first headquarters of the association was also located in this region. With Corinthians' entry into the city's official football circuit, the team's matches took place on fields authorized by the League, with emphasis on Parque Antárctica and the Velodrome. Corinthians' success, with two titles between 1914 and 1916, elevated it from a neighborhood team to a city club. It goes beyond the borders of Bom Retiro, even though it remained there until 1927. In 1918, the club built, through a joint effort, its stadium in the Ponte Grande region, close to where Ponte das Bandeiras is currently located. At the end of the 1920's, with the purchase of a piece of land in Parque São Jorge, the club migrated to the East Zone of the city, which remains the club's social and political headquarters.

Despite the change, Bom Retiro is remembered repeatedly, throughout the 20th century, as the birthplace of the black and white club. The original rivalry built with Palmeiras (until then Palestra Itália) derives, among other factors, from this spatial proximity between Bom Retiro and Barra Funda, the latter being the location of the headquarters of the club of Italian-Brazilian progeny, founded in 1914 in a hall initially located in the downtown area, in the current Praça da Sé. Although little explored in the literature dedicated to these initial moments of football in São Paulo, it is plausible that one of the background layers of this centu-

ries-old dispute permeates the symbolic and territorial dispute over their positions in the city's geography.

BOM RETIRO AND *GAVIÕES DA FIEL*

"Our crowd is a very strong current / In the South Zone, in the East Zone, North Zone (and *West Zone*) / In victory or defeat I shout out loud: / I will support Corinthians until I die." (our translation) This excerpt from the samba by Oswaldinho da Cuíca and José Ribamar, alias Papeti, is entitled *Vai Corinthians* [*Go Corinthians*] and introduced *Gaviões da Fiel* in 1976 in the Samba Block competition of the former Union of the Samba Schools of São Paulo [*União das Escolas de Samba de São Paulo* — UESP]. Engraved in the collective memory, it has since been sung in the stands of the stadiums, one of the nests of *Gaviões da Fiel*, a Corinthians fan base founded in 1969. The samba walks through the characteristics of the then newly created *Gaviões* and presents the way in which the fans interpret Corinthianism in their ranks.

The year 1976 is emblematic for Corinthians for numerous reasons. The first of them is that the club, then with sixty years of existence, became, alongside São Paulo and Palmeiras (formerly Palestra Itália), the biggest club in the city. Santos Futebol Clube, following the success of Pelé and company, elevates the city of Santos to the status of football capital and attracts a significant portion of fans, rivaling the big clubs in the capital. Despite becoming the biggest champion in São Paulo, Corinthians went through a long period without achievements between 1954 and 1977, while their rivals gained titles and assets. During this period, São Paulo Futebol Clube inaugurated the Cícero Pompeu de Toledo stadium, better known as Morumbi, then the largest private stadium in the world.

In effect, reaching the semifinals of the Brazilian Championship against Fluminense will mobilize the attention of the press and help the mystique of "faithful cheering crowd", present even in defeats, to promote that tournament final. The match was also promoted by statements from club presidents, who provoked each other via media, including a bet on who would bring more fans to the match, to be held on the Maracanã stage. Willing to win the battle in the bleachers, São Paulo fans mobilized, counting on the encouragement of the media, transport companies, municipal and state public authorities and, in particular, the action of the most fanatical fans, to be able to travel en masse to Rio de Janeiro.

In short, the episode known as the "Corinthian invasion" brought more than fifty thousand supporters of the club to Maracanã and impressed public opinion at the time, the players and the Rio fans themselves. To a large extent, the episode re-

inforces the imagination of a "Faithful" fan base, a nickname that has accompanied the club ever since. In this tone, the image of the people's club, a team of the masses, with a popular, passionate and suffering character, demonstrating its loyalty in the face of decades of lack of titles, a mark of popularity that still hangs over the club's fans, is spread.

At the same time, the episode reveals the club's national reach. Progressively, "Corinthianism" goes beyond the scale of the neighborhood to the city, from the city to the state, and in that context of the second gloss of the 1970's, it shows itself capable of reaching the country, symbolically expanding and disputing other territories. During the 1976 Brazilian Championship, the press accompanied the fans' caravans to watch the team, to the Northeast — Recife, against Santa Cruz — and to the South of the country, against Internacional from Porto Alegre.

The ability to gather a massive contingent of fans, like a growing human wave, evokes the aforementioned founding samba of Osvaldinho da Cuíca. The fans occupy the city, now converted into a metropolis and divided into geographical zones. Born in Bom Retiro, Corinthians currently spreads across the four cardinal points of the city. Curious detail: in the original samba lyrics, the second verse ends in the North Zone, either for reasons of metric and rhyme, or because the West Zone is an area identified with the rival Palmeiras. However, once sung and appropriated in the stands, the expression West Zone [*Zona Oeste*] is inserted into the song, absent in the composition, hence its emphasis in the transcription above, with which this topic of the text begins.

To a large extent, that dense context of events revealed the dimension that a football club had taken on, with origins, as far as we know, in the working class. In turn, *Gaviões da Fiel*, whose first headquarters had been located in the downtown area, on Santa Ifigênia Street, since 1969, began the process of building their court in Bom Retiro. After negotiation between its main organizers at the time, mainly the figure of Flávio La Selva, its first president and number 1 member, and the municipal government, the leasing of the land in 1974 (SELVA; GOVOS, 2020) would lead the fans to consolidate and expand its influence among Corinthians supporters, returning the club's imaginary to its founding neighborhood of origin.

In February 1979, the black and white association would be accused of unfurling banners in defense of Amnesty, in the midst of the military dictatorship, during a packed game against Santos at Morumbi. The president of the fans, urged to take a stand, seeks to distance the entity from the controversy, as historian Vitor Canale (2020, p. 224) attests:

> "Look, we only take care of the club politics! I'm not going to talk about amnesty and those things. Or even allow them to talk about it in the crowd! I'm Spanish, boy, the men... well, and then there's another thing: it was the Government that donated the land for our headquarters, there in Bom Retiro. The land belonged to Emurb and Paulo Egídio donated it to us... nevermind... Anyone who wants to do politics should go to the parties. Not here at *Gaviões*!"

The news also highlights the fans' support to the arena candidate Cantídio Sampaio, one of the facilitators of the donation of the land. In a way, the conquest of a large headquarters in the black and white original location acquires a significant symbolic weight because the fans crowd created to monitor, support and protect Corinthians, sometimes from their own directors, established a successor seat in the space left in the club, claiming the city from the club memory. The space given new meaning by the fans would move the fans' headquarters from the downtown area to the Corinthian nest. And the guardians of this space would be *Gaviões da Fiel*.

Thus, the main organized fans base of Corinthians was established in Bom Retiro, being one of the largest, most important and most structured fans base in the country, with more than 120 thousand members. For those arriving in the city via Castelo Branco, Anhanguera or Bandeirantes Highways, with the intention of heading to the city's commercial areas, such as Brás, Bom Retiro, the City Market, or following Estado Avenue towards São Paulo ABC region, the *Gaviões* court, open every day, is a must-see.

Facing the Tietê River, the fans' shed sits on a plot of land on Cristina Tomás Street and transforms the street and surrounding areas into a particular redoubt of Corinthianism. At the same time, it is located on the edges, in the most impoverished area of the neighborhood, about a kilometer away from the club's founding landmark. This route is covered every September 1st, in a procession that begins its march at the *Gaviões da Fiel* court. On such occasions, Corinthians fans from other fan groups or those with no connection to any organized fan base gather on the court from the end of the afternoon and wait for the start of the walk (or is it a pilgrimage?). The route is covered with instruments, banners and flags. People also parade with pyrotechnic devices, such as fireworks and flares. Upon reaching the foundation landmark, known among fans as the Ground Zero, in the upper part of Bom Retiro, they transform the meeting point of José Paulino and Cônego Martins streets into a football stand.

This cyclical ritual of memory is rooted in the Corinthian tradition. This is, in turn, one of the ways of appropriating the city, a collective way of facing the

material and symbolic erasures that constitute a city dynamic in permanent transformation. Currently, a small black-and-white obelisk was installed in the annual club celebration area, lit by a lamp, since in the tradition invented by the club, in its mythopraxis, the founding of the club took place with the presence of five workers, under the light of a lamp, in that same place, in 1910[3].

More than just players, as *Gaviões da Fiel* identify, despite their internal disputes and the legendary actors of the fans themselves, these founding characters as the greatest idols of the Corinthians nation, which justifies their reverence and their pilgrimage in the neighborhood until the current days.

3 Regarding the label of the people's team, it is worth highlighting that Corinthians is the second most preferred club among the popular classes and those who identify as black (brown and black). On the other hand, it is first among the upper classes, which calls into question the club's self-promoted narrative. Despite this, *Gaviões da Fiel* are mainly made up of the subordinate segments of society.

BERNARDINI, Sidney Piochi; VENITUCCIO, Renata Ungaro. Territórios cindidos: o bairro do Bom Retiro e o conjunto habitacional Parque do Gato em São Paulo. *PARC Pesquisa em Arquitetura e Construção*, Campinas, v. 6, n. 3, p. 169-187, set. 2015.

CANALE, Vitor. *Um movimento em muitas cores: o circuito de relações das torcidas organizadas paulistas entre 1968 e 1988 — uma história da ATOESP (Associação das Torcidas Organizadas do Estado de São Paulo)*. Tese (Doutorado em História) — CPDOC-FGV, Rio de Janeiro, 2020.

CORNELSEN, Élcio. Infância e espacialização do bairro judeu nos romances 'Bom Retiro', de Eliezer Levin, e 'A guerra no Bom Fim', de Moacyr Scliar. *Revista do Centro de Estudos Portugueses/CESP*, Belo Horizonte, v. 26, n. 35, p. 97-106, jan./jun. 2006.

DAMO, Arlei. Futebóis — da horizontalidade epistemológica à diversidade política. *Revista FuLiA/UFMG*, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, set./nov. 2018.

FERNANDES, Florestan. As trocinhas do Bom Retiro. *Pró-Posições*, São Paulo, v 14, n. 1 (43), jan./abr. 2004. *Originalmente publicado em 1944 — USP*.

NEGREIROS, Plínio Labriola. *O clube do povo e a cidade excludente. Revista de História*, São Paulo, n. 163, p. 207-242, jul./dez. 2010.

PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro (1902-1938)*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2001.

SALUN, Alfredo Oscar. *Palestra Itália e Corinthians: Quinta Coluna ou tudo Buona Gente?*. Tese (Doutorado em História Social) — USP, São Paulo, 2007.

SELVA, Wanda La; GOYOS, Durval de Noronha. *O escudeiro de São Jorge: Flavio La Selva e os Gaviões da Fiel*. São Paulo: Observador Legal, 2020.

TRUZZI, Oswaldo. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 27, p. 143-166, 2001.

VIGGIANI JUNIOR, Edson. *Bom Retiro: imagens, culturas e identidades*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) — USP, São Paulo, 2016.

Daniel Rabello Jordão

POR QUE "O JOGO BONITO" ENTRA NOS MUSEUS E OUTRAS INSTITUIÇÕES CULTURAIS?

Why Does "The Beautiful Game" Get Into the Museums and Other Cultural Institutions?

Claude Boli[1]

"Existem inúmeras formas de encarar a rápida ascensão do futebol como um fenômeno global ao longo do último século e meio — do amador ao profissional; de um esporte improvisado para recreação a um espetáculo internacional mediado de massa — mas talvez o mais interessante seja explorá-lo através das lentes do design. Em tudo, desde a bola até as chuteiras e uniformes que os jogadores usam, desde os campos e estádios onde o jogo é disputado até os torneios e cobertura televisiva e muito mais, há uma história de design" (WATSON; BIRD, 2022). Estas palavras são de Tim Marlow, diretor do Museu de Design (Londres).

Quem imaginaria há algumas décadas a entrada do futebol, muitas vezes percebido como uma prática trivial nos meios populares, nos museus ou nas instituições culturais, "lugares sagrados" da cultura dominante? Aqui estão alguns elementos para identificar os atores e atrizes que permitem compreender o conteúdo de um movimento em curso e que ganha um impulso considerável.

1 Claude Boli, historiador, chefe do departamento de pesquisa do Museu Nacional do Esporte, Nice, França.

Claude Boli, historian, Head of research department at the French National Sport Museum, Nice, France.

RECONHECIMENTO HÁ MUITO CONTESTADO

O impacto dos artistas

Os artistas estão entre as primeiras pessoas a se inspirar na paixão pelo futebol. Foi na Inglaterra, berço do futebol moderno e depois em países influenciados pelo

estilo de vida britânico que se desenvolveu a expressão artística ligada ao futebol. O fervor do futebol (o nascimento do profissionalismo em 1885 e o início do campeonato em 1888) é revelado numa impressionante pintura de Thomas Hemy, *Sunderland versus Aston Villa* (feita em 1895), um encontro entre dois grandes clubes. Apesar da confusão entre futebol (jogo de drible) e rugby (jogo de manejo), *Os Jogadores de Futebol* (1908), do francês Henri Rousseau, anuncia o fascínio do futebol pelo emblemático representante da *arte naïf*. Em nome da modernidade, o futebol foi interceptado por diferentes correntes artísticas: o movimento futurista com Umberto Boccioni (*Dinamismo de um Jogador de Futebol*, 1913), o Cubismo com Robert Delaunay (*Futebol*, 1918) ou André Lhote (*Les Joueurs de Football*, década de 1920). Adrienne Jouclard, uma das artistas que se apaixonou pelo esporte, explorou o mundo do futebol na década de 1930 e produziu *Le Football et Football.* Nicolas de Staël assiste a uma partida entre a seleção francesa e a Suécia e fica completamente cativado pelo espetáculo. Produziu *Parc des Princes* (1952), obra marcante nas ligações entre arte e futebol. Pablo Picasso, grande fã de futebol, convida-se para a partida artística ao entregar uma obra que combina pintura e escultura (*Footballeur*, 1961). A Copa do Mundo de 1982 na Espanha foi uma oportunidade para ver cartazes maravilhosos assinados por artistas renomados: Miró, Velickovic, Monory, Tàpies, Adami, Arroyo. O novo milênio vê o surgimento de talentos da África. Adel Abdessemed (natural de Constantine, Argélia) aproveita o violento golpe de Zinédine Zidane no peito de Marco Materazzi durante a final da Copa do Mundo de 2006 e ergue uma escultura monumental, *Coup de tête* (2014). Omar Victor Diop (nascido em Dakar, Senegal) convoca o futebol para destacar a diáspora africana em todo o mundo numa série de autorretratos inspirados em pinturas dos séculos XV a XVIII *(El Moro, Dom Nicolau, Don Miguel de Castro, Jean -Baptiste Belley, Albert Badin, São Benedito de Palermo 2014).*

O papel dos acadêmicos

O mundo acadêmico tem desempenhado um papel decisivo na legitimidade do futebol como fato social eminentemente relevante. A Inglaterra é mais uma vez a precursora. No início da década de 1980, historiadores como James Walvin, Tony Mason, Richard Holt trouxeram o futebol para a sala de aula da cultura britânica. Foi com coragem e abnegação que impuseram o futebol como chave essencial para revelar as mudanças na civilização britânica. É isso que James Walvin encontra no projeto do primeiro trabalho acadêmico sobre futebol: “formado como historiador da vida da classe trabalhadora inglesa. Mas tudo o que li foi sobre política e sindicalismo. Ninguém — NINGUÉM — escreveu sobre a diversão e o lazer dos

Robert Delaunay, *Football*, 1918. Crédito: Georges Meguerditchian — Centre Pompidou, Paris.

Henri Rousseau, *Les joueurs de football*, 1908. Crédito: Solomon R. Guggenheim Museum, Nova York.

trabalhadores. E quando mencionei meu interesse pelo futebol como tema de um livro, meus colegas zombaram. Desprezaram a ideia. Aprendi muitos anos depois que escrever meu livro sobre futebol atrapalhou minha carreira... Até me disseram para retirar meus livros de futebol do meu currículo se eu quisesse ser levado a sério como historiador". Sob o impulso de outros historiadores e sociólogos, os professores desenvolveram cursos e sobretudo dirigiram teses de doutorado inteiramente dedicadas ao futebol. Foram criados verdadeiros centros de estudos de futebol com características específicas. A inauguração do Centro Sir Norman Chester para Pesquisa de Futebol na Universidade de Leicester, em 1987, foi um passo decisivo. Uma geração de sociólogos, marcada pela obra de Norbert Elias, analisa minuciosamente o fenômeno da violência nos estádios (hooliganismo). Entre eles, são referência as obras de Eric Dunning, Patrick Murphy ou John Williams. Uma atenção particular à dimensão europeia é analisada na Universidade De Montfort (Leicester). Apesar de certas dificuldades em ser "levado a sério" pelos jornalistas e também pelos acadêmicos, o "Jogo Bonito" vai gradualmente ganhando espaço nos anfiteatros. Em 1995, a Unidade de Investigação de Futebol foi criada no Departamento de História Econômica e Social da Universidade de Liverpool, sob a direção de Rogan Taylor, figura importante no movimento de torcedores independentes da década de 1980. No ano seguinte, foi inaugurado o Centro Internacional de História e Cultura do Esporte, no coração da Universidade De Montfort (Leicester), reunindo eminentes historiadores: Wray Vamplew, Tony Mason, Pierre Lanfranchi, Matthew Taylor... No início dos anos 1990, os universitários franceses passaram a demonstrar grande interesse pelo futebol. Historiadores, sociólogos, etnólogos, economistas usam o futebol para compreender as transformações da sociedade. Entre os mais empenhados no reconhecimento universitário do futebol, encontramos o historiador Alfred Wahl, o sociólogo Jean-Michel Faure, o etnólogo Christian Bromberger, o economista Jean-François Bourg. Na década de 2000, uma nova geração continuará o trabalho acrescentando uma dimensão global e questões inovadoras. Assim, Paul Dietschy é especialista em futebol africano, Yvan Gastaut, Stéphane Mourlane, Didier Rey estão interessados na questão da migração, Marion Fontaine analisa as ligações entre futebol e política no Racing Club de Lens (antiga cidade mineira), Claude Boli analisa o futebol como objeto de museu na Inglaterra e na França. O lançamento da nova revista *Football(s)* editada por Paul Dietschy e apoiada pela Universidade de Franche-Comté reforça o peso do futebol universitário.

UMA PAIXÃO PLANETÁRIA

O jogo de todos os continentes

Desde meados do século XIX, o fervor do futebol espalhou-se por todos os continentes. Graças aos britânicos ou à personalidades que adotaram o modo de vida inglês, o futebol penetra nas cidades portuárias da Europa Ocidental em Le Havre (França), Nápoles (Itália), Lisboa (Portugal) e da América do Sul como o Rio de Janeiro (Brasil), Buenos Aires (Argentina), Montevidéu (Uruguai). As comunidades europeias (inglesas, francesas, belgas) importam futebol para África. Na Ásia, o futebol na sua forma moderna é jogado na China, especialmente em Xangai e outras cidades. O jogo é praticado principalmente em escolas e por estudantes. A Copa do Mundo é o evento mais assistido de todos os grandes eventos esportivos internacionais. Apesar das críticas (data da competição, condições climáticas, direitos dos trabalhadores, desperdício de energia), a Copa do Mundo de 2022 no Quatar bateu todos os recordes das edições anteriores. Atrai quase 1,5 bilhão de telespectadores para a final Argentina x França, 550 milhões de telespectadores para a partida de abertura Quatar x Equador e conecta quase seis bilhões de pessoas nas redes sociais. O entusiasmo do futebol é reforçado pelos seus aspectos simbólicos. Tomemos o caso do reconhecimento internacional das nações. O futebol é um tremendo eco de visibilidade. A adesão à FIFA, órgão dirigente do futebol mundial, é uma das primeiras ações de um país independente. A FIFA tem 211 membros enquanto a ONU (Organização das Nações Unidas) tem 193 estados membros. O futebol é um reflexo das relações internacionais e das vozes das potências emergentes. A organização da Copa do Mundo no Brasil (2014), na Rússia (2018) e no Quatar (2022) faz parte do desejo desses países de ocuparem seu lugar no círculo das “nações poderosas”.

Jogador de futebol: ícone contemporâneo

A força do futebol está na sua capacidade de criar seres extraordinários, ícones. Os jogadores de futebol passam a fazer parte dos museus porque representam outras coisas além de esportistas. Desde a década de 1930 (aceleração do esporte de espetáculo), os jogadores de futebol são tão adorados quanto as estrelas de cinema. As empresas de consumo entenderam muito bem o interesse de se aproximarem dos jogadores de futebol para venderem seus produtos. Os jogadores mais talentosos são os garantidores da excelência e do sucesso exemplar. Na consciência coletiva da cidade de Nápoles, os sucessos do clube Napoli (campeão italiano em 1987 e 1990, vencedor da Taça de Itália em 1987 e vencedor da Taça dos Campeões Europeus em 1989) estão ligados a uma figura: o argentino Diego Armando Maradona. Um passeio pela cidade é uma verdadeira celebração do camisa 10 da Argentina.

O retrato de Maradona nos bairros populares evoca a arte de rua. Diego é onipresente e é tratado como um "deus". O jogador de futebol pode expressar um modelo social. Assim, em 1998, quando a seleção francesa venceu a Copa do Mundo contra a formidável seleção brasileira, o herói nacional foi Zinédine Zidane. Os dois gols de Zidane e a vitória dos franceses (primeiro título de campeão mundial) foram acompanhados de discursos sobre a riqueza da diversidade da população francesa. Zidane (filho de um imigrante argelino), natural do bairro de Castellane (Marselha), é usado pela imprensa, pelos políticos, pelo mundo desportivo como um símbolo positivo da França plural, composta por jogadores cujos pais vêm de todo o mundo (Argélia, Argentina, Espanha, Senegal, Armênia). O jogador de futebol tornou-se uma figura mediática essencial. Várias pessoas encontram nas palavras, nos comportamentos, no modo de vida de determinados jogadores de futebol um exemplo a seguir. Em 2021, o jogador português Cristiano Ronaldo tornou-se a pessoa mais seguida no Instagram. O atacante com múltiplos recordes (cinco Bolas de Ouro) contava com mais de 400 milhões de seguidores. A nova estrela do futebol mundial, Kylian Mbappé não hesita em dar a sua opinião sobre as notícias francesas e internacionais através das redes sociais (Twitter e Instagram). Ele interveio especialmente após a morte do americano George Floyd assassinado pela polícia, apoiou um menino de 14 anos gravemente ferido durante uma prisão policial em Bondy, cidade natal de Mbappé. Mais recentemente, em 28 de junho de 2023, o novo capitão da seleção francesa reagiu no Twitter, dando apoio à família de um jovem motorista de 17 anos morto a tiros por um policial. As vozes dos jogadores de futebol são esperadas e ouvidas. Os museus estão próximos dos jogadores de futebol. Em 2022, o Museu Nacional do Futebol (com sede em Manchester) hospeda uma exposição que reúne a antiga glória do Manchester United Éric Cantona e o artista local Michael Browne. Cantona, lenda do futebol, tornou-se o designer de uma exposição que revela as múltiplas questões do futebol (orgulho nacional, ascensão social, paixão compartilhada etc.).

"OS JOGADORES PASSAM A FAZER PARTE DOS MUSEUS PORQUE REPRESENTAM OUTRAS COISAS ALÉM DE ESPORTISTAS"

CALDEIRÃO DE CULTURAS

Verbo e som: literatura e música

"O que eu mais sei sobre a moral e as obrigações do homem, eu devo ao futebol, foi com o R.U.A. [University Racing da Argélia] que aprendi". Assim, pudemos ler no semanário *France-Football*, a paixão pela bola de Alberto Camus, então recém-eleito Prêmio Nobel da Literatura, em 1957. Durante séculos, a literatura e o jogo de bola se uniram. As alusões à bola estão notavelmente presentes em *Gargântua* de François Rabelais e em *Rei Lear* de William Shakespeare. O futebol encantou e inspirou as maiores penas da literatura: Henry de Montherlant, André Maurois, Blaise Cendrars e, mais recentemente, o italiano Pier Paolo Pasolini, o alemão Günter Grass, o uruguaio Eduardo Galeano, o britânico Nick Hornby, o congolês Alain Mabanckou...

"DURANTE SÉCULOS, A LITERATURA E O JOGO DE BOLA SE UNIRAM. AS ALUSÕES À BOLA ESTÃO FRANÇOIS RABELAIS E EM WILLIAM SHAKESPEARE"

Em meados da década de 1990, uma verdadeira literatura sobre futebol surgiu na Inglaterra. Os fãs criaram os chamados Fanzines, fóruns de expressão para discutir assuntos diversos em tom engraçado e sarcástico. Leremos nestas pequenas revistas, vendidas a preços baixos e produzidas de forma artesanal, a paixão pelo seu clube, a zombaria da "equipe inimiga", a revitalização das arquibancadas, o amor por um jogador, as canções de provocação para ridicularizar os times adversários, uma anedota sobre uma viagem para uma partida no exterior... O sucesso comercial de *Febre de bola* (1992) de Nick Hornby em que evoca seus tormentos como torcedor do Arsenal, para incentivar vocações literárias. Seguir-se-á uma série de livros que apresentarão uma visão realista ou fantasiosa do mundo do futebol na Inglaterra. David Peace está entre esses novos escritores que escreveram de forma pungente sobre futebol, especialmente sobre dois treinadores lendários: Bill Shankly (Liverpool) e Nigel Clough (Leeds e Nottingham Forrest). O futebol e as façanhas dos jogadores de futebol inspiram os músicos. A popularidade do futebol pode ser ouvida através das músicas. Na França, os líderes do rap fazem alusão regularmente a músicos que vêm de sua vizinhança. As ligações entre o rap e o futebol começaram no início dos anos 1990. A adoração do grupo de Marselha IAM pela equipe local do Olympique de Marseille foi expressa através de uma canção

intitulada *Le Feu* (1993), que mencionava os gritos de torcida. Várias décadas depois, os rappers de Marselha se destacam com uma música que se tornou cult, *En bande organisée* (2020), onde parte do clipe se passa no estádio Vélodrome. Os rappers parisienses não ficam calados. Niska canta *Matuidi charo* (2015), uma música dedicada ao formidável meio-campista do PSG (Paris Saint-Germain), Blaise Matuidi. Rim'K, figura-chave do rap francês e grande torcedor do clube parisiense, aparece frequentemente nesses clipes com a camisa do PSG. Na África, especialmente na Nigéria, onde o futebol é rei, a música se encontra regularmente o futebol. As referências ao futebol são óbvias com, por exemplo, *Maradona* (2017) da cantora Niniola ou *Fall* (2019) do astro Davido que evoca Cristiano Ronaldo. No Brasil, a paixão pelo futebol e pelo auriverde (Pelé, Garrincha, Sócrates, Zico) foi pontuada pelas vozes de lendas da música: João Nogueira (*Samba rubro-negro*, 1979), Jorge Ben (*Camisa10 da Gávea*, 1976), Jackson do Pandeiro (*O Rei Pelé*, 1974), Chico Buarque (*O Futebol*, 1989), Maria Alcina (*Fio Maravilha*, 1972), João Bosco (*Gol anulado*, 1977), Elis Regina (*Meio de Campo*, escrita por Gilberto Gil em 1973).

Na seara do cinema

A sétima arte flerta com o futebol. Os cineastas não permaneceram insensíveis à ressonância social do futebol. Os primeiros filmes conhecidos são ingleses. *Harry the footballer* (1911) e outra ficção *Ball of fortune* (1926) em que aparece Billy Meredith, a grande estrela galesa do Manchester United na época. Os destinos trágicos dos jogadores são evocados de forma excelente através de numerosos filmes e documentários. Joaquim Pedro de Andrade discorre sobre a vida de Garrincha, o maravilhoso driblador brasileiro dos anos 1960 e uma certa visão do futebol em *Garrincha, alegria do povo* (1963). A carreira do jogador de futebol maliano Salif Keïta é trazida às telas por Cheik Doukouré em *Le Ballon d'Or* (1994). O peso do futebol no norte da Inglaterra é notavelmente exposto no comovente filme de Maria Giese, *When Saturday Comes* (1996). O fenômeno do hooliganismo e suas repercussões nas manifestações de virilidade são tratados com força nos filmes de Lexi Alexander, *Hooligans* (2005), e Nick Love, *Violência Máxima* (2004). A ascensão social de um jogador que escapa de uma vida miserável graças ao seu talento como jogador de futebol é o coração da trilogia de Danny Cannon, Jaume Collet-Serra e Andrew Morahan, *Gol!* (2005, 2007 e 2009). Em meados dos anos 2000, o futebol ganhou reconhecimento. O Festival de Cinema de Cannes recebe filmes que tratam do futebol. Diretores renomados contribuem para a notoriedade do jogo. Eles se oferecem para explorar facetas que fogem do caráter estritamente esportivo para abordar temas que valorizam torcedores, jogadoras de futebol, sinais de identificação com um clube, religião, ho-

mossexualidade... Emir Kusturica apresenta uma cinebiografia excêntrica de Diego Maradona, *Maradona* (2008). Ken Loach apresenta o ícone do Manchester United Éric Cantona na história de um torcedor dos Red Devils, *À Procura de Eric* (2009). A estrela do Real Madrid, Zinédine Zidane, é exaltada em um filme impressionante. Os diretores Philippe Parreno e Douglas Gordon colocaram em campo dezessete câmeras de alta definição para acompanhar cada movimento de Zidane no estádio Santiago Bernabéu, *Zidane, um Retrato do Século XXI* (2006). Os diretores mergulham na paixão das mulheres pela bola. O fervor do jogo está se tornando um tema atual que alimenta a dimensão social do futebol. Alguns filmes se tornaram essenciais: Gurinder Chadha, *Driblando o Destino* (2002), Jafar Panahi, *Fora do Jogo*, 2006. A partida de futebol como saída ao radicalismo religioso é uma das cenas marcantes do filme *Timbuktu* (2014), de Abderrahmane Sissako, que ganhou o César de melhor direção apresentado pela Académie des Arts et Techniques du Cinéma da França.

Principais exposições sobre futebol na Inglaterra e na França, 1996-2023

Título da exposição	Instituição cultural, Local, País	Ano
Euro 96. Football and European	Pumphouse Museum, Manchester, Inglaterra	1996
Football et Immigration	Musée national de l'histoire de l'immigration, Paris, França	2010
Les footballeurs africains en France	Musée National du Sport, Paris, França	2010
Goal ! Rendez-vous européen	Musée National du Sport, Nice, França	2016
Football à la limite du hors-jeu	Musée d'Aquitaine, Bordeaux, França	2016
Divinement foot	Musée d'histoire de Lyon, Lyon, França	2016
RC Louvre. Mémoires Sang et Or	Louvre-Lens, Lens, França	2016
Nous sommes foot	Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, Marselha, França	2017
Foot et monde arabe	Institut du monde arabe, Paris, França	2019
Football: Designing the Beautiful Game	The Design Museum, Londres, Inglaterra	2022
From Moss Side to Marseille. The art of Michael Browne and Eric Cantona	Museu Nacional do Futebol, Manchester, Inglaterra	2023
Art of the Terraces	Walker Art Gallery, Liverpool, Inglaterra	2023

O caminho para uma entrada marcante do futebol em museus e outras instituições culturais é obra de um grupo de pessoas socialmente influentes. São principalmente acadêmicos, artistas, cineastas, cantores e, claro, jogadores do mundo do futebol (jogadores, dirigentes, torcedores) que contribuem para o reconhecimento

do “Jogo Bonito”. O Estado, particularmente na França, também tem participado na promoção do futebol através de políticas de democratização dos museus para um público não habituado a visitar esses santuários da cultura dominante. A razão econômica não é negligenciável, a crise dos museus também explica a vontade de atrair um novo público e de desenvolver pontes com os meios populares. O futebol e o seu poder de atração constituem um apelo formidável a todos os públicos de diferentes classes sociais e gêneros. O futebol ocupa hoje um lugar essencial nos espaços culturais que se abrem gradualmente a uma paixão universal. O mundo está mudando, a cultura também.

BOLI, Claude. *The King and I: Hanging out in Manchester with Eric Cantona.* London: Simon and Schuster, 2002.

BOLI, Claude; GASTAUT, Yvan; GROGNET, Fabrice (dir.). *Allez la France!: Football et immigration.* Paris: Gallimard, 2010.

BOLZ, Daphné; KRÜGER, Michael (ed.). *A History of Sport in Europe in 100 objects.* Hildesheim: Arête Verlag, 2023.

BREMNER, Jack. *Shit ground no fans.* London: Batam Press, 2004.

COX, Richard; RUSSELL, Dave; VAMPLEY, Wray (ed.). *Encyclopedia of British Football.* London: Frank Cass, 2002.

FOOTBALL (S). HISTOIRE, CULTURE, ÉCONOMIE, SOCIÉTÉ. n. 2, 2023.

GALVIN, Robert. *The Football Hall of Fame* (National Football Museum). London: Robson Books, 2005.

HUNTINGTON-WHITELEY, James (ed.). *The Book of British Sporting Heroes.* London: National Portrait Gallery, 1999.

POLI, Raffaele (dir.). *Hors jeu: Football et société*. Genève: Musée ethnographique de Genève, 2008.

WALVIN, James. *Different time: Growing Up in Post-war England.* York: Algie Books, 2014.

WATSON, Eleanor; BIRD, James (ed.). *Football: Designing the Beautiful Game.* London: Designing Museum Publishing, 2022. p. 5.

"*There are numerous ways of viewing the rapid rise of football as a global phenomenon over the last century and a half — from the amateur to the professional; from an impromptu playground sport to a mass mediated international spectacle — but perhaps the most interesting if underplayed is to explore it through the lens of design. In everything from the ball itself to the boots and kit the players wear, from the pitches and stadiums where the game is played to the tournaments and television coverage and much more besides, there is a design story*" (WATSON; BIRD, 2022). These words are from Tim Marlow, director of the Design Museum (London).

Who would have imagined a few decades ago the entry of football, often perceived as a trivial practice in popular circles, in museums or cultural institutions, these "sacred places" of the dominant culture? Here are some elements to identify the actors and actresses who make it possible to grasp the content of a movement in progress which is gaining considerable momentum.

LONG-CONTESTED RECOGNITION

The Impact of Artists

Artists are among the first people to draw inspiration from the passion for football. It was in England, the birthplace of modern football and then in countries influenced by the British lifestyle that artistic expression, linked to football, developed. The fervor of football (the birth of professionalism in 1885 and the start of the championship in 1888) is revealed in a striking painting by Thomas Hemy, *Sunderland versus Aston Villa* (made in 1895), a meeting between two major clubs. Despite confusion between football (dribbling game) and rugby (handling game), *Football players* (1908) by Frenchman Henri Rousseau announce the fascination of football with the emblematic representative of naive art. In the name of modernity, football was intercepted by different artistic currents: the futurist movement with Umberto Boccioni (*The Dynamism of a Footballer*, 1913), Cubism with Robert Delaunay (*Football*, 1918) or André Lhote (*Les Joueurs de Football*, 1920s). Adrienne Jouclard, one of the female artists who fell in love with sport, explored the world of football in the 1930s and produced *Le Football et Football*. Nicolas de Staël attends a match between the France team and Sweden, and he is completely captivated by the spectacle. He produced *Parc des Princes* (1952), a landmark work of the links between art and football. Pablo Picasso, a big football fan, invites himself to the artistic match by delivering a work that combines painting and sculpture (*Footballeur,* 1961). The 1982 World Cup in Spain was an opportunity to see marvelous posters signed by renowned artists: Miró, Velickovic, Monory, Tàpies, Adami, Arroyo. The new mil-

lennium sees the emergence of talents from Africa. Adel Abdessemed (native of Constantine, Algeria) seizes Zinédine Zidane's violent blow to the chest of Marco Materazzi during the 2006 World Cup final and erects a monumental sculpture, *Coup de tête* (2014). Omar Victor Diop (born in Dakar, Senegal) summons football to highlight the African diaspora around the world in a series of self-portraits inspired by paintings from the 15th to the 18th centuries (*El Moro, Dom Nicolau, Don Miguel de Castro, Jean-Baptiste Belley, Albert Badin, St Benedict of Palermo* 2014).

The Role of Academics

The academic world has played a decisive role in the legitimacy of football as an eminently relevant social fact. England is once again the precursor. In the early 1980s, historians such as James Walvin, Tony Mason, Richard Holt brought football into the classroom of British culture. It is with courage and self-sacrifice that they imposed football as an essential key to revealing the changes in British civilization. This is what James Walvin encounters in the project of the first academic work on football: "trained as a historian of English working-class life. But everything I read was about politics and trade unionism. No one — NO ONE — wrote about the fun and leisure of working people. And when I mentioned my interest in football as a topic for a book, my colleagues scoffed. Scorned the very idea. I learned many years later that writing my book on football held back my career…I was even told to drop my football books from my c.v. if I wanted to be taken seriously as a historian". Under the impetus of other historians and sociologists, teachers have developed courses and above all directed doctoral theses entirely devoted to football. Real football study centers have been created with specific features. The opening in 1987 of the Sir Norman Chester Centre for Football Research at Leicester University was a decisive step. A generation of sociologists, marked by the work of Norbert Elias, finely analyzes the phenomenon of violence in stadiums (hooliganism). Among them, the works of Eric Dunning, Patrick Murphy or John Williams are reference. Particular attention to the European dimension is analyzed at De Montfort University (Leicester). Despite certain difficulties in being "taken seriously" by journalists and also by academics, "the Beautiful Game" is gradually taking hold in amphitheaters. In 1995, the Football Research Unit was established within the Department of Economic and Social History at Liverpool University under the directorship of Rogan Taylor, major figure in the independent fan movement of the 1980s. The following year, the International Centre for Sports History and Culture at the heart of De Montfort University (Leicester) opened, bringing together eminent historians: Wray Vamplew, Tony Mason, Pierre Lanfranchi, Matthew Taylor… In the early 1990s, university in France took a great interest in foot-

ball. Historians, sociologists, ethnologists, economists use football to understand the transformations of society. Among the most committed to university recognition of football, we find the historian Alfred Wahl, the sociologist Jean-Michel Faure, the ethnologist Christian Bromberger, the economist Jean-François Bourg. In the 2000s, a new generation will continue the work by adding a global dimension and innovative issues. Thus, Paul Dietschy specializes in African football, Yvan Gastaut, Stéphane Mourlane, Didier Rey are interested in the migration issue, Marion Fontaine looks at the links between football and politics at the Racing Club de Lens (former mining town), Claude Boli analyzes football as a museum object in England and France. The launch of the new magazine *Football(s)* edited by Paul Dietschy and supported by the University of Franche-Comté reinforces the weight of university football.

A PLANETARY PASSION

The Game of All Continents

Since the middle of the 19th century, the fervor of football has spread to all continents. Thanks to the British or to personalities who have adopted the English way of life, football penetrates the port cities of Western Europe in Le Havre (France), Naples (Italy), Lisbon (Portugal), and of South America like Rio de Janeiro (Brazil), Buenos Aires (Argentina), Montevideo (Uruguay). European communities (English, French, Belgian) import football to Africa. In Asia, football in its modern form is played in China, especially in Shanghai and other cities. The game is mainly practiced in schools and by students. The World Cup is the most watched event of all major international sporting events. Despite the criticisms (competition date, climatic condition, workers' rights, energy waste), the 2022 World Cup in Qatar broke all the records of previous editions. It attracts nearly 1.5 billion viewers for the Argentina x France final, 550 million viewers for the Qatar x Ecuador opening match and connects nearly six billion people on social networks. The enthusiasm of football is reinforced by its symbolic aspects. Take the case of international recognition of nations. Football is a tremendous echo of visibility. Joining FIFA, the governing body of world football, is one of the first actions of an independent country. FIFA has 211 members while the UN (United Nations) has 193 member states. Football is a reflection of international relations and the voices of emerging powers. The organization of the World Cup in Brazil (2014), Russia (2018), and Qatar (2022) is part of the desire of these countries to take their place in the circle of "powerful nations".

"FIFA HAS 211 MEMBERS WHILE THE UN (UNITED NATIONS) HAS 193 MEMBER STATES. FOOTBALL IS A REFLECTION OF INTERNATIONAL RELATIONS AND THE VOICES OF EMERGING POWERS"

Footballer: Contemporary Icon

The strength of football is based on its ability to raise extraordinary beings, icons. Footballers enter museums because they represent things other than sportsmen. Since the 1930s (acceleration of spectacle sport), footballers have been as much adored as movie stars. Consumer companies have understood very well the interest of getting closer to footballers to sell their product. The most talented players are the guarantors of excellence and exemplary success. In the collective consciousness of the city of Naples, the successes of the Napoli Club (Italian champion in 1987 and 1990, winner of the Italian Cup in 1987 and winner of the European Cup in 1989) are linked to a figure: Argentinian Diego Armando Maradona. A stroll through the city is a true celebration of Argentina's number 10. The portrait of Maradona in working-class neighborhoods evokes street art. Diego is omnipresent and is treated as a "god". The footballer can express a social model. Thus in 1998, when the France team won the World Cup against the formidable Brazilian selection, the national hero was Zinédine Zidane. The two goals scored by Zidane and the victory of the French (first title of world champion) were accompanied by speeches on the richness of the diversity of the French population. Zidane (son of an Algerian immigrant), a native of the Castellane district (Marseille) is worn by the press, politicians, the sporting world as a positive symbol of plural France made up of players whose parents come from the world (Algeria, Argentina, Spain, Senegal, Armenia). The footballer has become an essential media figure. Several people find in the words, the behaviors, the way of life of certain footballers an example to follow. In 2021, Portuguese player Cristiano Ronaldo became the most followed person on Instagram. The striker with multiple records (five *Ballon d'Or*) had more than 400 million subscribers. The new star of world football, Kylian Mbappé does not hesitate to give his opinion on French and international news via social networks (Twitter and Instagram). He intervened in particular after the death of the American George Floyd murdered by the police, supported a 14-year-old boy seriously injured during a police arrest in Bondy, the hometown of Mbappé. More recently, on June 28, 2023,

the new captain of the France team reacted on Twitter to support the family of a young 17-year-old motorist shot dead by a police officer. The voices of footballers are expected and heard. The museums are close to footballers. In 2022, the National Football Museum (based in Manchester) is hosting an exhibition that brings together former Manchester United glory Éric Cantona and local artist Michael Browne. Cantona, football legend, has become the designer of an exhibition that reveals the multiple issues of football (national pride, social ascension, shared passion etc.).

CRUCIBLE OF CULTURES

Verb and Sound: Literature and Music

"What I know most surely about morals and the obligations of men, it is to sport that I owe it, it is to the R.U.A. [Algerian University Racing] that I learned". Thus, we could read in the weekly *France-Football*, the passion for the round ball of Albert Camus, freshly elected Nobel Prize for Literature, in 1957. For centuries, literature and the ball game have teamed up. Allusions to the ball are remarkably present in *Gargantua* by François Rabelais and in *King Lear* by William Shakespeare. Football has enchanted and inspired the greatest feathers in literature: Henry de Montherlant, André Maurois, Blaise Cendrars, and more recently, the Italian Pier Paolo Pasolini, the German Günter Grass, the Uruguayan Eduardo Galeano, the Briton Nick Hornby, the Congolese Alain Mabanckou…

In the mid-1990s, a veritable football literature emerged in England. Fans created so-called Fanzines, forums of expression to discuss various subjects in a funny and sarcastic tone. We will read in these small magazines, at low prices and produced in an artisanal way, the passion for his club, the mockery of the "enemy team", the gentrification of the stands, the love for a player, the songs of provocation for ridicule the opposing teams, an anecdote about a trip to a match abroad… The commercial success of *Fever Pitch* (1992) by Nick Hornby in which he evokes his torments as an Arsenal supporter, to encourage vocations literary. A series of books will follow that will take a realistic or fantasized look at the world of football in England. David Peace is among these new writers who have written poignantly about football, particularly about two legendary coaches: Bill Shankly (Liverpool) and Nigel Clough (Leeds and Nottingham Forrest). Football and the exploits of footballers inspire musicians. The popularity of football can be heard through the songs. In France, the leaders of rap music regularly allude to players who come from their neighborhood. The links between rap and football began in the early 1990s. The Marseille group IAM's adoration for the local Olympique de Marseille team was

expressed through a song entitled *Le Feu* (1993) which took up the chants of the supporters. Several decades later, Marseille rappers stand out with a song that has become cult *En bande organisée* (2020), part of the clip takes place in the Vélodrome stadium. Parisian rappers do not remain silent. Niska sings *Matuidi charo* (2015), the song is dedicated to the formidable midfielder of PSG (Paris Saint-Germain), Blaise Matuidi. Rim'K, a key figure in French rap and a great supporter of the Parisian club, often appears in these clips with the PSG jersey. In Africa, especially in Nigeria, where football is king, music regularly meets football. The references to football are obvious with, for example, *Maradona* (2017) by singer Niniola or *Fall* (2019) by star Davido which evocates Cristiano Ronaldo. In Brazil, the passion for futebol and auriverde (Pelé, Garrincha, Sócrates, Zico) were punctuated by the voices of music legends: João Nogueira (*Samba rubro-negro*, 1979), Jorge Ben (*Camisa10 da Gávea*, 1976), Jackson do Pandeiro (*O Rei Pelé*, 1974), Chico Buarque (*O Futebol*, 1989), Maria Alcina (*Fio Maravilha*, 1972), João Bosco (*Gol anulado*, 1977), Elis Regina (*Meio De Campo*, written by Gilberto Gil in 1973).

Cinema ground

The seventh art enjoys football. The filmmakers have not remained insensitive to the social resonance of football. The first known films are English. *Harry the footballer* (1911) and another fiction *Ball of fortune* (1926) in which appears Billy Meredith, the great Welsh star of Manchester United at the time. The tragic destinies of players are excellently evoked through numerous films and documentaries. Joaquim Pedro de Andrade dwells on the life of Garrincha, the marvelous Brazilian dribbler of the 1960s and a certain vision of football, *Garrincha, alegria do povo* [*Garrincha, Joy of the People*] (1963). The career of Malian footballer Salif Keïta is brought to the screen by Cheik Doukouré, *Le Ballon d'Or* (1994). The weight of football in northern England is remarkably exposed in a moving film by Maria Giese, *When Saturday Comes* (1996). The phenomenon of hooliganism and its repercussions in manifestations of virility are powerfully treated in the films of Lexi Alexander, *Hooligans* (2005), and Nick Love, *The Football factory* (2004). The social ascent of a player who escapes a miserable life thanks to his talent as a footballer is the heart of the trilogy by Danny Cannon, Jaume Collet-Serra and Andrew Morahan, *Goal!* (2005, 2007 and 2009). In the mid-2000s, football gained recognition. The Cannes Film Festival welcomes films that deal with football. Well-known directors contribute to the notoriety of the game. They offer to deliver facets that deviate from the strictly sporting character to address themes that value supporters, female footballers, signs of identification with a club, religion, homosexuality… Emir Kusturica delivers an offbeat Diego Ma-

radona biopic, *Maradona* (2008). Ken Loach features Manchester United icon Éric Cantona in the story of a Red Devils fan, *Looking for Eric* (2009). Real Madrid star Zinédine Zidane is magnified in a stunning film. Directors Philippe Parreno and Douglas Gordon placed seventeen high-definition cameras on the pitch to follow Zidane's every move in the Santiago Bernabéu stadium, *Zidane, a 21st Century Portrait* (2006). The directors delve into the craze of women for the round ball. The fervor of the game is becoming a topical subject that feeds the social dimension of football. Some films have become essential: Gurinder Chadha, *Bend it like Beckham* (2002), Jafar Panahi, *Offside,* 2006. The football match as a way out of religious radicalism is one of the striking scenes in Abderrahmane Sissako's film, *Timbuktu* (2014) who won the César for best director presented by the Académie des Arts et Techniques du Cinéma of France.

Main exhibitions on football in England and France, 1996-2023

Title of exhibition	Cultural institution, Place, Country	Year
Euro 96. Football and European	Pumphouse Museum, Manchester, England	1996
Football et Immigration	Musée national de l'histoire de l'immigration, Paris, France	2010
Les footballeurs africains en France	Musée National du Sport, Paris, France	2010
Goal ! Rendez-vous européen	Musée National du Sport, Nice, France	2016
Football à la limite du hors-jeu	Musée d'Aquitaine, Bordeaux, France	2016
Divinement foot	Musée d'histoire de Lyon, Lyon, France	2016
RC Louvre. Mémoires Sang et Or	Louvre-Lens, Lens, France	2016
Nous sommes foot	Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, Marseille, France	2017
Foot et monde arabe	Institut du monde arabe, Paris, France	2019
Football: Designing the Beautiful Game	The Design Museum, London, England	2022
From Moss Side to Marseille. The art of Michael Browne and Eric Cantona	Museu Nacional do Futebol, Manchester, England	2023
Art of the Terraces	Walker Art Gallery, Liverpool, England	2023

The path for a remarkable entrance of football in museums and other cultural institutions is the work of a group of socially influential people. It is mainly academics, artists, filmmakers, singers and of course players in the world of football (players, managers, supporters) who contribute to the recognition of the "Beautiful Game". The State, particularly in France, has also participated in the promotion of football

through policies for the democratization of museums for a public unaccustomed to visiting these sanctuaries of the dominant culture. The economic reason is not negligible, the museum crisis also explains the desire to attract a new public, and to develop bridges of sensitivity with popular circles. Football and its power of attraction constitutes a formidable call to appeal to all audiences of different social classes and genders. Football now has an essential place in cultural places that are gradually opening up to a universal passion. The world is changing, culture too.

BOLI, Claude. *The King and I: Hanging out in Manchester with Eric Cantona.* London: Simon and Schuster, 2002.

BOLI, Claude; GASTAUT, Yvan; GROGNET, Fabrice (dir.). *Allez la France!: Football et immigration.* Paris: Gallimard, 2010.

BOLZ, Daphné; KRÜGER, Michael (ed.). *A History of Sport in Europe in 100 objects.* Hildesheim: Arête Verlag, 2023.

BREMNER, Jack. *Shit ground no fans.* London: Batam Press, 2004.

COX, Richard; RUSSELL, Dave; VAMPLEY, Wray (ed.). *Encyclopedia of British Football.* London: Frank Cass, 2002.

FOOTBALL (S). HISTOIRE, CULTURE, ÉCONOMIE, SOCIÉTÉ. n. 2, 2023.

GALVIN, Robert. *The Football Hall of Fame* (National Football Museum). London: Robson Books, 2005.

HUNTINGTON-WHITELEY, James (ed.). *The Book of British Sporting Heroes.* London: National Portrait Gallery, 1999.

POLI, Raffaele (dir.). *Hors jeu: Football et société.* Genève: Musée ethnographique de Genève, 2008.

WALVIN, James. *Different time: Growing Up in Post-war England.* York: Algie Books, 2014.

WATSON, Eleanor; BIRD, James (ed.). *Football: Designing the Beautiful Game.* London: Designing Museum Publishing, 2022. p. 5.

FUTEBOL DO SINGULAR AO PLURAL:
as contribuições acadêmicas e as novas experiências do Museu do Futebol

Football from Singular to Plural: The Academic Contributions and New Experiences of the Football Museum

Marcel Diego Tonini[1]

Qualquer pessoa que visita o Museu do Futebol, aficionada ou não pelo esporte, provavelmente espera ver ao longo de sua exposição referências relacionadas a grandes personalidades, instituições e eventos. Imagens de atletas, adereços de clubes e do escrete nacional, bem como vídeos de gols históricos em finais de campeonatos compõem esse imaginário. Talvez esse visitante não se satisfaça em tudo o que pressupõe, mas verá *in loco* um verdadeiro manto sagrado: a camisa 10 com a qual Pelé fez o primeiro gol da Seleção Brasileira na final da Copa do Mundo de 1970, em cuja partida ganhamos o tricampeonato e consagramos nosso "futebol arte".

Desde 2008, contudo, data de fundação dessa instituição museológica, o público que comparece à mostra tem relatado aos orientadores e educadores, em especial, a carência por identidades e práticas futebolísticas outras, as quais não dizem respeito a essa versão hegemônica. Do mesmo modo, inúmeras pessoas procuram o Centro de Referência do Futebol Brasileiro, quer pessoal, quer virtualmente, a fim de que seja resguardada a memória de diferentes expressões e formas de jogar, torcer e vivenciar o futebol. É nítido, pois, um desejo de que o museu seja mais representativo, plural e diverso. Preocupada com isso, a instituição reconhece e valoriza esse diálogo, essencial para a construção de sentidos desse esporte como patrimônio cultural.[2]

1 Pesquisador sênior do Centro de Referência do Futebol Brasileiro | Museu do Futebol. Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo.

Senior researcher at the Brazilian Football Reference Center | Football Museum. P.h.D in Social History from University of São Paulo.

É sobre isso que este artigo irá tratar, dividindo-se em duas partes. Na primeira, apresentarei a conceituação original de "futebóis", o que será seguido pelo aprimoramento de tal noção a partir tanto do desenvolvimento de pesquisas acadêmicas quanto dos anseios vindos de comunidades que compõem o universo futebolístico. Na segunda, revelarei como o Museu do Futebol tem tentado suprir e se renovará para que não apenas atenda às demandas de seu público como também possa promover uma reeducação — ancorada na decolonialidade — e colaborar para que novas perspectivas sejam pensadas e construídas.

DA ELABORAÇÃO AO APRIMORAMENTO DO TERMO "FUTEBÓIS"

O antropólogo Arlei Damo é o responsável por cunhar a noção "futebóis" em meados dos anos 2000. Tendo sido formado em uma disciplina que valoriza exatamente a diversidade e a pluralidade cultural, ele elaborou tal termo como uma "estratégia", conforme suas próprias palavras, para afirmar a existência de uma multiplicidade de futebóis e, ao mesmo tempo, acentuar a distância e as diferenças entre o discurso midiático, voltado unicamente ao profissional, e o acadêmico, em especial o antropológico, o qual reconhecia outras formas de jogar, torcer e experimentar tal fenômeno esportivo (DAMO, 2007, p. 34; 2018, p. 45).

Preocupado em circunscrever minimamente tal variedade observável para em seguida explicitar sobre qual "matriz" sua tese tratava — a saber: a do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores —, Damo elaborou quatro possibilidades na ocasião (DAMO, 2007, p. 39-49). Independentemente de sua modalidade, argumentou que as práticas futebolísticas possuem uma estrutura em comum caracterizada por: duas equipes; objetivos idênticos, porém assimétricos; em uma disputa mediada por um objeto; e um conjunto de regras.

A matriz bricolada é a que admite as mais diversas variações dessa "unidade futebolística", uma vez que não há agências de controle nem códigos estabelecidos. No Brasil, é nomeado de distintas maneiras: pelada, baba, racha, entre outros conforme cada região. "[C]omo sugere a noção de bricolagem", escreveu o referido autor, "joga-se com o que se dispõe, adequando-se as regras e os recursos materiais" (DAMO, 2007, p. 40). Pode ser praticado, assim, em inúmeros terrenos, com muitos objetos fazendo as vezes da bola, e entre times com distintas, e por vezes díspares, composições. Não há tempo de jogo definido nem restrições quanto às técnicas corporais empregadas.

2 Conforme consta no Artigo 216 da Constituição Federal, "Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I — as formas de expressão; II — os modos de criar, fazer e viver; III — as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV — as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V — os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico."

A matriz espetacularizada é o *football association*. Aquele que é organizado e controlado de forma monopolista, globalizada e centralizada pela FIFA. A entidade máxima desse futebol junto com as entidades a ela filiadas e abaixo dela dentro de uma hierarquia posta organizam os campeonatos, regulam a relação entre os clubes e as seleções, e têm o domínio tanto sobre o mercado de profissionais, em especial o de atletas, quanto o dos direitos de imagem, seja em movimento, seja estática. Junto com a *International Board*, a FIFA também exerce o poder sobre as regras do jogo. No futebol de espetáculo, há uma nítida e definida divisão social do trabalho, desde aquelas pessoas que estão dentro do gramado até as que estão fora dele. Inspirado em Toledo (2002), Damo segmentou tais agentes entre: profissionais (jogadores, membros de comissão técnica, árbitros e aqueles que atuam na área da saúde), especialistas (jornalistas, comunicadores e comentaristas), torcedores e dirigentes (políticos, gestores e produtores do próprio espetáculo) (DAMO, 2007, p. 43). É em torno da excelência performática exigida dos praticantes que toda essa institucionalização ganha sentido, e o que fundamenta o valor esportivo, econômico e simbólico agregado a essa modalidade.

A matriz comunitária, por sua vez, está entre a bricolada e a espetacularizada. Se ocorre no tempo de lazer de seus praticantes, de um lado; de outro, se realiza em espaços mais padronizados. Existe uma organização, uma certa divisão social do trabalho e até mesmo uma mídia em seu entorno, mas tudo em uma escala bem menor e precária se comparado ao futebol profissional. Não é sem razão que a esse futebol dá-se o nome de amador ou de várzea.

A matriz escolarizada, por fim, é exatamente aquele futebol praticado nas escolas e "integrado aos conteúdos da educação física, como parte das disciplinas legalmente constituídas" (DAMO, 2007, p. 47). Vinculado a uma matéria, sua preocupação não diz respeito apenas ao domínio de determinadas técnicas corporais, sensibilidades estéticas ou controles e descontroles emocionais, mas também a uma educação e, por que não, moralização. Com o advento das escolinhas de futebol, esse processo tem se asseverado.

A partir da publicação de sua tese de doutorado no ano de 2007, o conceito de futebóis elaborado por Damo passou rapidamente a ser mais e mais citado, utilizado e refletido em trabalhos de pesquisadores das mais variadas áreas das Ciências Humanas. Após uma fase de consolidação, de fins da década de 1970 até meados de 2000, o próprio desenvolvimento do campo dos estudos esportivos possibilitou novos objetos, métodos, fontes de pesquisa. Nesse caminhar, a noção, que em sua origem tinha um sentido estritamente epistemológico, passou a ser empregada também de forma política.

É desse modo que inúmeros pesquisadores têm colaborado para o alargamento do conceito futebóis. E o fazem de maneira orgânica ao se debruçar cada qual em seu objeto/sujeito de pesquisa. Isso não quer dizer, por óbvio, que estudiosas e estudiosos anteriores já não tivessem desenvolvido investigações acerca dessa diversidade de formas de jogar, viver, resistir. Eram vozes isoladas que ganharam ainda mais relevância e corpo com o surgimento de estudos mais recentes.

Sem dúvidas, o futebol de mulheres é aquele que mais se fortaleceu, se propagou, se potencializou. Em pouco tempo, passamos a conhecer e reconhecer sua história peculiar: o período da proibição (1941-1979) (SILVA, G., 2015), a fase anterior à interdição (BONFIM, 2023), a etapa que seguiu a regulamentação (1983) (MORAES, 2014), a formação da Seleção Brasileira (1988) e suas personagens (GOELLNER; CABRAL, 2022), a circulação de profissionais dentro e fora do país (ALMEIDA, 2018), assim como sua prática amadora (PISANI, 2018). Contribuições advindas de estudos relacionados a corpo, gênero e sexualidade — do mesmo modo que os étnico-raciais, corolários dos movimentos revolucionários dos anos 1960 — são, também, evidentes e essenciais nesse processo.

Cena de jogo durante 3º Maior Festival Feminino de Várzea do Mundo. Imagem: frame de vídeo captado por Lucas Rangel.

Scene from the game during the 3rd World's Largest Women's Amateur Football Festival. Image: frame of video recorded by Lucas Rangel

Ao ampliar o olhar para outros praticantes e grupos sociais do futebol, chegamos também a pessoas com deficiência, membros da comunidade LGBTQIAPN+, indígenas, negros. Suas expressões futebolísticas materializam-se de distintos modos. Podem se tratar, por exemplo, de Jogos Paralímpicos em geral (CAMARGO, 2016) ou de Futebol de Cinco em particular (MORATO *et al.*, 2011); de Gay Games (CAMARGO, 2020) ou de narrativas sobre partidas entre amigos transmasculinos (GONZALES, 2022); de Jogos dos Povos Indígenas (SANETO, 2012) ou de relato a respeito de um museu do futebol em um quilombo-indígena no sertão de Pernambuco (SÁ; SERRADELA; LÉO NETO, 2016); do único time negro em ligas oficiais paulistanas dos primórdios (PIZZOL *et al.*, 2022) ou de congêneres na periferia da mesma cidade nos anos 1980 (SILVA, R., 2022). Podem, ainda, se referir às "rainhas do Peladão" na metrópole manauara (CHIQUETTO, 2014), às mulheres do futebol de várzea paulistano (SANTOS; BONFIM; SPAGGIARI, 2022), aos africanos e orientais na Copa dos Refugiados e Imigrantes (FREITAS, 2023).

Com esses últimos exemplos, talvez tenha ficado mais fácil perceber quão difícil é "definir" — classificar, certamente, seria um verbo mais apropriado — uma dada prática futebolística. São nítidos os fluxos ou mesmo as imbricações entre esses circuitos. Antes do que formular uma proposição ou colocar dentro de uma já elaborada — possivelmente, limitada e inadequada —, seja entendê-la como algo simplesmente diferente, mas igualmente significativa para seus sujeitos, tão absorvente e legítima quanto a do futebol espetacularizado praticado por homens.

É exatamente por essa razão que Damo, revisitando mais de uma década depois a própria formulação, admite que faria alguns ajustes à classificação que passou a impressão de ser ortodoxa. Pesquisador, orientador e partícipe dessa atual produção de estudos sobre futebóis, Damo substituiria "matriz" por "circuito", haja vista que este termo em detrimento daquele sugere a ideia de fluxo entre as diversas práticas (DAMO, 2018, p. 49). Além disso, agregaria outros circuitos, exatamente com aquelas personagens citadas anteriormente. Ao sugerir o aumento do número de futebóis, o antropólogo argumenta:

> Se isto parece razoável, então poderíamos pensar num oitavo circuito ou numa quantidade indefinida, pois a ideia, agora mais amadurecida, não sugere um confinamento da diversidade em um número limitado de categorias, mas de agrupamentos não ortodoxos que permitam, de um lado, apreender a diversidade, e de outro evitar a generalidade, forjando-se conexões teóricas apropriadas aos e entre os diferentes circuitos. (DAMO, 2018, p. 50).

DAS NOVAS EXPERIÊNCIAS DO MUSEU DO FUTEBOL

Em 2014, quando o Brasil sediou a Copa do Mundo de Futebol Masculino e o Museu do Futebol completou seis anos de existência, dois livros foram publicados acerca dessa instituição museológica: *Museu do Futebol* e outro homônimo, mas com o subtítulo *um museu-experiência* (MUSEU..., 2014; KAZ, 2014). Em ambos, enaltece-se a instituição sediada no Estádio do Pacaembu, desde a idealização do projeto, passando pelas obras e pela descrição de sua exposição de longa duração até as ações de seus vários núcleos. Um breve olhar sobre os textos de tais publicações permitirá notar que a palavra "futebol" é tratada como sinônimo de seu circuito espetacularizado praticado por homens. Em nenhum momento, outras práticas futebolísticas são mencionadas.

É verdade que muitos são os elogios publicados de figuras e jornais ilustres nessas obras. Não era para menos, seja por suas soluções e escolhas museográficas, expográficas e de conteúdo. Há que se considerar, ainda, o fato de ser este um museu de grande porte sobre futebol em um país em que tal prática cultural foi eleita e construída enquanto uma de nossas identidades nacionais. Ainda assim, alguns visitantes e pesquisadores passaram a questionar a ausência de referências relacionadas a outros futebóis, e a própria narrativa curatorial, notadamente ancorada em uma matriz freyreana de pensar a formação social do Brasil, para o qual o futebol desempenhou um papel para afirmá-lo enquanto uma democracia racial (MORAES, 2009; TONINI, 2010)[3].

A despeito disso, com a inauguração do museu e a formação de suas equipes de trabalho, houve uma preocupação constante em promover ações e debates que pudessem discutir e repensar tal fenômeno. Talvez o principal deles seja o Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol (SIEF), evento organizado a cada quatro anos — sempre em anos de Copa do Mundo de Futebol Masculino, diga-se —, desde 2010, em parceria com o Ludens, núcleo de pesquisa da Universidade de São Paulo. É quando pesquisadores de vários países e de todas as regiões do Brasil se juntam para expor, trocar e avançar na compreensão sobre esse esporte, para além, é claro, de eventos restritos à comunidade acadêmica e em suas distintas áreas do conhecimento. Ao longo de suas quatro edições, é nítido o aumento de trabalhos que abordam outros circuitos futebolísticos[4].

Esses encontros e ações promovidas pelo Museu do Futebol contribuíram para a reunião de pesquisadores que questionaram a ausência do futebol de mulheres no percurso da mostra principal da instituição. Em 2015, ano de Copa do Mundo de Futebol Feminino, a instituição inseriu tal problemática em sua pauta e promoveu, assim, o projeto *Visibilidade para o Futebol Feminino*, o qual buscou tornar mais

3 Ao longo das décadas de 1930 e 1940, a obra de Gilberto Freyre possibilitou uma visão original sobre a formação do Brasil, positivando algo que durante décadas era visto como motivo de "degeneração" e da inviabilidade do país enquanto nação: a mestiçagem racial e a miscigenação cultural. Em contraposição aos Estados Unidos, a hibridez da sociedade brasileira seria responsável pela ausência de discriminação racial. A "democracia racial" estaria expressa sobretudo nos campos de futebol, onde jogadores negros e mestiços tinham não apenas oportunidades, mas eram tidos como ídolos nacionais, tais como Leônidas da Silva e Domingos da Guia, prova cabal da inexistência do racismo no Brasil. Em contraste ao estilo europeu, o "*football* mulato", conforme denominou, seria nossa maneira autêntica de jogar o esporte bretão, capaz de ressaltar o valor do país frente ao mundo.

4 Para maiores informações, acessar: https://museudofutebol.org.br/crfb/banco-de-dados/. Disponível em 04 ago. 2023.

conhecida a história daquelas que lutaram pelo direito de jogar bola[5]. Para tanto, deu-se início à pesquisa de fontes, à construção de uma rede e à coleta de acervos pessoais de suas protagonistas: atletas, treinadoras, árbitras e jornalistas. Com isso em mãos, houve uma inserção de conteúdo relacionado a essa temática em toda a exposição de longa duração, da Sala Grande Área à Jogo de Corpo.

Nesse processo, a constituição do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), iniciada em 2011 e concluída dois anos depois, foi fundamental. Trata-se do setor do Museu do Futebol responsável por pesquisar, documentar "as diferentes expressões do futebol no Brasil", conforme consta na página da instituição, e gerir o maior acervo público (museológico, bibliográfico e midiateca) sobre futebol brasileiro[6]. Por meio de sua equipe, estabelece parcerias, promove pesquisas, documenta registros, digitaliza acervos e disponibiliza fontes.

Somando suas ações às de outras equipes, o CRFB tem tornado o museu um lugar de preservação, produção e divulgação de conhecimento sobre futebóis. No que se refere ao circuito de mulheres, em especial, transformou-se em ponto de encontro e lugar de resistência, empoderamento e memória. Colocou-se, pois, como protagonista de um movimento maior, sobretudo no que toca à transposição de um conhecimento antes restrito a um pequeno grupo para o grande público.

Não sem razão, das 19 exposições temporárias já realizadas, quatro são especificamente sobre as mulheres do futebol — não que em outras elas não tenham estado presentes ou composto ao menos um dos módulos expositivos de 2015 em diante[7]. Das 11 exposições itinerantes, duas são sobre a temática[8]. Das 21 exposições virtuais na plataforma *Google Arts & Culture*, oito tratam desse assunto[9]. Além disso, mais de 20 eventos da programação cultural estão relacionados à questão; elaborou-se o Audioguia Mulheres do Futebol[10] em 2021; realizou-se o Edital de Jovens Pesquisadoras(es)[11] acerca dessa temática; incorporou-se até o momento 6.904 itens iconográficos ao acervo; entre tantas outras ações.

5 Para maiores informações, acessar: https://artsandculture.google.com/story/7wWxL29yfLwzIQ?hl=pt-br. Disponível em 04 ago. 2023.

6 Para maiores informações, acessar: https://museudofutebol.org.br/crfb/. Disponível em 04 ago. 2023.

7 A saber: *As Donas da Bola* (2015), *CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol* (2019), *Museu do Impedimento* (2020) e *Rainhas de Copas* (2023).

8 Nomeadamente: *CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol* em Araraquara (2023) e São José dos Campos (2023).

9 São elas: *Visibilidade para o Futebol Feminino* (2015), *Mulheres, desobediência e resiliência* (2019), *A "Michael Jackson": Os primeiros chutes* (2019), *A "Michael Jackson": "livre" para jogar* (2019), *A "Michael Jackson": Seleção Brasileira e Europa* (2019), *A "Michael Jackson": O legado* (2019), *Lea Campos, a primeira árbitra* (2019), *Primeiro mundial de mulheres na China* (2023). Para maiores informações, acessar: https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol?hl=pt-br. Disponível em 04 ago. 2023.

10 É um sistema eletrônico e digital que pode ser utilizado durante uma visita ao Museu do Futebol, como uma segunda camada de conteúdo que contextualiza a história do futebol de mulheres junto com o que o visitante vê em cada sala. Também está disponível gratuitamente e pode ser ouvido em qualquer lugar do mundo pelas principais plataformas de *streaming*. Para contar essas narrativas pouco conhecidas, a cantora e compositora Leci Brandão nos brinda com sua voz.

11 Em 2022, o Museu do Futebol abriu um edital que selecionou duas jovens pesquisadoras para se debruçarem sobre o acervo da instituição a respeito das mulheres do futebol. Ao longo de oito meses, elas receberam uma bolsa a fim de aprofundar o conhecimento acerca de personagens que atuaram fosse na modalidade feminina, fosse na masculina, e ajudaram a construir individual e coletivamente essa história.

“NO QUE SE REFERE AO CIRCUITO DE MULHERES, EM ESPECIAL, O CRFB TRANSFORMOU-SE EM PONTO DE ENCONTRO E LUGAR DE RESISTÊNCIA, EMPODERAMENTO E MEMÓRIA.”

Com o olhar cada vez mais voltado a outros circuitos futebolísticos, e diante de relações estabelecidas pelo Museu do Futebol, seja nos SIEFs, seja em outros debates, houve a promoção de atividades cujos temas abordaram a diversidade. Sete eventos foram realizados a respeito: Pelo Direito de Torcer (2016), Violências Indizíveis (2017), Esportes nos Grupos LGBT+ (2017), Festival Ocupa Pacaembu (2017), Futebóis: Pluralidade e Representatividade (2019), *True Colors Cup* (2019) e o 3º SIEF (2018), quando houve um salto na atenção dada à questão, haja vista a escolha do subtítulo do evento — *Políticas, Diversidades e Intolerâncias* — e a criação de dois eixos temáticos exclusivos — *Gênero e Diversidade* e *Tensões e Intolerâncias*.

Nesse contexto de mudança de perspectiva para a observação do fenômeno futebolístico a partir de sua pluralidade de práticas, idealizou-se e desenvolveu-se o projeto de pesquisa *Diversidade em Campo: Futebol LGBTQIAP+*. Transcorrido entre 2020 e 2022, seu objetivo foi mapear e referenciar personalidades, instituições e eventos ligados a esse circuito. Se não era possível fazer etnografia, a solução metodológica encontrada para o desafio imposto pela pandemia da Covid-19 foi a adoção da história oral, permitindo, assim, o registro de 21 entrevistas virtuais com jogadores e dirigentes de equipes. A partir delas, houve o mapeamento de 86 times de todas as regiões do país, 13 campeonatos e duas entidades organizadoras, bem como o compartilhamento de mais de 400 fotografias, as quais compõem atualmente 18 coleções do acervo do Museu do Futebol. A fim de celebrar esse importante passo dado pela instituição acerca do “futebol inclusivo”, forma como a maioria dos entrevistados nomeou a modalidade, organizou-se a publicação do *e-book Corpos e Campos plurais: a diversidade no futebol*, em 2022.

Grande parte dos avanços da instituição museológica no que se refere ao futebol praticado por pessoas com deficiência deve-se às ações de seu Núcleo Educativo. Desde 2010, realiza-se o projeto Deficiente Residente, cujo objetivo é promover a convivência da equipe com as diversas deficiências (visual, intelectual, auditiva, física, entre outras) do público visitante, aprimorando atendimento, materiais e recursos acessíveis disponíveis no museu. Em 2019, por exemplo, o residente que

trabalhou temporariamente foi Alex Firmino, jogador de futebol de amputados que chegou à Copa do Mundo da modalidade. A partir dessa experiência foram elaborados, entre outros, quatro volumes do *Museu do Futebol Para Todos* e Futebol de Botão Adaptado[12]. Outras atividades de acessibilidade premiadas foram o Museu Amigo do Idoso e Revivendo Memórias, os quais, respectivamente, buscavam promover transformações pessoais, sociais e de inclusão a partir do convívio e da troca de experiências, e atender idosos com ou sem doença de Alzheimer para ativação de memórias coletivas por meio do acervo da instituição[13].

12 Para maiores informações, acessar: https://museudofutebol.org.br/educativo/. Disponível em 04 ago. 2023.

13 Para maiores informações, acessar: https://museudofutebol.org.br/acessibilidade/. Disponível em 04 ago. 2023.

"O FUTEBOL DE VÁRZEA TEM SUSCITADO INÚMERAS INCURSÕES NO CAMPO, SOBRETUDO NA CIDADE DE SÃO PAULO, POSSIBILITANDO O MAPEAMENTO DE PERSONALIDADES, INSTITUIÇÕES E EVENTOS"

Sem estender demasiadamente esta exposição, cito brevemente ações relacionadas a outros circuitos. Sobre protagonismo negro, ganha destaque a exposição temporária *Tempo de Reação — 100 anos do goleiro Barbosa*, de junho de 2021 a janeiro de 2022, quando, mais do que homenagear arqueiros e o centenário de Moacyr Barbosa, propôs-se a refletir sobre racismo e a valorizar a importância do antirracismo. Acerca do futebol indígena, acompanhou-se *in loco* a primeira edição dos Jogos Mundiais dos Povos Indígenas, 2015, sediado em Palmas/TO, permitindo relacionamentos pessoais e institucionais, bem como registros etnográficos e documentais (fotos e vídeos), os quais possibilitaram outras intervenções expográficas e ações na programação cultural. Por fim, no tocante ao futebol de várzea, cabe dizer que desde a implementação do CRFB esse é um circuito que tem suscitado inúmeras incursões no campo, sobretudo, claro, na cidade de São Paulo, possibilitando o mapeamento e o referenciamento de um sem-número de personalidades, instituições e eventos relacionados, do 39º Encontro Entre Amigos Preto X Branco à terceira edição do Maior Festival Feminino de Várzea do Mundo.

Para além de compreender o futebol como um elemento central da cultura brasileira, o Museu do Futebol cada vez mais tem levado em consideração as diferentes possibilidades de praticar, vivenciar, significar e representar esse fenômeno cultural complexo, dinâmico e multifacetado. Diversidade, aliás, está sendo um

eixo norteador no processo de renovação de sua exposição de longa duração, ação a ser finalizada em 2024. Trata-se não apenas de práticas, mas também de atores, corpos, paisagens, contextos. A partir das experiências acumuladas ao longo dos últimos dez anos da instituição, pretende-se apresentar uma mostra atual e plural, em cujo espaço outros futebóis serão reconhecidos e legitimados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se cultura deve ser compreendida no plural, por que futebol haveria de ser no singular? A reflexão aqui proposta em nenhum momento quis desqualificar ou retirar a relevância cultural do futebol espetacularizado praticado por homens. Longe disso. A arguição elaborada teve o intuito de colocar em perspectiva esse esporte e (re)pensá-lo por outro prisma, considerando formas de praticá-lo, vivenciá-lo e (res)significá-lo que podem ser denominadas como dissonantes, transgressoras e insurgentes. No limite, todos os futebóis compõem um único e mesmo fenômeno. As ações do Museu do Futebol visam exatamente fazer com que seus diversos circuitos sejam reconhecidos e legitimados. Se a instituição conseguir atender aos anseios de seu público e fazer com que seus visitantes se sintam mais identificados e pertencidos, então prestará um serviço mais qualificado e cumprirá parte de sua responsabilidade social, cultural, intelectual e política.

Referências bibliográfias na página 147.

Anyone who visits the Football Museum, whether a fan of the sport or not, probably expects to see references throughout its exhibition related to great personalities, institutions and events. Images of athletes, club and national team props, as well as videos of historic goals in championship finals make up this imagery. Perhaps this visitor won't be satisfied with everything he assumes, but he will see a real sacred mantle in situ: the number 10 shirt with which Pelé scored the first goal for the Brazilian national team in the 1970 World Cup final, in which match we won the treble and consecrated our "football as art".

Since 2008, however, when the museum was founded, the audience who come to the exhibition have told the visitor assistants and educators, in particular, that there is a need for other football identities and practices, which do not relate to this hegemonic version. Likewise, countless people come to the Brazilian Football Reference Center, either in person or virtually, in order to preserve the memory of different expressions and ways of playing, cheering and experiencing football. There is a clear desire for the museum to be more representative, plural and diverse. Concerned about this, the institution recognizes and values this dialogue, which is essential for the construction of meanings of this sport as cultural heritage[2].

That's what this article is going to cover, in two parts. In the first, I will present the original conceptualization of "*futebóis*" ["*footballs*"], which will be followed by the refinement of this notion based on both the development of academic research and the desires of the communities that make up the football universe. In the second, I will reveal how the Football Museum has tried to meet and will renew itself so that it not only meets the demands of its audience, but can also promote a re-education — anchored in a detachment from colony — and collaborate so that new perspectives can be thought of and built.

FROM DRAFTING TO IMPROVING THE TERM "*FUTEBÓIS*" ["FOOTBALLS"]

The anthropologist Arlei Damo is responsible for creating the term "*futebóis*" in the mid-2000s. Having been trained in a discipline that values diversity and cultural plurality, he developed this term as a "strategy", in his own words, to affirm the existence of a multiplicity of footballs and, at the same time, to emphasize the distance and differences between the media discourse, focused solely on the professional, and the academic discourse, especially the anthropological one, which recognized other ways of playing, cheering and experiencing this sporting phenomenon (DAMO, 2007, p. 34; 2018, p. 45).

2 As stated in Article 216 of the Federal Constitution, "Brazil's cultural heritage is made up of material and immaterial assets, taken individually or as a whole, which bear reference to the identity, action and memory of the different groups that make up Brazilian society, including: I — forms of expression; II — ways of creating, doing and living; III — scientific, artistic and technological creations; IV — works, objects, documents, buildings and other spaces intended for artistic and cultural manifestations; V — urban ensembles and sites of historical, landscape, artistic, archaeological, paleontological, ecological and scientific value."

“COUNTLESS RESEARCHERS HAVE COLLABORATED TO BROADEN THE CONCEPT OF FOOTBALL. AND THEY DO SO ORGANICALLY, EACH FOCUSING ON THEIR OWN RESEARCH OBJECT/SUBJECT.

Concerned with minimally circumscribing this observable variety in order to then explain which “matrix” his thesis dealt with — namely, that of spectacle football based on the training of players — Damo came up with four possibilities at the time (DAMO, 2007, p. 39-49). Regardless of their modality, he argued that football practices have a common structure characterized by: two teams; identical but asymmetrical objectives; in a dispute mediated by an object; and a set of rules.

The bricolage matrix is the one that admits the most diverse variations of this “football unit”, since there are no control agencies or established codes. In Brazil, it is called in different ways: *pelada, baba, racha*, and so on, depending on the region. “As the concept of bricolage suggests,” wrote the author, “you play with what you have, adapting the rules and material resources” (DAMO, 2007, p. 40). It can thus be played on countless terrains, with many objects playing the role of the ball, and between teams with different, and sometimes disparate, compositions. There is no set playing time and no restrictions on the body techniques used.

The spectacle matrix is the *football association*. One that is organized and controlled in a monopolistic, globalized and centralized manner by FIFA. Football’s governing body, together with the entities affiliated to it and below it in a hierarchy, organizes the championships, regulates the relationship between clubs and national teams, and has control over both the professional market, especially that of athletes, and image rights, whether moving or static. Along with the International Board, FIFA also exercises power over the rules of the game. In spectacle football, there is a clear and defined social division of labor, from those on the pitch to those off it. Inspired by Toledo (2002), Damo segments these agents into: professionals (players, members of the coaching staff, referees and those working in the health sector), specialists (journalists, communicators and commentators), supporters and managers (politicians, managers and producers of the show itself). (DAMO, 2007, p. 43). It is around the performance excellence demanded of practitioners that all this institutionalization makes sense, and which underpins the sporting, economic and symbolic value added to this sport.

The community matrix, on the other hand, is between the bricolage and turning it into a spectacle. If it takes place in the leisure time of its practitioners, on the one hand, on the other, it takes place in more standardized spaces. There is an organization, a certain social division of labor and even a media around it, but all on a much smaller and precarious scale compared to professional football. It's not without reason that this football is called amateur or "*várzea*".

The school-based matrix, finally, is exactly that football practiced in schools and "integrated into the contents of physical education, as part of the legally constituted disciplines" (DAMO, 2007, p. 47). Linked to a subject, its concern is not only with the mastery of certain body techniques, aesthetic sensibilities or emotional control and lack of control, but also with education and, why not, moralization. With the advent of football academies, this process has become more established.

Since the publication of his doctoral thesis in 2007, Damo's concept of footballs has quickly become more and more cited, used and reflected in the work of researchers from the most varied areas of the Human Sciences. After a phase of consolidation, from the late 1970s to the mid-2000s, the very development of the field of sports studies made possible new objects, methods and sources of research. In this way, the notion, which in its origins had a strictly epistemological meaning, came to be used in a political way as well.

It is in this way that countless researchers have collaborated to broaden the concept of footballs. And they do so organically, each focusing on their own research object/subject. This does not mean, of course, that previous scholars had not already carried out research into this diversity of ways of playing, living and resisting. They were isolated voices that have gained even more relevance and body with the emergence of more recent studies.

Without a doubt, women's football is the one that has grown stronger, spread more and more. Before long, we came to know and recognize its peculiar history: the period of prohibition (1941-1979) (SILVA, G., 2015), the phase before the ban (BONFIM, 2023), the stage that followed the regulation (1983) (MORAES, 2014), the formation of Brazilian National Team (1988) and the players (GOELLNER; CABRAL, 2022), the movement of professionals in and out of the country (ALMEIDA, 2018), as well as their amateur practice (PISANI, 2018). Contributions from studies related to the body, gender and sexuality — as well as ethnic-racial studies, corollaries of the revolutionary movements of the 1960s — are also evident and essential in this process.

By broadening our gaze to other football practitioners and social groups, we also arrive at people with disabilities, members of the LGBTQIAPN+ community, indigenous people, black people. Their football related expressions materialize in

different ways. This could be, for example, the Paralympic Games in general (CAMARGO, 2016) or Five-a-side Football in particular (MORATO *et al.*, 2011); Gay Games (CAMARGO, 2020) or narratives about matches between transmasculine friends (GONZALES, 2022); of Indigenous People's Games (SANETO, 2012) or a report on a football museum in an indigenous quilombo in the backlands of Pernambuco. (SÁ; SERRADELA; LÉO NETO, 2016); of the only black team in official São Paulo leagues in the early days (PIZZOL *et al.*, 2022) or similar ones on the outskirts of the same city in the 1980s (SILVA, R., 2022). They can also refer to the "queens of *Peladão*" in the metropolis of Manaus (CHIQUETTO, 2014), to the women of São Paulo street football (SANTOS; BONFIM; SPAGGIARI, 2022), Africans and Orientals at the Refugee and Immigrant Cup (FREITAS, 2023).

With these last few examples, it may have become easier to understand how difficult it is to "define" — to classify would certainly be a more appropriate verb — a given football practice. The flows or even imbrications between these circuits are clear. Rather than formulating a proposition or placing it within an already elaborated one — possibly limited and inadequate — let's understand it as something simply different, but equally meaningful to its subjects, as absorbing and legitimate as that of football as a spectacle played by men.

It is precisely for this reason that Damo, revisiting his own formulation more than a decade later, admits that he would make some adjustments to the classification that has given the impression of being orthodox. A researcher, advisor and participant in the current production of studies on football, Damo would replace "matrix" with "circuit", since this term, rather than the former, suggests the idea of flow between the various practices (DAMO, 2018, p. 49). It would also add other circuits, with exactly those characters mentioned above. By suggesting an increase in the number of *futebóis*, the anthropologist argues:

> If this seems reasonable, then we could think of an eighth circuit or an indefinite quantity, because the idea, now more mature, does not suggest confining diversity in a limited number of categories, but rather unorthodox groupings that allow diversity to be grasped on one hand and generality to be avoided on the other, forging appropriate theoretical connections to and between the different circuits. (DAMO, 2018, p. 50).

FROM NEW EXPERIENCES OF THE FOOTBALL MUSEUM

In 2014, when Brazil hosted the Men's World Cup and the Football Museum celebrated its sixth anniversary, two books were published about this museum institution: *Football Museum* and another with the same name, but with the subtitle *a museum-experience* (MUSEU..., 2014; KAZ, 2014). In both, the institution based in the Pacaembu Stadium is praised, from the conception of the project, through the works and the description of its long-term exhibition to the actions of its various centers. A brief glance at the texts of these publications will show that the word "football" is treated as a synonym for its spectacle circuit practiced by men. At no point are other football practices mentioned.

It's true that many illustrious figures and newspapers have published praise in these works. It was no wonder, both for its museographic, expographic and content solutions and choices. There is also the fact that this is a large museum about football in a country where this cultural practice has been chosen and constructed as one of our national identities. Even so, some visitors and researchers began to question the absence of references to other football leagues, and the curatorial narrative itself, notably anchored in a Freyre's matrix of thinking about the social formation of Brazil, for which football played a role in affirming it as a racial democracy (MORAES, 2009; TONINI, 2010)[3].

3 Throughout the 1930s and 1940s, Gilberto Freyre's work provided an original view of the formation of Brazil, giving a positive nuance to something that for decades had been seen as a reason for "degeneration" and the country's hurdle as a nation: racial and cultural miscegenation. In contrast to the United States, the Brazilian hybrid society is responsible for the absence of racial discrimination. The "racial democracy" was expressed above all on the football fields, where black and mixed-race players not only had opportunities, but were considered national idols, such as Leônidas da Silva and Domingos da Guia, ample proof that racism did not exist in Brazil. In contrast to the European style, "mulatto football", as he called it, would be our authentic way of playing Breton sport, capable of highlighting the country's value to the world.

Figura 2 — Evento Ocupa Pacaembu, realizado na Praça Charles Miller, em 2017. Foto: Cassimano

Occupy Pacaembu event, held at Praça Charles Miller, in 2017. Photo: Cassimano

Despite this, with the inauguration of the museum and the formation of its work teams, there was a constant concern to promote actions and debates that could discuss and rethink this phenomenon. Perhaps the main one is *Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol* (SIEF — International Symposium on Football Studies), The event has been organized every four years — always in the year of the Men's World Cup, by the way — since 2010, in partnership with Ludens, a research center at the University of São Paulo. It is an event where researchers from various countries and all regions of Brazil come together to exhibit, exchange and advance understanding of this sport, in addition, of course, to events restricted to the academic community and its different areas of knowledge. Throughout its four editions, there has clearly been an increase in the number of studies dealing with other football circuits[4].

These meetings and actions promoted by the Football Museum helped to bring together researchers who questioned the absence of women's football in the main exhibition of the institution. In 2015, year of the Women's World Cup, the institution put this issue on its agenda and promoted, thus, the *Visibilidade para o Futebol Feminino* [*Visibility for Women's Football*] project, which sought to make the story of those who fought for the right to play ball better known[5]. In order to do this, we began researching sources, building a network and collecting the personal collections of its protagonists: athletes, coaches, referees and journalists. With this in hand, content related to this theme was inserted into the entire long-term exhibition, from *Sala Grande Área* to *Jogo de Corpo*.

In this process, the creation of the Brazilian Football Reference Center (CRFB), which began in 2011 and was completed two years later, was fundamental. This is the sector of the Football Museum responsible for researching and documenting "the different expressions of football in Brazil", as stated on the institution's website, and managing the largest public collection (museological, bibliographical and media library) on Brazilian football[6]. Through its team, it establishes partnerships, promotes research, documents records, digitizes collections and makes sources available.

By adding its actions to those of other teams, CRFB has made the museum a place for preserving, producing and disseminating knowledge about football. Regarding to the women's circuit in particular, it has become a meeting point and a place of resistance, empowerment and memory. It has therefore placed itself as the protagonist of a larger movement, especially when it comes to transferring knowledge that was previously restricted to a small group to the overall audience.

Not without reason, of the 19 temporary exhibitions already held, four are specifically about women in football — not that in others they weren't present or

4 For more information, visit: https://museudofutebol.org.br/crfb/banco-de-dados/. Available on Aug 4. 2023.

5 For more information, visit: https://artsandculture.google.com/story/7wWxL29yfLwzlQ?hl=pt-br. Available on Aug 4. 2023.

6 For more information, visit: https://museudofutebol.org.br/crfb/. Available on Aug 4. 2023.

made up at least one of the exhibition modules from 2015 onwards[7]. Of the 11 traveling exhibitions, two are on the theme of [8]. Of the 21 virtual exhibitions on Google Arts & Culture platform, eight are related to this subject[9]. In addition, more than 20 events in the cultural program are related to the issue; the *Audioguia Mulheres do Futebol*[10] [Women in Football Audio Guide] in 2021; the Public Notice for Young Researcher(s)[11] on this subject; 6,904 iconographic items have been incorporated so far, to the archive; among many other actions.

With an eye increasingly turned to other football circuits, and in view of the relationships established by the Football Museum, whether in the SIEFs or in other debates, there was the promotion of activities whose themes dealt with diversity. Seven events were held in this regard: *Pelo Direito de Torcer* [*The Right to Cheer* — 2016], *Violências Indizíveis* [*Unspeakeple Violences* — 2017], *Esportes nos Grupos* LGBT+ [*Sports in LGBT+ Groups* — 2017], *Festival Ocupa Pacaembu* [*Occupy Pacaembu Festival* — 2017], *Futebóis: Pluralidade e Representatividade* [*Footballs: Plurality and Representativity* — 2019], True Colors Cup (2019) and 3rd SIEF (2018), when there was a leap in the attention given to the issue, given the choice of subtitle for the event — *Políticas, Diversidades e Intolerâncias* [*Policies, Diversity and Intolerance*] — and the creation of two exclusive thematic axes — *Gênero e Diversidade* [*Gender and Diversity*] and *Tensões e Intolerâncias* [*Tensions and Intolerance*].

In this context of a change in perspective towards observing the football phenomenon from its plurality of practices, the research project was conceived and developed *Diversidade em Campo: Futebol LGBTQIAP+* [*Diversity in the Field: LGBTQIAP+ Football*]. Taking place between 2020 and 2022, its aim was to map and reference personalities, institutions and events linked to this circuit. If it wasn't possible to do ethnography, the methodological solution found to the challenge posed by the Covid-19 pandemic was to adopt oral history, thus allowing 21 virtual interviews with players and team managers to be recorded. From these, 86 teams from all regions of the country were mapped, 13 championships and two organizing entities, as well as the sharing of more than 400 photographs, which currently make up 18 collections in the Football Museum's collection. In order to celebrate this important step taken by the institution with regard to "inclusive football", as the majority of the interviewees called the sport, the following publication was organized *e-book Corpos e Campos plurais: a diversidade no futebol* [*Plural Bodies and Fields: Diversity in Football*], in 2022.

Much of the museum's progress with regard to football played by people with disabilities is due to the actions of its Education department. Since 2010, the Resident Disabled project has been running, with the aim of helping the team to get to know the various disabilities (visual, intellectual, auditory, physical, among others) of the

7 Such as: *The Owners of the Ball* (2015), *COUNTERATTACK! The Women of Football* (2019), *The Offside Museum* (2020) and *Queens of Hearts* (2023).

8 Namely: *COUNTERATTACK! The Women of Football* (2019) in Araraquara (2023) and São José dos Campos (2023).

9 Such as: *Visibility for Women's Football* (2015), *Women, Desobedience and Resilience* (2019), *The "Michael Jackson": The First Kicks* (2019), *The "Michael Jackson": "free" to play* (2019), *The "Michael Jackson": The National Team* (2019), *The Michael Jackson: The Legacy* (2019); *Lea Campos, the first referee* (2019), *First Women's World Cup in China* (2023). For more information, visit: https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol?hl=pt-br. Available on Aug 4. 2023.

10 It is an electronic and digital system that can be used during a visit to the Football Museum, as a second layer of content that provides the background history of women's football along with what the visitor sees in each room. It is also available for free and can be listened to anywhere in the world on the main streaming platforms. To tell these little-known stories, singer-songwriter Leci Brandão brings us her voice.

11 In 2022, the Football Museum issued a call for proposals to select two young researchers to study the institution's collection on women in football. Over the course of eight months, they received a scholarship in order to deepen their knowledge of the characters who played in both the women's and men's competitions and helped build this story individually and collectively.

visiting audience, improving the service, materials and accessible resources available at the museum. In 2019, for example, the resident who worked temporarily was Alex Firmino, an amputee football player who made it to the World Cup. From this experience, four volumes of the *Football Museum for Everyone* and Adapted Button Football were produced, among others[12]. Other award-winning accessibility activities were the Elderly-Friendly Museum and Reviving Memories, which, respectively, sought to promote personal, social and inclusion transformations through socializing and sharing experiences, and to assist elderly people with or without Alzheimer's disease to activate collective memories through the institution's collection[13].

Without going into too much detail, I will briefly mention actions related to other circuits. On the subject of black protagonism, the temporary exhibition *Tempo de Reação — 100 anos do goleiro Barbosa* [*Reaction Time: Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday*], from June 2021 to January 2022, when, rather than paying homage to archers and the centenary of Moacyr Barbosa, set out to reflect on racism and value the importance of anti-racism. Regarding the indigenous football, the first edition of the World Games of Indigenous People, 2015, held in Palmas/TO, allowing for personal and institutional relationships, as well as ethnographic and documentary records (photos and videos), which made other expographic interventions possible and actions in the cultural program. Finally, regarding the amateur football, it should be said that since the implementation of the CRFB this is a circuit that has prompted countless incursions into the field, especially, of course, in the city of São Paulo, making it possible to map and reference of multiple personalities, insti-

12 For more information, visit: https://museudofutebol.org.br/educativo/. Available on Aug 4. 2023.

13 For more information, visit: https://museudofutebol.org.br/acessibilidade/. Available on Aug 4. 2023.

Camisa feminina do Gavião Kyikateje F.C. exposta no Museu do Futebol durante a mostra temporária *22 em Campo*. Foto: Ianca Loureiro.

Women's shirt of Gavião Kyikateje F.C. exhibited at the Football Museum during the temporary exhibition 22 em Campo *[*22 in the Field*]. Photo: Ianca Loureiro.*

tutions and related events, from the 39th Meeting of Black X White Friends to the third edition in the World's Largest Women's Amateur Football Festival.

In addition to understanding football as a central element of Brazilian culture, the Football Museum has increasingly taken into account the different possibilities for practicing and experiencing it, provide meaning and represent this complex, dynamic and multifaceted cultural phenomenon. Diversity, by the way, is a guiding principle in the process of renewing his long-term exhibition, which will be completed in 2024. It's not just about practices, but also about actors, bodies, landscapes and contexts. Based on the experiences accumulated over the last ten years of the institution, the aim is to present a current and plural exhibition, in which other footballs will be recognized and legitimized.

FINAL CONSIDERATIONS

If culture should be understood in the plural, why should football be in the singular? At no time has the reflection proposed here sought to disqualify or remove the cultural relevance of football as a spectacle event played by men. Far from it. The purpose of the argument was to put this sport into perspective and (re)think it from another perspective, considering ways of practicing it, experience it and (re)signify it that can be called dissonant, transgressive and insurgent. In the end, all football is one and the same phenomenon. The Football Museum's actions are aimed precisely at getting its various circuits recognized and legitimized. If the institution manages to meet the needs of its audience and make its visitors feel more identified and belonged, then it will provide a more qualified service and fulfill part of its social responsibility, cultural, intellectual and politics.

ALMEIDA, Caroline Soares de. *Do sonho ao possível: projeto e campo de possibilidades nas carreiras profissionais de futebolistas brasileiras*. 2018. 254 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) — Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

BONFIM, Aira Fernandes. *Futebol feminino no Brasil: entre festas, circos e subúrbios, uma história social (1915-1941)*. São Paulo: Ed. da Autora, 2023.

CAMARGO, Wagner Xavier de. Dimensões de gênero e os múltiplos futebóis no Brasil. In: GIGLIO, Sérgio Settani; PRONI, Marcelo Weishaupt (org.). *O futebol nas ciências humanas no Brasil*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2020. p. 589-604.

CAMARGO, Wagner Xavier de. Dilemas insurgentes no esporte: as práticas esportivas dissonantes. *Movimento*, Porto Alegre, v. 22, n. 4, 1337-1350, out./dez. 2016.

CHIQUETTO, Rodrigo Valentim. *A Cidade do futebol: etnografia sobre a prática futebolística na metrópole manauara*. 2014. 209 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

DAMO, Arlei Sander. Futebóis: da horizontalidade epistemológica à diversidade política. *Revista FuLiA/UFMG*, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, p. 37-66, set./dez. 2018. Dossiê Futebóis.

DAMO, Arlei Sander. *Do dom à profissão: formação de futebolistas no Brasil e na França*. São Paulo: Hucitec/ANPOCS, 2007.

FREITAS, Guilherme. Copa dos Refugiados e Imigrantes: uma análise dos depoimentos de jogadores e o fortalecimento de suas identidades migrantes. In: ENCONTRO REGIONAL SUDESTE DE HISTÓRIA ORAL, 15., 2023, São Paulo. *Resumos de comunicações orais* [...]. São Paulo: Associação Brasileira de História Oral, 2023. v. 1. p. 36-37.

GOELLNER; Silvana Vilodre; CABRAL, Juliana Ribeiro. *As pioneiras do futebol pedem passagem: conhecer para reconhecer*. São Paulo. Ludopédio, 2022.

GONZALES, Bernardo. Futebol transmasculino: histórias de medo, bravura e coragem para ser quem se é. In: CENTRO DE REFERÊNCIA DO FUTEBOL BRASILEIRO. *Corpos e campos plurais*: a diversidade do futebol. São Paulo: IdBrasil Cultura, Educação e Esporte, 2022. p. 45-50.

KAZ, Leonel (org.). *Museu do Futebol*: um museu-experiência. São Paulo: IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, 2014.

MORAES, Enny Vieira. *Fazendo gênero e jogando bola*: futebol feminino na Bahia anos 80-90. Salvador: Ed. da Universidade Federal da Bahia, 2014.

MORAES, Enny Vieira. O museu do futebol e uma história parcial; ou não há futebol feminino no Brasil? *Recorde*: *Revista de História do Esporte*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, jun. 2009.

MORATO, Márcio Pereira *et al.* A mediação cultural no futebol para cegos. *Movimento*, Porto Alegre, v. 17, n. 4, 45-63, out./dez. 2011.

MUSEU do Futebol. São Paulo: Banco Safra, 2014.

PISANI, Mariane da Silva. *"Sou feita de chuva, sol e barro"*: o futebol de mulheres praticado na cidade de São Paulo. 2018. 251 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

PIZZOL, Aline *et al. Pretos em campo*: Associação Atlética São Geraldo. São Paulo: Ludens/Coletivo Ludogriô, 2022.

SÁ, Aleckssandra Ana dos Santos; SERRADELA, Larissa Isidoro; LÉO NETO, Nivaldo Aureliano (coord.). *Tiririca dos crioulos*: um quilombo-indígena. Carnaubeira da Penha-PE: Associação dos Remanescentes do Quilombo Tiririca, 2016.

SANETO, Juliana Guimarães. *Jogos dos povos indígenas e rituais*: diálogo entre tradição e modernidade. 2012. 148 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) — Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2012.

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, [S. l.]*, v. 28, n. 1, p. 122-152, 2022.

SILVA, Giovana Capucim e. *Narrativas sobre o futebol feminino na imprensa paulista*: entre a proibição e a regulamentação (1941-1983). 2015. 135 f. Dissertação (Mestrado em História Social) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SILVA, Roberta Pereira da. *Campo de terra, campo da vida*: alternativas de resistência negra e o Negritude Futebol Clube. São Paulo: Dandara, 2022.

TOLEDO, Luiz Henrique de. *Lógicas no futebol*. São Paulo: Hucitec/FAPESP, 2002.

TONINI, Marcel Diego. *Além dos gramados*: história oral de vida de negros no futebol brasileiro (1970-2010). 2010. 432 f. Dissertação (Mestrado em História Social) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

Rafael Tecchio

O JEITINHO BRASILEIRO NA LUTA ANTIRRACISTA:
Uma prática que precisa mudar

The Brazilian Way in the Anti-Racist Fight: A Practice That Needs to Change

Ricardo Pinto dos Santos[1]

Os debates e as ações que pautam a luta antirracista no Brasil, notadamente as elaboradas pelas instituições esportivas, ainda são pensadas a partir de enganos e limitações que nos impedem de avançar sobre estas questões. Digo isso porque ao longo de mais de duas décadas de pesquisa sobre o tema ficou claro que todas as propostas elaboradas dentro do cenário esportivo falharam miseravelmente.

Diante dos aumentos de caso de violência racial registrados nos últimos anos e, principalmente, da manutenção de estruturas esportivas marcadas por pessoas com pouco ou nenhum letramento racial, nos encontramos sempre girando em torno dos mesmos pontos e não conseguindo avançar em propostas mais consistentes, eficientes e estruturantes capazes de promover mudanças significativas no futebol.

É visível, diante das repetidas experiências de violência racial a que temos assistido quase que diariamente nos noticiários, o quanto precisamos dar novos rumos à luta antirracista no esporte. Para além das faixas, notas de repúdio e o frenesi das redes sociais, bem pouco é realizado para que a estrutura esportiva se torne mais representativa para os homens e mulheres pretas. Historicamente, durante décadas, desprezamos as estruturas raciais experenciadas no esporte. As primei-

1 Ricardo Pinto dos Santos é Doutor em História pelo Programa de Pós-Graduação em História Comparada da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Desde 2005 vem atuando como pesquisador no Laboratório de História do Esporte e do Lazer da UFRJ e na preservação de acervos esportivos e produção de livros e artigos sobre a história do racismo no esporte.

Ricardo Pinto dos Santos is Doctor in History from the Postgraduate Program in Comparative History at the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ). Since 2005 he has been working as a researcher at the History of Sport and Leisure Laboratory at UFRJ and working on preserving sports collections and producing books and articles on the history of racism in sport.

ras[2], forjadas através dos estatutos dos clubes e ligas, foram, para muitos, até pouco tempo, as únicas representantes dos bloqueios impeditivos raciais no futebol.

Devemos considerar ainda que, sob esse aspecto, percorrendo a história do futebol no Brasil, a entrada dos jogadores negros nos clubes considerados grandes representou, de um modo geral, o fim das barreiras raciais e, em alguns casos, um marco para a luta antirracista no esporte. No entanto, após uma criteriosa análise, verificamos que mesmo com a queda dos estatutos, especialmente o estatuto da Associação Metropolitana de Esportes Athleticos (AMEA), de 1924, que impunham as barreiras raciais e sociais, bem como o sucesso dos jogadores negros nos mais diversos clubes, a ideia de um esporte livre do preconceito jamais se confirmou. Ademais, a ideia de que o sucesso e a eficiência do jogador negro seriam suficientes para promover a sua aceitação como indivíduo/cidadão pleno, tanto esportiva quanto socialmente, se mostrou ingênua e irreal diante dos repetidos ataques racistas que, ao fim e ao cabo, mantiveram presentes as práticas de exclusão e inferiorização.

É inegável que o racismo se transformou ao longo da história do esporte no Brasil. O que inicialmente se estabeleceu a contar com uma pseudociência que colocava o homem preto na base da hierarquia social, persistiu nos primeiros estatutos dos clubes e ligas que estipulavam quem poderia ou não jogar e, acima de tudo, quem seria admitido nos grandes clubes, passando a práticas mais dissimuladas que, ainda assim, garantiriam o lugar do operário do futebol, gerando todo tipo de capital (simbólico e financeiro) para o clube, sem dar a ele poder sobre a gestão do jogo.

Para além do debate do amadorismo marrom (GOMES, 2019) que funcionou como manobra para os grandes clubes se apropriarem dos jogadores negros sem ter que reconhecê-los como agentes sociais importantes e, sobretudo, sem promover de forma abrangente uma mudança na estrutura dos clubes, o futebol permaneceu com uma conformação branca e excludente nos mais diversos níveis.

Sob esse aspecto, podemos dizer que as implicações que mais promoveram mudanças no cenário esportivo estão ligadas fundamentalmente à imersão do cenário futebolístico na gestão do capital. Foi ele, o capitalismo, que fez ampliar o interesse dos grandes clubes pelos jogadores das ligas suburbanas. Mais do que isso, foi o interesse no capital que fez com os dirigentes brancos passassem a não considerar a cor dos jogadores que seriam contratados. Afinal, o domínio do capital e o poder sobre a estrutura esportiva seguiria pertencendo a eles, homens brancos[3].

Nesse sentido, o racismo institucional, experenciado nos clubes e ligas, passa a ser empreendido de forma mais dissimulada. Nessa trama, também, o próprio jornalismo esportivo, sem reconhecer o seu papel na estruturação e, sobretudo,

2 Os primeiros parâmetros impeditivos dos principais clubes e ligas das capitais atingiam diretamente as camadas populares. Os Estatutos definiam que jogadores não poderiam ser analfabetos, exercer trabalhos braçais e outras tantas características que, no geral, eram vinculadas aos jogadores negros.

3 Para maiores informações, acessar: https://ge.globo.com/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/pesquisa-aponta-ausencia-de-presidentes-negros-nos-clubes-das-series-a-e-b.ghtml

na continuidade do racismo, teve que operar noutros moldes, conjugando o interesse de promover o esporte como produto respeitável e lucrativo, ainda que mantivesse discursos e mecanismos racistas que, durante muito tempo, sequer eram percebidos como tal.

Noutros escritos (MELO, 2015; SANTOS, 2023), já demonstraram que, mesmo antes do futebol, o atleta negro já era importante para a produção do capital no cenário esportivo. No turfe, a história do menino negro, Balbino (ou Albino) que, em 1853, venceu as seis provas que disputou, se tornando o primeiro jóquei do Prado, é emblemática sob esse aspecto.

Em vista disso, também nos Oitocentos, a tese de que o esporte promoveria aos negros ascensão social e seria transformador para o homem preto já estava presente. Dessa forma, o jornalismo que no século XX seguiu reforçando essa representação permaneceu ancorado na leitura individual da violência racial, bem como da ascensão individual do negro, desconhecendo e desconsiderando que o debate sobre a questão não está atrelado, apenas, à experiência individual, mas sobremaneira à coletividade.

Há uma ideia majoritária, expressa pelo senso comum, mas não somente, de que o jogador negro de sucesso representaria uma vanguarda para o sistema. Em outros termos, a presença do jogador negro retrataria uma estrutura não racista e democrática. Exatamente por esse motivo, a estrutura dominante branca segue confortável promovendo ações que nunca extrapolam a cobertura de pontos superficiais desse arranjo e, consequentemente, nunca atingindo profundidade suficiente para as mudanças necessárias para um combate eficaz ao racismo.

Certamente, com isso, os mecanismos de dominação são mantidos, ao mesmo tempo que as iniciativas apresentadas, ainda que não produzam resultados efetivos, servem para os grupos dirigentes tirarem vantagens e capitanearem posição de destaque na luta antirracista. Ou seja, as vítimas da violência racial permaneceriam confinadas e, sobretudo, tendo que operar a sua luta ainda sob as perspectivas e ações que, de antemão, já sabemos que não irão solucionar o problema.

Em geral, as ações realizadas após um ataque racista no futebol giram em torno, basicamente, de duas percepções: a punição, seja ao clube ou ao indivíduo/grupo responsável pelo crime racial, e a promoção de campanhas de marketing nos estádios, rádios e televisão. Analisando, sobretudo, as implementadas pela CBF, podemos depreender alguns pontos importantes. Vejamos:

Sobre as punições, concordamos que elas precisam ser cada vez mais duras e abrangentes. Consideramos ainda que devemos torná-las efetivas, diferentemente do que ocorre nos dias de hoje, quando as penas são brandas e muitas vezes sequer

são executadas[4]. A Justiça Desportiva precisa assegurar o cumprimento das penas em sua integralidade tanto na esfera penal quanto na econômica. No entanto, há um ponto sobre a questão racial que merece atenção quando estamos tratando de justiça no Brasil. É sabido que a estrutura da Justiça Desportiva, e não somente ela, é formada majoritariamente por homens brancos que, em geral, não possuem letramento racial e, principalmente, são herdeiros de uma narrativa racista e, sobretudo, indiferentes e insensíveis às vivências da população preta. Nesse aspecto, ficam reduzidas as possibilidades de ações que busquem mudar a configuração racial das estruturas esportivas no Brasil, já que para isso, os privilégios dos seus "iguais" se tornariam foco das investidas. Acreditamos, portanto, que a Justiça Desportiva precisa se reinventar acerca dos temas que precisa julgar.

A segunda percepção em destaque está atrelada às campanhas antirracistas realizadas pelas instituições esportivas. Em geral, pensadas e realizadas por homens brancos, mais uma vez, sem letramento racial, apesar do grande alcance, o que é comunicado geralmente é limitado, genérico e, principalmente, pouco efetivo para a luta antirracista. Por essa razão, considero que as campanhas publicitárias buscam muito mais conquistar capital simbólico e financeiro para os clubes e instituições, do que verdadeiramente tornar o esporte mais representativo, democrático, justo e igualitário. Vejamos alguns exemplos: faixas em estádios, notas de repúdio e camisas comemorativas (ainda que o resultado financeiro de suas vendas seja revertido para alguns grupos minoritários específicos). Nenhuma destas ações atinge o que é central para a luta antirracista, a estrutura. Ou seja, o *Black Money*, ou mesmo o *Pink Money*, que seria a criação de condições reais para a inclusão dos pretos e pretas, e toda comunidade LGBTQIAPN+ no sistema financeiro, de produção e, sobretudo, de gestão do cenário esportivo, nunca são alcançados, até porque sequer fazem parte dos objetivos das campanhas implementadas.

Vale destacar que os clubes que geralmente lançam produtos comemorativos no mês do orgulho LGBTQIAPN+ ou da consciência negra geralmente se calam durante todo o ano para as violências e injustiças cometidas contra estas pessoas. Mais do que isso, em seus quadros de gestores não são vistos representatividade, diversidade e, sobretudo, projetos inclusivos que criem alternativas e meios para uma efetiva mudança da configuração estrutural das instituições.

Ou seja, no Brasil as políticas antirracistas no esporte são conduzidas, em geral, por atores alheios e desassociados das vivências e, fundamentalmente, das demandas destes atores sociais[5]. Via de regra, as ligas e clubes atuam em resposta aos eventos racistas e nunca de forma continuada pretendendo resolver as questões estruturais. Nesse cenário, não podemos esquecer as contingências do mercado que,

4 Para maiores informações, acessar: https://observatorioracialfutebol.com.br/Relatorios/2021/RELATORIO_DISCRIMINACAO_RACIAL_2021.pdf

5 Nos últimos tempos, ligas esportivas, em destaque a própria CBF e a FIFA, têm convidado personalidades negras e instituições voltadas ao tema, a participarem do debate acerca de políticas antirracistas no futebol. No entanto, apesar do movimento, as propostas seguem alcançando poucos resultados, dado que a violência racial segue frequente e as estruturas esportivas seguem majoritariamente brancas.

ao fim e ao cabo, ajudam a ditar o movimento e a profundidade do engajamento.

Como exemplo, não é de hoje que contamos com poucos técnicos e dirigentes negros no futebol brasileiro. Dito isto, quais foram as políticas compatíveis com o vulto do problema, propostas pelos dirigentes do esporte, que promoveram mudanças nesse cenário? Ouso dizer que nenhuma. Em síntese, como bem definiu Cida Bento (2022), é mantido o pacto da branquitude e as políticas emancipatórias nunca são o eixo central dos projetos.

A despeito dos vários discursos institucionais que tentam promover a paz nos estádios, bem como um futebol sem racismo, a realidade se impõe cada dia com mais força, gravidade e profundidade. Na realidade, produto da ineficácia das medidas tomadas, as instituições esportivas seguem submetendo estes grupos (raciais, gênero, pessoas com deficiência) a um "encarceramento" involuntário e, sobretudo, a vivências marcadas pela violência, o medo e a exclusão. Por tudo isso, é central a participação de toda a estrutura esportiva (dirigentes, torcidas, jornalismo, jogadores, apoiadores, patrocinadores etc). Percebemos, enquanto analisamos as ações das ligas e clubes, bem como da justiça e do jornalismo esportivo, que estamos falhando e, sobretudo, mantendo, com isso, um sistema violento que impede a superação concreta do problema.

Nesse aspecto, precisamos discutir sobre o papel das torcidas organizadas nesse processo. Mesmo com o suposto distanciamento entre as ações antirracistas elencadas e as torcidas organizadas, sem dúvida, elas devem ser entendidas como parte decisiva para o processo de desenvolvimento do futebol e, sobretudo, para o avanço das soluções possíveis para todas estas questões.

Nos dias de hoje, é cada vez mais improvável que um clube ou liga se manifeste, como instituição, abertamente racista, homofóbica ou defensora de qualquer tipo de exclusão, ainda que a sua composição racial e de gênero não expresse representatividade. No campo da retórica, todos são a favor das mudanças. Contudo, é sabido que o cenário mais comum dos ataques dessa natureza são as arquibancadas e as redes sociais, onde os protagonistas são os torcedores. Portanto, não haverá solução que não deva passar pelas torcidas, em geral, e as organizadas, em particular.

Nessa lógica, enquanto negócio, precisamos ter como certo, também, que a torcida é central para o sistema financeiro do futebol. Assim, a negligência ou o entusiasmo manifestado por esse ator poderá gerar resultados consideráveis, para o bem ou para o mal, para o clube, mas, também, para a sociedade, a depender da dedicação, interesse e, fundamentalmente, do grau de amadurecimento, reflexão e eficiência das suas ações.

Não há como negar o papel decisivo das torcidas. Como destaque, podemos

lembrar do *Intel Extreme Masters Season XVII — Rio Major 2022*[6], onde as torcidas organizadas levaram a experiência do torcedor dos eventos de *E-sports* (vinculados aos jogos eletrônicos) para um novo nível. Cânticos, bandeiras, o frenesi das torcidas, deram à competição um ar futebolístico e surpreenderam positivamente a organização.

Não obstante, para que possamos experenciar as transformações necessárias que, sem dúvida, são urgentes, precisamos avançar sobre a cultura do torcer. Ou seja, debater, reconfigurar e ressignificar as vivências dos torcedores no campo esportivo, para que o novo sentido possa assegurar uma estrutura mais inclusiva, equânime e menos violenta.

6 Também conhecido como IEM Rio Major 2022 ou Rio 2022, a competição de game foi o décimo oitavo Campeonato Major de Counter-Strike: Global Offensive. Realizado no Rio de Janeiro, Brasil, entre 31 de outubro e 13 de novembro de 2022.

"A LUTA ANTIRRACISTA PRECISA ATINGIR AS ESTRUTURAS, MAS TAMBÉM, O SIMBÓLICO. O ENFRENTAMENTO, INEVITAVELMENTE, DEVE SER COLETIVO, INTEGRADO, ABRANGENTE E PROFUNDO"

As torcidas precisam superar a imagem geral frequentemente atrelada a elas. Na maioria das vezes, especialmente as torcidas organizadas, vivem enclausuradas em definições simplistas e, fundamentalmente, marcadas pela violência, pelo banditismo e outras tantas características negativas. Por conta disso, precisam estar dispostas a ultrapassar esse lugar e se impor sobre uma nova imagem.

Para esse propósito, e em particular para uma luta antirracista potente e eficaz, *o modus operandi* deve ser ressignificado e seus métodos e ações completamente revistos. A luta antirracista precisa atingir as estruturas, mas também, o simbólico. O enfrentamento, inevitavelmente, deve ser coletivo, integrado, abrangente e profundo. Por tudo isso, a participação das torcidas é tão importante.

De fato, trabalhar por dentro das hierarquias e privilégios será um desafio. Notadamente, por tratarmos de estruturas consolidadas há mais de um século. No entanto, precisamos de vias concretas de superação. Apenas, assim, com uma mudança das estruturas alcançaremos resultados efetivos.

Por fim, precisamos acreditar nas mudanças. Acima de tudo, temos a obrigação de superar os caminhos que, já demonstramos, nos levaram à manutenção de um cenário esportivo violento, racista, misógino e, sobretudo, também nas finanças, com muitas imperfeições.

Estamos ultrapassados e sendo tragados por uma sucessão de erros que, a meu ver, podem ser superados. Para uma luta antirracista efetiva, demandamos lucidez, articulação, entendimento e, sobretudo, participação de múltiplos atores sociais, especialmente aqueles que sentem em seus corpos os reflexos desse quadro tão grave. Isso significa dizer que as estruturas devem retratar, em maior grau, a complexidade da sociedade e as suas diversas representações. A criação de comitês permanentes em clubes e ligas com a participação articulada entre os dirigentes, especialistas, torcidas e jogadores, pode ajudar na estruturação de um processo mais robusto e eficiente. Do contrário, seguiremos dando voltas sobre o mesmo lugar e reforçando a ideia de que por aqui continuaremos resolvendo tudo através do jeitinho brasileiro.

BENTO, C. *O pacto da branquitude*. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

FANON, F. *Pele Negra, máscara branca*. Salvador: EDUFBA, 2008.

GOMES, E. de S. *A invenção do profissionalismo no futebol: tensões e efeitos no Rio de Janeiro (1933-1941) e na Colômbia (1948-1954)*. Curitiba: Appris, 2019.

MELO, V. A. de. Amador ou profissional? Um debate primordial no campo esportivo. In: GOMES, E. de S.; PINHEIRO, C. L. M. *Olhares para a profissionalização do futebol: análises plurais*. Rio de Janeiro: Luminária Academia, 2015. p. 19-44.

MELO, V. A. de. *Entre a elite e o povo: o sport no Rio de Janeiro do século XIX (1851-1857)*. Tempo [online]. v. 21, n. 37, p. 208-229, jan.jun. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/tem-1980-542x2015v213706>. Acesso em: 15 dez. 2023.

MBEMBE, A. *Necropolítica*. 7. reimpressão. São Paulo: N-1 Edições, 2020.

PEREIRA, V. Futebol português nas Américas, anos 1890-1960. *In*: MELO, V. A. de; PERES, F. de F.; DRUMOND, M. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2014.

SANTOS, R. P. Brasil "redescobriu" o racismo no futebol. O que faremos dessa vez?. *Ludopédio*, São Paulo, v. 167, n. 25, 2023.

SANTOS, R. P. *História, conceitos e futebol: racismo e modernidade no futebol fora do eixo (1889-1912)*. Curitiba: Appris, 2020.

The debates and actions that guide the anti-racist fight in Brazil, notably those developed by sports institutions, are still designed based on mistakes and limitations that prevent us from moving forward on these issues. I say this, because over more than two decades of research on the topic, it became clear that all proposals drawn up within the sporting scenario failed miserably.

Given the increase in cases of racial violence recorded in recent years and, mainly, the maintenance of sports structures marked by people with little or no racial literacy, we find ourselves always revolving around the same points and failing to move forward with more consistent, efficient proposals. and structures capable of promoting significant changes in football.

It is clear, given the repeated experiences of racial violence that we have seen almost daily in the news, how much we need to give new directions to the anti-racist fight in sport. Beyond the banners, notes of rejection and the frenzy on social media, very little is done to make the sports structure more representative for black men and women. Historically, for decades, we have disregarded the racial structures experienced in sport. The first ones[2], forged through the statutes of clubs and leagues, were, for many, until recently, the only representatives of racial impediments in football.

We must also consider that, from this aspect, going through the history of football in Brazil, the entry of black players into clubs considered big ones represented, in general, the end of racial barriers and, in some cases, a milestone for the anti-racist fight in sport. However, after careful analysis, we found that even with the fall of statutes, especially the statute of the Metropolitan Athletic Sports Association (AMEA), of 1924, which imposed racial and social barriers, as well as the success of black players in the most several clubs, the idea of a sport free from prejudice was never confirmed. Furthermore, the idea that the success and efficiency of black players would be enough to promote their acceptance as a full individual/citizen, both sportingly and socially, proved to be naive and unrealistic in face of repeated racist attacks that, in the end, kept exclusion and inferiorization practices present.

It is undeniable that racism has transformed throughout the history of sport in Brazil. What was initially established based on a pseudoscience that placed the black man at the base of the social hierarchy, persisted in the first statutes of clubs and leagues that stipulated who could or could not play and, above all, who would be admitted to the major clubs, passing to more covert practices that would still guarantee the place of football workers, generating all types of capital (symbolic and financial) for the club, without giving them power over the management of the game.

In addition to the brown amateurism debate (GOMES, 2019), which worked as a maneuver for big clubs to appropriate black players without having to recognize

2 The first impeding parameters for the main clubs and leagues in the capitals directly affected the popular classes. The Statutes defined that players could not be illiterate, perform manual labor and many other characteristics that, in general, were linked to black players.

them as important social agents and, above all, without comprehensively promoting a change in the structure of clubs, football remained white and exclusionary at the most diverse levels.

In this aspect, we can say that the implications that most promoted changes in the sporting scenario are fundamentally linked to the immersion of the football scenario in capital management. It was capitalism, which increased the interest of big clubs in players from suburban leagues. More than that, it was the interest in capital that made white managers not consider the color of the players who would be hired. After all, the dominance of capital and power over the sports structure would continue to belong to them, white men[3].

In this sense, institutional racism, experienced in clubs and leagues, begins to be undertaken in a more masked way. In this context, sports journalism itself, without recognizing its role in structuring and, above all, in the continuity of racism, had to operate in other ways, combining the interest of promoting sport as a respectable and profitable product, even while maintaining speeches and racist mechanisms that, for a long time, were not even perceived as such.

In other writings (MELO, 2015; SANTOS, 2023), they have already demonstrated that, even before football, black athletes were already important for the production of capital in the sporting scenario. In racing, the story of the black boy, Balbino (or Albino) who, in 1853, won the six races he competed in, becoming the first Prado jockey, is emblematic in this regard.

In view of this, also in the 19th century, the thesis that sport would promote social advancement for black people and would be transformative for black men was already present. In this way, the journalism that continued to reinforce this representation in the 20th century remained anchored in the individual reading of racial violence, as well as the individual rise of black people, ignoring and disregarding that the debate on the issue is not only linked to individual experience, but especially to the community.

There is a majority idea, expressed by common sense, but not only, that the successful black player would represent a vanguard for the system. In other words, the presence of the black player would portray a non-racist and democratic structure. Exactly for this reason, the white dominant structure remains comfortable promoting actions that never go beyond the coverage of superficial points of this arrangement and, consequently, never reaching sufficient depth for the changes necessary to effectively fight racism.

Certainly, with this, the mechanisms of domination are maintained, at the same time that the initiatives presented, even if they do not produce effective re-

3 For more information, access: https://ge.globo.com/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/pesquisa-aponta-ausencia-de-presidentes-negros-nos-clubes-das-series-a-e-b.ghtml

sults, serve for the leading groups to take advantage and command a prominent position in the anti-racist struggle. In other words, the victims of racial violence would remain confined and, above all, having to operate their struggle still from perspectives and actions that, beforehand, we already know will not solve the problem.

In general, the actions taken after a racist attack in football basically revolve around two perceptions: punishment, either for the club or the individual/group responsible for the racial crime, and the promotion of marketing campaigns in stadiums, radios and television. Analyzing, above all, those implemented by the CBF (Brazilian Football Confederation), we can deduce some important points. Let's see:

Regarding punishments, we agree that they need to be increasingly harsher and more comprehensive. We also consider that we must make them effective, unlike what happens today, when sentences are mild and often are not even enforced[4]. Sports Justice needs to ensure that sentences are fully served in both criminal and economic spheres. However, there is one point about the racial issue that deserves attention when we are dealing with justice in Brazil. It is known that the structure of Sports Justice, and not only this, is made up mostly of white men who, in general, do not have racial literacy and, mainly, are heirs of a racist narrative and, above all, indifferent and insensitive to the experiences of the black population. In this aspect, the possibilities for actions that seek to change the racial configuration of sporting structures in Brazil are reduced, since to do so, the privileges of their "equals" would become the focus of attacks. We believe, therefore, that Sports Justice needs to reinvent itself regarding the issues it needs to judge.

The second highlighted perception is linked to the anti-racist campaigns carried out by sports institutions. In general, thought up and carried out by white men, once again, without racial literacy, despite the great reach, what is communicated is generally limited, generic and, mainly, not very effective for the anti-racist fight. For this reason, I believe that advertising campaigns seek much more to gain symbolic and financial capital for clubs and institutions than to truly make sport more representative, democratic, fair and egalitarian. Let's look at some examples: banners in stadiums, rejection notes and commemorative shirts (although the financial results of their sales are donated to some specific minority groups). None of these actions affect what is central to the anti-racist fight, the structure. In other words, *Black Money*, or even *Pink Money*, which would be the creation of real conditions for the inclusion of black men and women, and the entire LGBTQIAPN+ community in the financial, production and, above all, management system of the sports scene, are never achieved, especially because they are not even part of the objectives of the implemented campaigns.

4 For more information, access: https://observatorioracialfutebol.com.br/Relatorios/2021/RELATORIO_DISCRIMINACAO_RACIAL_2021.pdf

It is worth noting that clubs that generally launch commemorative products during LGBTQIAPN+ pride or black awareness month generally remain silent throughout the year regarding the violence and injustices committed against these people. More than that, their management teams do not see representation, diversity and, above all, inclusive projects that create alternatives and means for an effective change in the structural configuration of institutions.

In other words, in Brazil, anti-racist policies in sport are generally carried out by external actors who are disassociated from the experiences and, fundamentally, from the demands of these social actors[5]. As a rule, leagues and clubs act in response to racist events and never continually intend to resolve structural issues. In this scenario, we cannot forget the market contingencies that, in the end, help dictate the movement and depth of engagement.

As an example, it is not new that we have few black coaches and managers in Brazilian football. That being said, what were the policies compatible with the scale of the problem, proposed by sport leaders, that promoted changes in this scenario? I dare say none. In short, as Cida Bento (2022) well defined, the pact of whiteness is maintained and emancipatory policies are never the core of projects.

Despite the various institutional discourses that try to promote peace in stadiums, as well as football without racism, reality imposes itself every day with more force, gravity and depth. In reality, as a result of the ineffectiveness of the measures taken, sports institutions continue to subject these groups (racial, gender, people with disabilities) to involuntary "incarceration" and, above all, to experiences marked by violence, fear and exclusion. For all of this, the participation of the entire sporting structure (managers, fans, journalists, players, supporters, sponsors, etc.) is central. We realize, as we analyze the actions of leagues and clubs, as well as justice and sports journalism, that we are failing and, above all, maintaining a violent system that prevents us from concretely overcoming the problem.

In this aspect, we need to discuss the role of organized supporters in this process. Even with the supposed distance between the anti-racist actions listed and the organized supporters, without a doubt, they must be understood as a decisive part of the football development process and, above all, for the advancement of possible solutions to all these issues.

Nowadays, it is increasingly unlikely that a club or league would, as an institution, manifest itself as openly racist, homophobic or advocating any type of exclusion, even if its racial and gender composition does not express representativeness. In the field of rhetoric, everyone is in favor of change. However, it is known that the most common scenario for attacks of this nature are the stands and social

5 In recent times, sports leagues, notably the CBF itself and FIFA, have invited black personalities and institutions focused on the topic to participate in the debate about anti-racist policies in football. However, despite the movement, the proposals continue to achieve few results, given that racial violence remains frequent and sports structures remain predominantly white.

networks, where the protagonists are the fans. Therefore, there will be no solution that should not go through the fans, in general, and the organized cheering crowds, in particular.

In this logic, as a business, we also need to take for granted that fans are central to football's financial system. Thus, the negligence or enthusiasm shown by this actor could generate considerable results, for better or worse, for the club, but also for society, depending on dedication, interest and, fundamentally, the degree of maturity, reflection and efficiency their actions.

"THE ANTI-RACIST FIGHT NEEDS TO REACH STRUCTURES, BUT ALSO THE SYMBOLISM. CONFRONTATION, INEVITABLY, MUST BE COLLECTIVE, INTEGRATED, COMPREHENSIVE AND PROFOUND"

There is no denying the decisive role of the fans. As a highlight, we can remember the *Intel Extreme Masters Season XVII — Rio Major 2022*[6], where organized fans took the fan experience of *E-sports* events (linked to electronic games) to a new level. Chants, flags, and the frenzy of the fans gave the competition a football atmosphere and positively surprised the organization.

However, in order for us to experience the necessary transformations that are undoubtedly urgent, we need to advance the culture of cheering. In other words, debate, reconfigure and reframe the experiences of fans on the sports field, so that the new meaning can ensure a more inclusive, equitable and less violent structure.

Fans need to overcome the general image often linked to them. Most of the time, especially organized fans, they live trapped in simplistic definitions and, fundamentally, marked by violence, banditry and many other negative characteristics. Because of this, they need to be willing to overcome this place and impose themselves on a new image.

For this purpose, and in particular for a powerful and effective anti-racist fight, the modus operandi must be redefined and its methods and actions completely reviewed. The anti-racist fight needs to reach structures, but also the symbolism. Confrontation, inevitably, must be collective, integrated, comprehensive and profound. For all of this, the participation of fans is so important.

6 Also known as IEM Rio Major 2022 or Rio 2022, the gaming competition was the eighteenth Counter-Strike Major Championship: Global Offensive. Held in Rio de Janeiro, Brazil, between October 31 and November 13, 2022.

In fact, working within hierarchies and privileges will be a challenge. Notably, as we deal with structures that have been consolidated for over a century. However, we need concrete ways to overcome this. Only then, with a change in structures, will we achieve effective results.

Finally, we need to believe in changes. Above all, we have an obligation to overcome the paths that, as we have already demonstrated, have led us to maintain a violent, racist, misogynistic sporting scenario and also in finances, with many imperfections.

We are outdated and being swallowed up by a succession of errors that, in my opinion, can be overcome. For an effective anti-racist fight, we demand lucidity, articulation, understanding and, above all, participation of multiple social actors, especially those who feel the effects of this serious situation in their bodies. This means that structures must portray, to a greater degree, the complexity of society and its various representations. The creation of permanent committees in clubs and leagues with coordinated participation between managers, experts, fans and players can help in structuring a more robust and efficient process. Otherwise, we will continue to circle around the same place and reinforce the idea that we will solve everything through the Brazilian special way.

BENTO, C. *O pacto da branquitude*. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

FANON, F. *Pele Negra, máscara branca*. Salvador: EDUFBA, 2008.

GOMES, E. de S. *A invenção do profissionalismo no futebol: tensões e efeitos no Rio de Janeiro (1933-1941) e na Colômbia (1948-1954)*. Curitiba: Appris, 2019.

MELO, V. A. de. Amador ou profissional? Um debate primordial no campo esportivo. In: GOMES, E. de S.; PINHEIRO, C. L. M. *Olhares para a profissionalização do futebol: análises plurais*. Rio de Janeiro: Luminária Academia, 2015. p. 19-44.

MELO, V. A. de. *Entre a elite e o povo: o sport no Rio de Janeiro do século XIX (1851-1857)*. Tempo [online]. v. 21, n. 37, p. 208-229, jan.jun. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/tem-1980-542x2015v213706>. Acesso em: 15 dez. 2023.

MBEMBE, A. *Necropolítica*. 7. reimpressão. São Paulo: N-1 Edições, 2020.

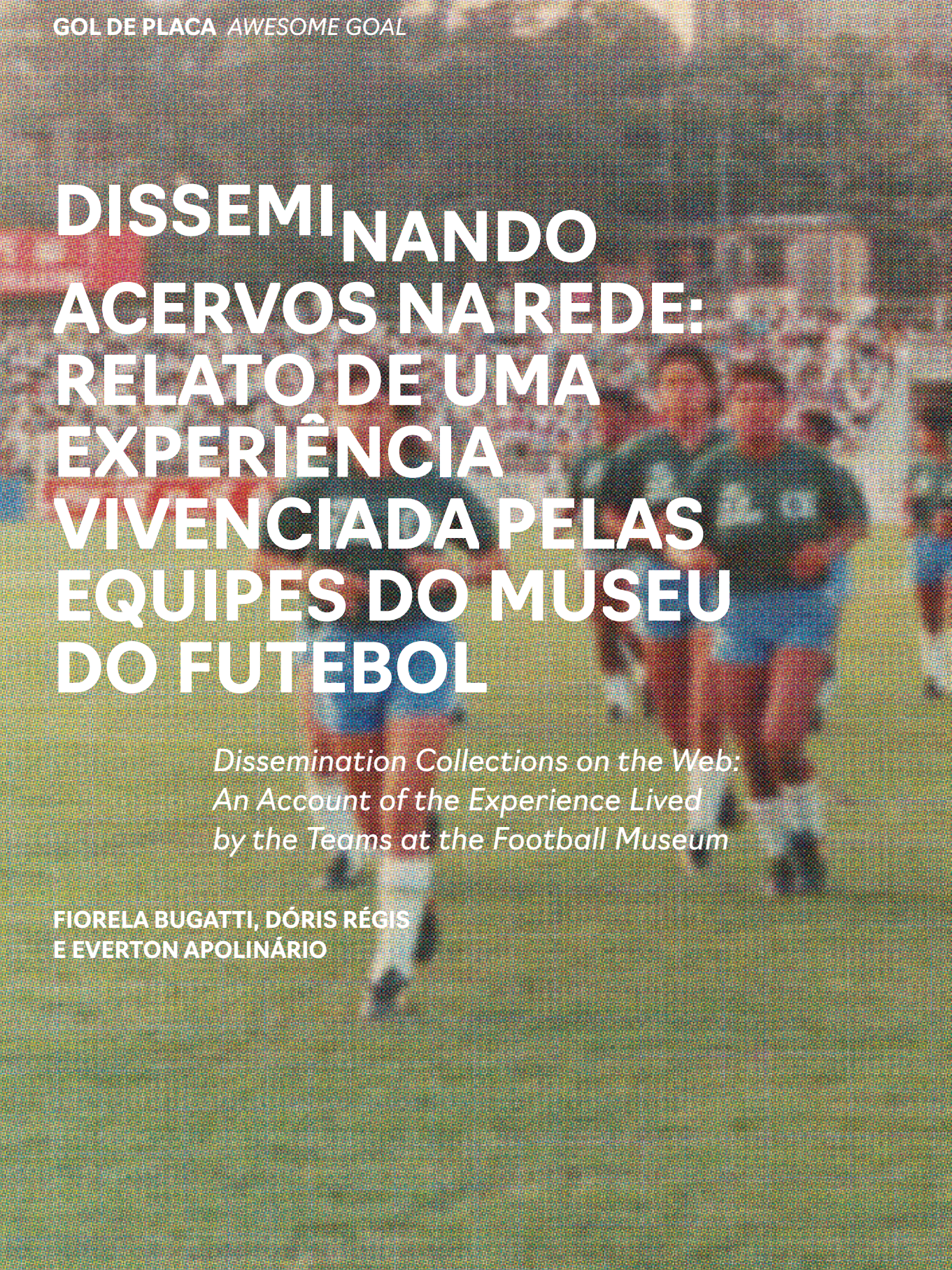
PEREIRA, V. Futebol português nas Américas, anos 1890-1960. *In*: MELO, V. A. de; PERES, F. de F.; DRUMOND, M. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2014.

SANTOS, R. P. Brasil "redescobriu" o racismo no futebol. O que faremos dessa vez?. *Ludopédio*, São Paulo, v. 167, n. 25, 2023.

SANTOS, R. P. *História, conceitos e futebol: racismo e modernidade no futebol fora do eixo* (1889-1912). Curitiba: Appris, 2020.

José Medeiros

Anderson Coelho



DISSEMINANDO ACERVOS NA REDE: RELATO DE UMA EXPERIÊNCIA VIVENCIADA PELAS EQUIPES DO MUSEU DO FUTEBOL

Dissemination Collections on the Web: An Account of the Experience Lived by the Teams at the Football Museum

FIORELA BUGATTI, DÓRIS RÉGIS E EVERTON APOLINÁRIO

FIORELA BUGATTI é mestre em Museologia pelo Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia (PPGMus USP) (2017), especialista em Gestão do Patrimônio Cultural e Museologia, pela Universidade de Barcelona (2010), e licenciada em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2004). Assumiu, em fevereiro de 2022, a coordenação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), do Museu do Futebol.

has a master's degree in Museology from the Interunities Postgraduate Program in Museology (PPGMus USP) (2017), is a specialist in Cultural Heritage Management and Museology by the University of Barcelona (2010), and has a degree in History from the Federal University of Rio Grande do Sul (2004). In February 2022, she assumed the coordination of the Brazilian Football Reference Center (CRFB), at the Football Museum.

DÓRIS RÉGIS é bacharel em Biblioteconomia e Ciência da Informação e especialista em Gestão de Conteúdos Digitais pela FESPSP. Técnica em Documentação, faz parte da equipe do Museu do Futebol desde 2013, ano de implantação do CRFB.

has a bachelor's degree in Library and Information Science and is specialist in Digital Content Management from FESPSP. Documentation technician, she has been part of the Football Museum team since 2013, the year the CRFB was implemented.

EVERTON APOLINÁRIO é mestrando em Geografia Humana pela USP e atua como pesquisador júnior no Centro de Referência do Museu do Futebol.

is studying for a master's degree in Human Geography at USP and works as a junior researcher at the Football Museum's Reference Center.

"O CR realiza o mapeamento, a coleta e a digitalização das coleções"

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) é o núcleo do Museu do Futebol[1] responsável por pesquisar e documentar as diferentes expressões do futebol no Brasil, com vistas à constituição e salvaguarda do acervo da instituição. Dado o caráter transversal de sua atuação, a equipe do CRFB está sempre em constante diálogo com os demais núcleos do museu, em especial com os núcleos de Comunicação, Educativo e Exposições e Programação Cultural.

Com o objetivo de fomentar a difusão de suas pesquisas e acervos, o Museu do Futebol criou um perfil no *Google Arts & Culture*[2] e alimenta periodicamente a página com exposições virtuais relacionadas a diferentes temáticas, tendo sempre como fio condutor o futebol.

Neste espaço, será relatada a experiência do processo de concepção, desenvolvimento e execução da exposição virtual *Primeiro Mundial de Mulheres na China: memórias da jornalista Claudia Silva, única brasileira na cobertura do torneio* — que foi coordenada pela equipe do CRFB, em articulação com o núcleo de Comunicação do Museu do Futebol.

Lançada na plataforma GAC em 27 de abril de 2023, a exposição *Primeiro Mundial de Mulheres na China* fez parte da programação que o museu organizou para este que foi o ano da nona edição da Copa do Mundo de Futebol Feminino, e que teve como carro-chefe a exposição temporária *Rainhas de Copas*[3].

De fato, podemos afirmar que, ao longo da sua trajetória, o Museu do Futebol se tornou, a um só tempo, grande incentivador do futebol de mulheres e referência para a produção de pesquisas a respeito desse universo. Desde 2015, como parte do projeto *Visibilidade Para o Futebol Feminino*[4], o Centro de Referência realiza o mapeamento, a coleta e a digitalização das coleções pessoais de atletas, pesquisadores e demais profissionais do esporte, como jornalistas, narradoras e árbitras. Os materiais coletados são incorporados ao acervo da instituição, tratados, catalogados e utilizados em mostras temporárias e virtuais, além de disponibilizados para consulta no banco de dados do museu[5].

Foi dentro desse contexto de levantamento de acervos e articulação com protagonistas dessa histó-

ria que tivemos acesso ao material da jornalista Claudia Silva Jacobs[6], a única brasileira a cobrir a Copa Experimental da China, em 1988. À época estagiária do Jornal dos Sports[7], Claudia acompanhou de perto toda a trajetória da primeira Seleção Brasileira de mulheres a convite da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) — na época, ela era a única mulher entre os jornalistas que cobriam o dia a dia da entidade, no Rio de Janeiro. A exposição virtual *Primeiro Mundial de Mulheres na China* foi concebida, pois, a partir de um acervo inédito gentilmente cedido pela jornalista ao CRFB. A coleção fotográfica, composta por 34 itens, foi tratada digitalmente e recebeu o processamento técnico necessário para sua inserção na plataforma do *Google Arts & Culture*.

Para a criação de exposições virtuais, é necessária a elaboração dos textos curatoriais e de uma planilha de metadados com informações detalhadas sobre cada um dos acervos selecionados para a composição do projeto. O conteúdo envolve a descrição dos locais, pessoas e eventos retratados, além da inserção dos créditos e palavras-chave para auxiliar na busca pelos itens nas páginas do Google.

Uma vez que Claudia reside no Rio de Janeiro, o passo seguinte foi agendarmos uma reunião virtual com o objetivo de mergulharmos nas histórias por trás dos registros fotográficos que foram disponibilizados. Essa conversa foi muito importante, dado que memórias da jornalista foram reativadas e auxiliaram no processo de detalhamento e enriquecimento das informações.

Assim, a partir dos registros e da conversa com Claudia Jacobs, o pesquisador júnior do CRFB, Everton Apolinário, desdobrou uma proposta para o fio narrativo da exposição, que foi validada e revisada pela jornalista.

Concluída esta etapa, Everton e Dóris Régis, técnica em documentação, iniciaram o processo de produção da planilha de metadados, com a inserção de conteúdos sobre o acervo em português e inglês — recurso fundamental que permite que o conteúdo alcance potenciais públicos internacionais.

Em paralelo, as fotos selecionadas foram tratadas pelo designer do Museu do Futebol, Hugo Takeyama, da equipe de Comunicação do IDBrasil. Por se tratar de fotos de natureza analógica, produzidas com a finalidade de registro pessoal, é natural que esse tipo de fonte apresente particularidades.

Como mencionado anteriormente, a exposição foi publicada na plataforma em 27 de abril de 2023. Até o momento da revisão final deste texto (outubro de 2023), a página do Museu do Futebol com essa exposição na plataforma *Google Arts & Culture* registrava um total de 17.709 acessos.

Claudia Silva e a jogadora Marisa interagem com um grupo de crianças durante sua estada na China, em 1988. Acervo Claudia Silva Jacobs. Direitos Reservados.

Claudia Silva and player Marisa interact with a group of children during their stay in China in 1988. Claudia Silva Jacobs' Archive. All Rights Reserved.

1 O Museu do Futebol (MF) é um equipamento público da Secretaria de Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo, administrado pela Organização Social de Cultura IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade sem fins lucrativos que também é responsável pela gestão do Museu da Língua Portuguesa (MLP).

2 Fundado em 2011, o *Google Arts & Culture* (GAC) disponibiliza ferramentas e tecnologias para que instituições museológicas de diferentes partes do globo compartilhem seus acervos, permitindo o alcance global de seus conteúdos. Fonte: GOOGLE ARTS & CULTURE. Sobre. [S.l.]: Google, [2023]. Para maiores informações, acessar: https://support.google.com/culturalinstitute/partners/answer/4395223?hl=pt-BR. Disponível em 13 out. 2023.

3 A referida programação contou, ainda, com ativações em espaços públicos (como estações de metrô) e a realização de encontros, mesas e palestras relacionados ao tema.

4 Realizada em 2015, a exposição *Visibilidade Para o Futebol Feminino* buscou tornar mais conhecida a história das mulheres que lutaram pelo desenvolvimento e pela prática do futebol feminino no Brasil. Sua criação partiu de uma pesquisa voltada a recolher fontes e registros sobre mulheres no esporte, visando a incorporar conteúdos à narrativa da exposição de longa duração do museu, fortemente marcada pelo discurso voltado à história do futebol profissional masculino. A escolha dos acervos a serem incluídos foi realizada a partir de uma curadoria compartilhada com atletas, que indicaram imagens representativas de suas carreiras e disponibilizaram seus arquivos pessoais para o Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

5 MUSEU DO FUTEBOL. Banco de dados. São Paulo: Museu do Futebol, [2020]. Para maiores informações, acessar: https://museudofutebol.org.br/crfb/banco-de-dados/. Disponível em: 4 ago. 2023.

6 Claudia Silva Jacobs é formada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Relações Políticas e Internacionais pela CERIS-ULB Diplomatic School of Brussels (Bélgica) e Gerenciamento de Novas Mídias pelo Birkbeck College (Inglaterra). Trabalhou no Jornal dos Sports, no Última Hora e no jornal O Globo. Atuou como produtora na BBC, em Londres, onde conquistou o Prêmio Ayrton Senna de reportagem de rádio com a série *Trabalho Infantil no Brasil*. Foi, por seis anos, Diretora de Comunicação da Riotur. Fonte: Claudia Silva Jacobs. Colabora: Jornalismo Sustentável. 2023. Para maiores informações, acessar: https://projetocolabora.com.br/author/claudia-silva/. Disponível em 13 out. 2023.

7 Lançado em 13 de março de 1931 na cidade do Rio de Janeiro, o Jornal dos Sports foi fundado pelo jornalista Argemiro Bulcão e comprado em 1936 por Mário Filho. Sob seu comando, tornou-se referência na cobertura esportiva, sobretudo do futebol. Sua marca registrada era a primeira página na cor rosa. Sua última edição foi publicada em 10 de abril de 2010.

Fotografia antes e depois do tratamento realizado pelo Núcleo de Comunicação. Acervo Claudia Silva Jacobs. Direitos Reservados.

Photo before and after the treatment carried out by the Communication Center. Claudia Silva Jacobs' Archive. All Rights Reserved.

The Brazilian Football Reference Center (CRFB) is the nucleus of the Football Museum[1] responsible for researching and documenting the different expressions of football in Brazil, with a view to building up and safeguarding the institution's collection. Given the cross-cutting nature of its work, the CRFB team is always in constant dialogue with the museum's other departments, especially the Communication, Education and Exhibitions and Cultural Programming departments.

With the aim of promoting the dissemination of its research and collections, the Football Museum has created a profile on Google Arts & Culture[2] and periodically feeds the page with virtual exhibitions related to different themes, always with football as the common thread.

In this space, the experience of the process of conceiving, developing and executing the virtual exhibition will be reported *Primeiro Mundial de Mulheres na China: memórias da jornalista Claudia Silva, única brasileira na cobertura do torneio* [*First Women's World Cup in China: memories of journalist Claudia Silva, the only Brazilian covering the tournament*] — which was coordinated by the CRFB team, in conjunction with the Football Museum's Communications department.

Launched on the GAC platform on April 27, 2023, the exhibition *Primeiro Mundial de Mulheres na China* [*First Women's World Cup in China*] was part of the program organized by the Museum for the ninth edition of the Women's Football World Cup, which featured the temporary exhibition *Rainhas de Copas* [*Queens of Hearts*][3].

In fact, we can say that over the course of its history, the Football Museum has become, at the same time, a great promoter of women's football and a reference point for the production of research into this universe. Since 2015, as part of the project *Visibilidade Para o Futebol Feminino* [*Visibility for Women's Football*][4], the Reference Centre maps, collects and digitizes the personal collections of athletes, researchers and other sports professionals, such as journalists, narrators and referees. The materials collected are incorporated into the institution's collection, processed, cataloged and used in temporary and virtual exhibitions, as well as being made available for reference in the museum's database[5].

"The Reference Centre maps, collects and digitizes personal collections"

It was within this context of collecting collections and liaising with the protagonists of this story that we had access to the journalist Claudia Silva Jacobs' material[6], the only Brazilian to cover the Experimental Cup in China, in 1988. At the time she was an intern at *Jornal dos Sports*[7], Claudia closely followed the entire trajectory of the first Brazilian women's national team at the invitation of the CBF (Brazilian Football Confederation) — at the time, she was the only woman among the journalists covering the organization's day-to-day work in Rio de Janeiro. The virtual exhibition *Primeiro Mundial de Mulheres na China* [*First Women's World Cup in China*] was conceived from an unpublished collection kindly provided by the journalist to the CRFB. The photographic collection, made up of 34 items, was digitally treated and received the technical processing necessary for its inclusion on the Google Arts & Culture platform.

To create virtual exhibitions, it is necessary to prepare curatorial texts and a metadata spreadsheet with detailed information on each of the collections selected for the project. The content involves describing the places, people and events portrayed, as well as inserting credits and keywords to help search for the items on Google pages.

Since Claudia lives in Rio de Janeiro, the next step was to schedule a virtual meeting with the aim of immersing ourselves in the stories behind the photographic records that were made available. This conversation was very important, since the journalist's memories were reactivated and helped in the process of detailing and enriching the information.

So, from the records and the conversation with Claudia Jacobs, the CRFB junior researcher, Everton Apolinário, developed a proposal for the narrative thread of the exhibition, which was validated and revised by the journalist.

At the end of this stage, Everton and Dóris Régis, documentation technician, they began the process of producing the metadata spreadsheet, inserting content about the collection in Portuguese and English — a fundamental resource that allows the content to reach potential international audiences.

At the same time, the selected photos were processed by the Football Museum's designer, Hugo Takeyama, from the IDBrasil Communications team. As these are analog photos, produced for the purpose of personal recording, it is natural that this type of source has its own particularities.

As mentioned above, the exhibition was published on the platform on April 27, 2023. At the time of the final revision of this text (October 2023), the Football Museum's page with this exhibition on the Google Arts & Culture platform had registered a total of 17,709 hits.

1 The Football Museum (MF) is a public facility of the São Paulo State Department of Culture, Economy and Creative Industry, managed by the IDBrasil Culture, Education and Sport Social Organization, a non-profit organization that is also responsible for managing the Portuguese Language Museum (MLP).

2 Founded in 2011, o Google Arts & Culture (GAC) provides tools and technologies for museum institutions in different parts of the world to share their collections, allowing their content to reach the world. Source: GOOGLE ARTS & CULTURE. About [S.l.]: Google, [2023]. For more information, visit: https://support.google.com/culturalinstitute/partners/answer/4395223?hl=pt-BR. Available on Oct. 13, 2023.

3 The program also included activations in public spaces (such as subway stations) and meetings, tables and lectures related to the theme.

4 Held in 2015, the exhibition *Visibilidade Para o Futebol Feminino* [*Visibility for Women's Football*] sought to make the story of the women who fought for the development and practice of women's football in Brazil better known. Its creation came from research aimed at collecting sources and records on women in sport, with a view to incorporating contents to the narrative of the museum's long-term exhibition, which is strongly marked by a discourse focused on the history of men's professional football. The choice of collections to be included was made on the basis of a shared curatorship with athletes, who indicated representative images from their careers and made their personal archives available to the Brazilian Football Reference Center.

5 FOOTBALL MUSEUM Database São Paulo: Football Museum, [2020] To more information, visit: https://museudofutebol.org.br/crfb/banco-de-dados/. Available at: Aug 4. 2023.

6 Claudia Silva Jacobs has a degree in Journalism from the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-RJ), Political and International Relations from CERIS-ULB Diplomatic School of Brussels (Belgium) and New Media Management from Birkbeck College (England). Worked for Jornal dos Sports, Última Hora and O Globo newspapers. She worked as a producer at the BBC in London, where she won the Ayrton Senna Award for radio reporting with the TV series *Trabalho Infantil no Brasil* [Child labor in Brazil]. She was Riotur's Communications Director for six years. Source: Claudia Silva Jacobs. Colabora: Jornalismo Sustentável. 2023. To more information, visit: https://projetocolabora.com.br/author/claudia-silva/. Available on Oct. 13, 2023.

7 Launched on March 13, 1931 in the city of Rio de Janeiro, *Jornal dos Sports* was founded by the journalist Argemiro Bulcão and bought in 1936 by Mário Filho. Under his command, it became a benchmark in sports coverage, especially football. The pink front page was her trademark. Its last edition was published on April 10, 2010.

Claudia posa em frente ao Rio Tâmisa em Londres durante a escala para retorno ao Brasil, 1988. Acervo Claudia Silva Jacobs. Direitos Reservados.

Claudia poses in front of the River Thames in London during a stopover to return to Brazil, 1988. Claudia Silva Jacobs' Archive . All Rights Reserved.

A PRESENÇA DAS MULHERES NO FUTEBOL

Musealização da coleção de futebol feminino no Museu do Grêmio — Hermínio Bittencourt, Porto Alegre, RS

The Presence of Women in Football: Musealization of the Women's Footbal Collection at the Grêmio Museum

SIBELLE BARBOSA DA SILVA

Lucas Uebel

SIBELLE BARBOSA DA SILVA é mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e museóloga do Museu do Grêmio — Hermínio Bittencourt.

has a master's degree from the Graduate Program in Museology and Heritage at the Federal University of Rio Grande do Sul and museologist at Grêmio Museum — Hermínio Bittencourt.

INICIA A PARTIDA

O estudo de museus de clubes de futebol pode ser considerado um campo de pesquisa relativamente novo na área da Museologia (ALFONSI, 2017; MITIDIERI, 2022). Entretanto, a importância de compreender o papel desses museus como espaços de memória, fabricação de identidades e patrimônio cultural tem se tornado cada vez mais evidente. No interior dos estádios e no seu entorno presenciamos diversas manifestações culturais e, por serem espelhos da sociedade, nesses lugares temos observado casos de racismo, misoginia, homofobia, gentrificação, xenofobia, entre tantos outros obstáculos para tornar esse espaço para todos e todas.

A partir do cenário exposto, essas demandas chegam até os museus clubísticos, contudo, essas pautas de debate contemporâneo acabam ficando de fora da agenda desses espaços, pois a prioridade de atividades desses lugares recai somente na produção de dados estatísticos e no culto ao passado glorioso da agremiação. Portanto, elaborar políticas culturais nos clubes se torna complexo, pois os dirigentes não entendem os espaços museológicos como lugares potentes para provocar problematizações contemporâneas da sociedade. Outra questão é que as coleções, as pesquisas e as exposições retratam, quase sempre, apenas o futebol profissional masculino, mesmo que anteriormente as agremiações tivessem outras modalidades em atividade, como o remo, o ciclismo, o atletismo e o próprio futebol praticado pelas mulheres.

Nessa perspectiva, este relato de experiência tem o objetivo de demonstrar como é possível implementar projetos que contemplem outros atores sociais em museus de clubes, lugares considerados conservadores, mas que carregam um potencial significativo de incluir narrativas plurais (MORAES, 2020). Nesse sentido, iremos compartilhar o impacto positivo da formação, da exposição e do debate em torno da coleção de futebol feminino do Museu do Grêmio, em Porto Alegre (RS). Isso tem motivado, paulatinamente, o reconhecimento das atletas do passado pelo Clube e quanto aos objetos, testemunhos da participação das mulheres como protagonistas de suas histórias, ao serem incluídos na exposição de longa duração, provocam interações e interlocuções significativas junto aos diversos públicos.

TOMANDO A POSSE DA BOLA: AS PROTAGONISTAS ENTRAM EM CAMPO NO MUSEU DO GRÊMIO

O Museu do Grêmio, oficialmente instituído em dezembro de 1984, está consolidado como instituição museológica que trabalha a identidade e a memória do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. Além de expor o acervo histórico do clube, realiza pesquisa museológica sobre a prática do futebol e outros esportes do passado. Além disso, a atividade principal da instituição é a produção de estatísticas e efemérides, informações elaboradas pelo setor de documentação e história que seguem para o setor de comunicação para serem compartilhadas nas mídias sociais do clube.

Assim sendo, o maior desafio do setor museológico foi o de realizar e propor atividades que vão além do culto do passado da agremiação e iniciar um processo de trazer ao debate público temas contemporâneos ainda pouco debatidos, mas que causam

obstáculos de democratização para todos e todas do espaço do futebol, como são os casos de misoginia, racismo, homofobia, xenofobia e gentrificação no interior e no entorno dos estádios. Portanto, a intenção é utilizar o espaço do museu para trazer ao debate esses temas, não só nas exposições, mas também nas ações educativas da instituição.

Nesse sentido, a nossa oportunidade de iniciar esse processo de visibilização de novas narrativas surgiu a partir do retorno do departamento de futebol feminino ao clube em 2017, devido a uma imposição por parte da Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL) ao determinar que os clubes de futebol profissionais masculinos de toda a América do Sul, para continuarem participando das competições promovidas pela entidade, deveriam obrigatoriamente, até 2019, viabilizar em seus departamentos esportivos equipes de futebol feminino (BARREIRA; MAZZEI; CASTRO; GALATTI, 2020). Com o retorno da prática, nos ficou evidente que o primeiro passo seria estruturar um projeto de pesquisa museológica sobre a existência da modalidade no clube.

Dessa forma, o setor de pesquisa histórica unido ao setor museológico, provocados pelos seus públicos, que já estavam questionando a inexistência de abordagem de alguns temas no espaço museológico, como por exemplo, o futebol de mulheres, promoveu o Projeto Narrando Histórias, que tinha como objetivo entrevistar as atletas do novo time de futebol feminino. E foi nesse processo de diálogo com as atletas que descobrimos que havia no passado do Grêmio times anteriores, nas décadas de 1980 e 1990. Na sequência, o passo seguinte do setor museológico foi o de prospectar em um depósito do Grêmio, que contém aproximadamente 3.500 troféus de diversas modalidades esportivas, se havia troféus e taças que materializavam as conquistas femininas anteriores

"Esse processo não seria possível sem a escuta dos nossos públicos e a ação das atletas"

da modalidade do futebol. Ao todo foram encontrados, entre os anos de 2018 e 2021, vinte e nove troféus e uma medalha, que estavam em desordem nesse espaço e representam as premiações das atletas da década de 1990. Esses objetos foram inventariados e encaminhados para a primeira reserva técnica do museu, formando uma coleção específica de futebol de mulheres com a finalidade de evitar novas dissociações dessas peças futuramente (PEDERSOLI JR.; ANTOMARCHI, 2017). Atualmente, a coleção conta com trinta e três troféus, uma chuteira, uma braçadeira, duas camisetas, duas medalhas e três quadros; e continua em expansão, na medida em que a pesquisa museológica se intensifica e as atletas vão conquistando novos prêmios.

Nessa perspectiva, nossa ação subsequente foi de incluir na exposição de longa duração o primeiro troféu dessa nova fase da modalidade no clube, o de Campeãs do Campeonato Gaúcho de 2018, o que gerou algumas dificuldades e tensões internas para a sua inclusão na exposição, por ser visto inicialmente como desnecessário. Superadas essas divergências iniciais, de 2018 até este momento o espaço aumentou de tamanho, passando a apresentar cinco peças de diversas materialidades, disponibilizadas na vitrine destaque da exposição de longa duração, que têm chamado a atenção dos nossos públicos, especial-

Cristiano Oliveski – Grêmio FBPA

mente nas mediações oferecidas aos visitantes escolares. Os estudantes, ao interagirem com os objetos, questionam-nos de diversas formas, transformando esses artefatos em objetos diálogo (BRUNO, 1997). Além das reações argumentativas, outros perfis de públicos têm prestigiado a ação de incluirmos as atletas mulheres na exposição.

Cabe salientar que esse processo não seria possível sem a escuta dos nossos públicos e a ação colaborativa das atletas do presente e do passado clubístico que assessoraram nas escolhas dos objetos que entrariam em exposição a partir de 2018 e nos auxiliaram na identificação de atletas e premiações anteriores do clube. Logo, entendemos que a participação das comunidades para direcionar nossas ações é fundamental para o fazer museológico contemporâneo.

Portanto, essa experiência museológica tem sido significativa tanto para a instituição, que trouxe para o debate público a visibilidade do futebol feminino, quanto para o empoderamento das antigas, novas e futuras atletas, visto que a modalidade ainda é recebida com preconceito por uma significativa parcela de torcedores, uma vez que a presença de mulheres nesse esporte tensiona as relações de gênero estruturadas socialmente. Assim sendo, o museu se configura como local ideal para que esse debate ocorra e que seja um espaço de construção de políticas culturais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como resultados preliminares dessas ações, podemos destacar que devido à atividade de pesquisa museológica desenvolvida para a criação desta coleção, ao entrar em contato com os documentos do Grêmio, descobrimos inúmeras atletas, gestoras e torcedoras que também fizeram parte da história do clube. Nesse sentido, o projeto foi ampliado, dando origem a um eixo de pesquisa denominado Mulheres no Grêmio (2022) subdividido, inicialmente, em três linhas de investigação: atletas, dirigentes e torcedoras.

Podemos citar, também, o reconhecimento que o clube tem dado gradativamente às atletas pioneiras, especialmente para a primeira capitã e fundadora do primeiro time de mulheres do Grêmio (1980), Marianita Nascimento. Outra observação, a partir deste relato, é que museus de clubes de futebol, considerados como lugares tradicionais, podem também realizar ações colaborativas com seus públicos e propor o debate em seu ambiente de temas e problemas contemporâneos. Portanto, vale destacar que estamos considerando futuramente ampliar as ações com a coleção de futebol feminino, mas também abrir espaço para incluir outras temáticas que precisam de debate no museu como os casos de racismo e gentrificação no entorno e no interior do estádio. Por isso, está sendo criado o núcleo técnico científico

do Museu do Grêmio que está em fase de projeto a partir do Plano Museológico da Instituição (2024). O objetivo do núcleo será de abrir espaço para a comunidade participar ativamente das próximas decisões do museu, propondo novas exposições, bem como a ampliação de ações educativas, oficinas e realização de palestras junto dos públicos.

Em síntese, o exercício de escuta dos públicos e a participação colaborativa das atletas são essenciais para dar seguimento ao projeto de história oral como o de pesquisa museológica. Podemos dizer que essas ações têm promovido uma relação simbólica desses objetos com os públicos, como por exemplo, as mulheres têm se sentido mais inclusas nesse espaço como protagonistas de suas histórias, tendo como mediador o museu e suas interlocutoras. Nesse sentido, o Museu do Grêmio tem exercido uma parte de suas funções sociais e pretende dar continuidade e fortalecer esse processo de cidadania e representatividade em parceria com seus públicos.

ALFONSI, Daniela. *Réplicas Originais: um estudo sobre futebol nos museus.* Tese de Doutorado — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas — Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2017. 187 p..

BARREIRA, Júlia; MAZZEI, Leandro Carlos; CASTRO, Flavio Denardi de; GALATTI, Larissa Rafaela. Conmebol e o Futebol de Mulheres: uma análise das estratégias de desenvolvimento (in)existentes na América do Sul. *In:* MARTINS, Mariana Zuaneti; WENETZ, Ileana (Orgs.) *Futebol de Mulheres no Brasil: desafios para as políticas públicas.* Curitiba: CRV, 2020. p. 29 – 38.

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Museus de empresa: princípios, problemas e perspectivas. *In: Cadernos de Sociomuseologia, n. 10.* Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 1997. p. 43 – 46.

CHAGAS, Mário. *Há uma gota de sangue em cada museu: a ótica museológica de Mário de Andrade.* Chapecó, SC: Argos, 2015. 139 p..

PEDERSOLI JR., José Luiz; ANTOMARCHI, Catherine. *Guia de Gestão de Riscos para o Patrimônio Museológico — 3.* (The ABC method — A risk management approach to the preservation of cultural heritage). Instituto Canadense de Conservação (Canadian Conservation Institute, CCI), IBERMUSEUS, ICCROM, 2017. 122 p..

MITIDIERI, Maria Cristina de A. *A experiência esportiva nos museus: Os museus do esporte e a comunicação celebratória do patrimônio esportivo musealizado.* Doutorado (Tese) — Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2022: 237 p..

MORAES, Julia. Entretecendo conceitos, mirando o horizonte da participação: musealização, comunicação e públicos. In: *Museologia & Interdisciplinaridade, Vol. 9*, Especial/ Dez de 2020, p. 144-160.

THE MATCH BEGINS

The study of football club museums can be considered a relatively new field of research in Museology (ALFONSI, 2017; MITIDIERI, 2022). However, the importance of understanding the role of these museums as spaces of memory, identity-making and cultural heritage has become increasingly evident. Inside and around stadiums we witness various cultural manifestations and, because they are mirrors of society, in these places we have seen cases of racism, misogyny, homophobia, gentrification, xenophobia, among many other obstacles to making this space for everyone.

Based on the above scenario, these demands reach club museums, but these contemporary debate agendas end up being left off the agenda in these spaces, as the priority of their activities falls only on the production of statistical data and the cult of the club's glorious past. Therefore, drawing up cultural policies in clubs becomes complex, because the managers don't see museums as powerful places to give rise to discussion of contemporary issues in society. Another issue is that the collections, research and exhibitions almost always portray only men's professional football, even though the clubs previously had other disciplines in activity, such as rowing, cycling, athletics and women's football itself.

From this standpoint, this experience report aims to demonstrate how it is possible to implement projects that include other social actors in club museums, places that are considered conservative, but which have significant potential to include plural narratives (MORAES, 2020). In this sense, we will share the positive impact of the training, exhibition and debate around the women's football collection at the Grêmio Museum, in Porto Alegre (RS). This has gradually led to the club recognizing the female athletes of the past, and the objects that bear witness to the participation of women as protagonists of their stories, when included in the long-term exhibition, provoke significant interactions and dialogue with multiple audiences.

TAKING POSSESSION OF THE BALL: THE PROTAGONISTS TAKE TO THE FIELD AT THE GRÊMIO MUSEUM

The Grêmio Museum, officially established in December 1984, is consolidated as a museum institution that works on the identity and memory of Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. As well as exhibiting the club's historical collection, it carries out museological research into the practice of football and other sports of the past. In addition, the institution's main activity is the production of statistics and ephemeris, information produced by the documentation and history department, which is then sent to the communications department to be shared on the club's social media.

Therefore, the biggest challenge for the museum sector has been to carry out and propose activities that go beyond the cult of the team's past and to start a process of bringing to public debate contemporary issues that are still little debated, but which cause obstacles to the democratization of the football space for all, such as misogyny, racism, homophobia, xenophobia and gentrification inside and around stadiums. Thus, the intention is to use the museum's space to bring these themes into debate, not only in the exhibitions, but also in the institution's educational activities.

In this sense, our opportunity to start this process of making new narratives visible arose from the return of the women's football department to the club in 2017, due to an imposition by the South American Football Confederation (CONMEBOL) determining

that professional men's football clubs throughout South America, in order to continue participating in the competitions promoted by the entity, must, by 2019, make women's football teams possible in their sports departments (BARREIRA; MAZZEI; CASTRO; GALATTI, 2020). By bringing back such practice, it became clear to us that the first step would be to structure a museum research project on the existence of the sport at the club.

Therefore, the historical research department, together with the museum department, provoked by their audiences, who were already questioning the lack of approach to certain themes in the museum space, such as women's football, promoted the Storytelling Project, which aimed to interview the players of the new women's football team. And it was in the process of talking to the players that we discovered that there were previous teams in Grêmio's past, in the 1980s and 1990s. The next step for the museum sector was to look in a Grêmio warehouse, which contains approximately 3,500 trophies from various sports, to see if there were any trophies and cups that materialized previous women's achievements in football. In total, twenty-nine trophies and one medal were found between 2018 and 2021, which were in disarray in this space and represent the awards of athletes from the 1990s. These objects were inventoried and sent to the museum's first technical reserve, forming a specific collection of women's football in order to avoid further dissociation of these pieces in the future (PEDERSOLI JR.; ANTOMARCHI, 2017). The collection currently includes thirty-three trophies, a boot, an armband, two shirts, two medals and three paintings, and continues to expand as museum research intensifies and the athletes win new awards.

From this standpoint, our subsequent action was to include in the long-term exhibition the first trophy of this new phase of the sport at the club, the 2018 Rio Grande do Sul (Gaúcho) League's Champions, which generated some difficulties and internal tensions for its inclusion in the exhibition, as it was initially seen as unnecessary. After overcoming these initial differences, the space has grown in size since 2018 and now features five pieces of different materials, available in the showcase highlighted by the long-term exhibition, which have attracted the attention of our audiences, especially in the mediations offered to school visitors. When students interact with objects, they question them in different ways, transforming these artifacts into dialog objects (BRUNO, 1997). In addition to the argumentative reactions, other audience profiles have welcomed the move to include women athletes in the exhibition.

It's worth noting that this process wouldn't have been possible without listening to our audiences and the collaborative action of female athletes from the club's present and past, who helped us choose the objects that would go on display from 2018 onwards and helped us identify the club's previous athletes and awards. Therefore, we understand that the participation of communities in directing our actions is fundamental to contemporary museum-making.

Thus, this museum experience has been significant both for the institution, which has brought the visibility of women's football into the public debate, and for the empowerment of former, new and future athletes, given that the sport is still received with prejudice by a significant portion of supporters, since the presence of women in this sport strains socially structured gender relations. As such, the museum is the ideal place for this debate to take place and for it to be a space for building cultural policies.

FINAL CONSIDERATIONS

As preliminary results of these actions, we can highlight that due to the museological research activity developed for the creation of this collection, when we came into contact with Grêmio's documents, we discovered countless athletes, managers and supporters who were also part of the club's history. In this sense, the project was expanded, giving rise to a research axis called *Mulheres no Grêmio* [Women at Grêmio] (2022) initially subdivided into three lines of investigation: athletes, managers and supporters.

We can also mention the recognition that the club has gradually given to pioneering athletes, especially to the first captain and founder of the first women's team at Grêmio (1980), Marianita Nascimento. Another observation from this report is that football club museums, considered to be traditional places, can also carry out collaborative actions with their audiences and propose a debate on contemporary issues and problems in their environment. Therefore, it's worth noting that we're considering expanding our activities with the women's football collection in the future, but also making room to include other topics that need to be debated in the museum, such as cases of racism and gentrification around and inside the stadium. For this reason, the scientific technical nucleus of the Grêmio Museum is being created, which is in the design phase based on the institution's Museological Plan (2024). The purpose of the center will be to open up a space for the community to actively participate in the museum's next decisions, proposing new exhibitions, as well as expanding educational activities, workshops and lectures for the audience.

In short, the exercise of listening to the audience and the collaborative participation of the athletes are essential to continue the oral history project as a museum research project. We can say that these actions have promoted a symbolic relationship between these objects and the audience, for example, women have felt more included in this space as protagonists of their stories, with the museum and its interlocutors as mediators. In this sense, the Grêmio Museum has exercised part of its social functions and intends to continue and strengthen this process of citizenship and representativeness in partnership with its audiences.

ALFONSI, Daniela. *Réplicas Originais: um estudo sobre futebol nos museus.* Tese de Doutorado — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas — Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2017. 187 p..

BARREIRA, Júlia; MAZZEI, Leandro Carlos; CASTRO, Flavio Denardi de; GALATTI, Larissa Rafaela. Conmebol e o Futebol de Mulheres: uma análise das estratégias de desenvolvimento (in)existentes na América do Sul. *In*: MARTINS, Mariana Zuaneti; WENETZ, Ileana (Orgs.) *Futebol de Mulheres no Brasil: desafios para as políticas públicas.* Curitiba: CRV, 2020. p. 29 — 38.

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Museus de empresa: princípios, problemas e perspectivas. *In: Cadernos de Sociomuseologia, n. 10.* Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 1997. p. 43 — 46.

CHAGAS, Mário. *Há uma gota de sangue em cada museu: a ótica museológica de Mário de Andrade.* Chapecó, SC: Argos, 2015. 139 p..

PEDERSOLI JR., José Luiz; ANTOMARCHI, Catherine. *Guia de Gestão de Riscos para o Patrimônio Museológico — 3.* (The ABC method — A risk management approach to the preservation of cultural heritage). Instituto Canadense de Conservação (Canadian Conservation Institute, CCI), IBERMUSEUS, ICCROM, 2017. 122 p..

MITIDIERI, Maria Cristina de A. *A experiência esportiva nos museus: Os museus do esporte e a comunicação celebratória do patrimônio esportivo musealizado.* Doutorado (Tese) — Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2022: 237 p..

MORAES, Julia. Entretecendo conceitos, mirando o horizonte da participação: musealização, comunicação e públicos. In: *Museologia & Interdisciplinaridade, Vol. 9,* Especial/ Dez de 2020, p. 144-160.

ENTREVISTA *INTERVIEW* ALEMBERG QUINDINS

Francisco Alemberg de Souza Lima, o Alemberg Quindins, de 58 anos, possui várias alcunhas que o acompanham: contador de estórias, pesquisador das tradições populares, músico autodidata, poeta, artista plástico, empreendedor social, militante pelo reconhecimento da Chapada do Araripe como patrimônio cultural da humanidade, idealizador dos "museus orgânicos", avô da Ana Rosa e da Maria Flor, torcedor do Icasa — sobre o qual escreveu o livro *Icasa do meu coração*. Há 31 anos, criou a Fundação Casa Grande — Memorial do Homem Kariri, que ocupa a primeira casa grande da fazenda que deu origem ao município de Nova Olinda (CE), com o intuito de resgatar a memória do povo da região do Cariri e trabalhar com as crianças para o desenvolvimento de empreendedores sociais e para a geração de renda mobilizando a cidade. Os alunos e as alunas da Fundação Casa Grande mantêm um canal de TV, uma emissora de rádio, uma editora de gibis, uma videoteca e um museu. A ideia é desenvolver a capacidade de liderança das crianças a partir dos laboratórios de produção.

Vindo para São Paulo, a fim de dar aula em um curso de produção cultural, o Museu do Futebol convidou-o para ser o primeiro entrevistado da revista Arquibancada. A relação de Alemberg com o Museu do Futebol vem de longa data. Em visitas anteriores à capital paulista, ele já havia deixado um depoimento sobre suas memórias acerca do futebol, que pode ser consultado no Centro de Referência do Futebol Brasileiro. Agora, ele retorna para falar um pouco mais sobre sua visão de museus, suas memórias acerca de futebol e também suas esperanças para o futuro.

Após visitar a exposição *Futebol de Brinquedo*, conversou por mais de uma hora com Marília Bonas, diretora técnica do Museu do Futebol, e Fiorela Bugatti, coordenadora do Centro de Referência do Futebol Brasileiro do Museu do Futebol, que se revezaram e se somaram nas perguntas.

Foto: Ciete Silvério

Há alguns anos, você veio aqui no Museu do Futebol e deixou um depoimento sobre sua relação com o futebol, que é algo que passa muito pelas suas memórias de infância e também em lugares do Brasil distantes do eixo Rio-São Paulo. Como surgiu esta sua relação com o futebol?

A primeira vez que tive contato com o futebol foi perto da década de 70, 1970. E ali naquela época, poucas casas tinham televisão. Eram duas televisões na cidade: uma na casa do prefeito e outra na casa de meu pai. Meu pai tinha uma radiadora, aqueles megafones em torno da praça, com uma programação musical noturna, quando o povo ficava rodando em torno na praça. Ali aconteciam muitos casamentos, muitos namoros, oferecendo uma música: "alguém para alguém, alguém de vestido branco com bolinha vermelha para alguém que está com a calça marrom e uma camisa encarnada", então...

Todo mundo já sabia.

E meu pai era muito antenado. Ele escutava a BBC de Londres à noite. Então eu me lembro que a primeira capa de disco da radiadora, que eu me lembro, foi o disco *Freewheelin'*, do Bob Dylan, de 1963, em que foi gravado *Blowin' In The Wind*. Então eu me criei dentro de uma radiadora. Meu pai também tinha um time de futebol, chamado Titan Futebol Clube. A sede do Titan Futebol Clube era lá em casa e ele organizava o uniforme do Titan, a chuteira, o meião, era tudo "engraxadinho", era assim uma coisa... Times de outras cidades vinham para jogar com o Titan, e meu pai criou um campo de futebol que ficava em um terreno da gente que se chamava "os cajueiros", porque tinha os pés de caju lá. O time rival era o da cidade vizinha, que era Santana do Cariri, que se chamava Itarema Futebol Clube. E o Itarema não perdia uma, porque tinha um goleiro por nome de Chico, e Chico era um goleiro muito bom. É o único goleiro que eu vi, assim, até hoje, que chutava uma bola nele e ele deixava a bola passar dele para ir buscá-la depois. Normalmente, um goleiro ali, quando ele vê...

Vai na frente.

Já vai: "Vou dali mesmo", né? Ele não, ele fazia esse "charmezinho": deixava a bola passar, pulava para trás e pegava. E a primeira imagem minha de futebol foi estar ali assistindo a todo mundo e assistindo ao jogo ali, vendo o jogo. Eu pegava e me sentava em uma pedra atrás de Chico para vê-lo jogando, pegando bola. Para mim o jogo era Chico. E daí desenvolveu-me essa coisa de ser goleiro. Eu queria ser goleiro. Achava bonita a profissão de goleiro. Mais à frente, quando eu me encontrei com aquela frase de Gilmar, que diz que no campo o goleiro é o único que gosta da bola, porque só ele a abraça enquanto os outros todos a chutam, eu me identifiquei muito com aquilo. Porque eu me identificava com aquele abraço na bola, com aquelas defesas que o Chico fazia. Então eu me lembro até hoje de uma defesa de Chico: eu sentado na pedra, o cara chutou lá no ângulo e ele foi lá, buscou e caiu encaixado com a bola. Chico jogava de camisa preta. Então quando eu comecei a ser goleiro na minha juventude, eu também jogava assim. Eu tinha essa coisa de achar bonito. Até hoje eu acho bonito. Quando eu vejo um goleiro jogando de preto, eu digo: "pronto, essa é a camisa do goleiro mesmo", entendeu? A sede do Titan era lá em casa. Então o tempo passou, veio a Copa de 70 e nela surgiu a Telstar, que era a bola da Copa, a bola de 1970.

Conforme andei lendo, ela foi baseada no primeiro satélite lançado que transmitia as primeiras imagens da televisão. Enquanto estava acontecendo lá o Brasil jogando, eu e meu irmão estávamos em um corredor da casa chutando. Uma porta era...

Um gol, e a outra...

E a outra o gol adversário... A gente chutando uma bola, na época, a Pelé. Um irmão de criação da gente que morava no Rio, que trouxe de presente para a gente essa bola Pelé. Então, a bola Pelé parecia com a Telstar — era de borracha, mas parecia com a Telstar — e daquele jeito a gente jogava futebol. Para mim, ali foi uma coisa de ter o privilégio de na minha casa ter uma televisão e assistir à Copa de 1970...

Nossa!...

Na sala da casa da gente, aquilo ali era uma coisa... um privilégio. Depois o meu pai foi embora para o Parque do Araguaia, ali entre a região do Pará e Goiás, entre o Rio Araguaia e o Rio Tocantins. Nós chegamos naquela época e a cidade não tinha nada, não tinha... não pegava televisão — isso já em 1974 — e o meu pai tinha uma loja de eletrodomésticos. Então, a gente já escutava o jogo pelo rádio e a gente... quais eram as três formas de você ter contato com o futebol? Tinha o rádio que você ouvia, aí vinha aquela equipe que a gente ouvia por ela, que era Jorge Curi, Mário Vianna, Waldir Amaral, aquela equipe da Globo que era uma coisa... não é? Lembro-me como hoje, "Waldir Amaral, deixe comigo." Ali (na região do Araguaia) a gente jogava futebol de campo, só que os gramados não tinham grama, eram campos chamados de "campos de poeira". Eu era menino, escutava rádio, ouvia o jogo e, na minha cabeça, via como se do rádio estivesse saindo a poeira porque era aquela imagem que eu tinha de um campo de futebol. A outra coisa era que nas rodoviárias das cidades tinha uma banquinha de revistas. Então, na banca de revistas chegava, toda vez em que era lançada, uma Placar, vinham dois exemplares para a cidade: um estava à disposição e o outro já estava encomendado para o meu irmão mais velho, porque o dono da banca já sabia...

Que ele iria comprar.

Que ele iria comprar. E lá em casa no quarto da gente era cheio de pôsteres. Você via aquelas imagens nos pôsteres de futebol e no Canal 100. E isso fez com que muita gente torcesse para os clubes do Rio... Então, quando a gente via a imagem dos jogos de futebol? Quando a gente ia para o cinema e assistia ao Canal 100. Era ali que a gente via. A gente ouvia no rádio e imaginava como estava lá. Depois a gente via na Revista Placar as fotos e ficava encantado com aquelas fotos, imaginando... assim, tudo nas coisas que eu via, na minha imaginação elas sempre criavam movimento. Então, eu via aquelas fotografias e imaginava ali o movimento. Eu via as coisas, eu ouvia o rádio e eu via a poeira na minha imaginação. Eu me emocionava mesmo. Eu me transportava para dentro de tudo que eu fazia e que eu me dedicava. E o Canal 100 a gente assistia, então, ficava todo mundo esperando aquelas cenas no Canal 100 que a gente tinha ouvido no rádio, que chegavam muito depois do jogo acontecido. O Canal 100 já chegava muito mais depois no cinema, então, a gente via aquelas imagens... vamos dizer... aqueles pontos alegóricos. O rádio trazendo a emoção, a Placar trazendo a pose e o...

E o Canal 100...

E o Canal 100 trazendo movimento. Fazia com que a gente imaginasse que o futebol era aquilo. Então, o que a gente fazia? A gente ia para o mato, tirava uns paus das forquilhas, tirava um pau que era para fazer o travessão. Ia naqueles donos de terreno na cidade, onde hoje é Tocantins, pedia o terreno e eles davam o terreno para as crianças brincarem, para a gente fazer os campinhos da gente na cidade. Por quê? Porque preservava o terreno deles ali e ninguém invadia, não é?

Porque era de interesse público.

Nós éramos "os guardiões" daquele terreno. E surgiram vários campinhos, e cada campinho tinha a sua característica. Por exemplo, tinha o "campo do pé de pequi". O "campo do pé de pequi" tinha uma árvore... Então, era uma árvore bem formosa, o tronco é bem volumoso e os galhos dela se espalham muito, então, no centro — era o pequi, era a árvore de pequi. Então, o goleiro de um lado...

Não via o outro. Que ótimo!

Entende? E o seguinte, no "campo do pé de pequi", o pé de pequi jogava, era um jogador a mais. Então, eu cheguei a levar gol — eu como goleiro — do cara chutar a bola, eu pular, bater no galho do pé de pequi e valia. Você entende?

Maravilhoso!

Eu tenho um amigo, Dico. O Dico foi bater o tiro de meta, aí correu para bater a bola... "pá!", chutou, bateu no pé de pequi, voltou e foi gol contra. Quem fizesse um gol contra naquela época era uma vergonha, não é?

Mas foi o pequi que fez, foi o pé de pequi, aí não tem...

Ele (Dico) correu para casa chorando por ter feito um gol contra, entende? Era várzea. Tinha esse "campo do pé de pequi" em que a gente jogava, tinha o campinho da igreja. No campo da igreja não podia dizer nomes feios, porque ali era a igreja e o padre estava ali também. Os meninos não podiam dizer nomes feios porque tinham que se confessar e a penitência era grande para quem dissesse nomes feios. E perto do campinho da igreja tinha um hotel. E para esse hotel iam os viajantes que naquela época iam vender "mosqueteiros", levavam aquelas caixas com pintos, todos coloridos, lembram? Que pintavam os pintos de rosa, de verde, de azul, e esse povo passava vendendo isso pelas cidades. Eles chegavam ao hotel, tomavam um banho, sentavam-se numa cadeira de balanço e ficavam esperando pela hora do jantar. E a meninada achava que aqueles viajantes eram olheiros do São Paulo, do Flamengo, do Vasco, do Corinthians... Então, no campo do pé de pequi a gente achava que alguém iria ver a gente...

Para levar.

Para levar, entende? Para jogar. Então, eu naquele campo, quando eu jogava, eu chegava em casa todo ralado, entende? Porque eu fazia defesa, eu dava o sangue, porque era para alguém ver. Eu só me lembro daquele filme Ferdinando. Do touro, ele batendo...

Exato.

É isso aí. E tinha o campo da valeta, que era um campo que ficava próximo do asfalto da Belém-Brasília, e lá foi onde a gente via o soldado passar para a guer-

rilha do Araguaia. E no campo da valeta tinha uma lagoa do lado, então, qual era o destaque do campo da valeta? O time que fazia gol, quem fizesse o gol, tinha o direito de mergulhar na lagoa. E todo mundo querendo fazer o gol para mergulhar na lagoa. O destaque era que os meninos jogavam todos nus. Nós jogávamos do jeito que iríamos pular, entende? Porque se jogássemos e molhássemos o calção, ficaríamos com o calção pesado.

Aí já não valia.

Nós jogávamos todos nus, e aquele soldado passando para a guerrilha do Araguaia olhava e achava interessante um monte de meninos nus jogando bola. Aí estava com a mãe e aquela coisa toda. Esses campinhos... eles tinham cada um a sua personalidade. Então, eu criei uma revista inspirada na Placar, a qual as crianças apelidavam de Placarzinho. Além de jogar no gol eu era repórter no campo. Então, eu comecei a fazer o registro dos campeonatos que tinha. Lá não tinha troféu, na cidade não tinha essas casas que vendiam troféus, então, a gente comprava na feira aquele jarro de louça em que botavam flores, em cima da mesa, de enfeite: este era o troféu. A gente fazia um campeonato. A gente saía com um papel com o nome do time...

Tudo certinho.

E saía pedindo dinheiro para os comerciantes. Então, quando a gente saía pedindo dinheiro para os comerciantes, eles davam aquele dinheiro, a gente ia até um senhor que tinha um armarinho, O Luca Reis. Eles vendiam naquela época as camisas com o emblema dos times. Todas as camisas eram brancas, mas tinham o emblema dos times. Eu mesmo tive dois times, que eram o São Paulinho e o Vasquinho. Então, era essa coisa, e tinha a Placarzinho e quando eu chegava à beira do campo, era a mesma coisa. Os meninos ficavam fazendo de tudo, porque era para aquela jogada deles sair na revista. Eu chegava e as pessoas posavam para eu fazer...

O desenho.

O desenho do pôster do menino. Eu seguia todo aquele "ritual" da Placar. Vinha a capa e na capa vinha um recorte do que tinha, tipo: "Toninho fez um gol de cabeça."; "Fulano..."

Os destaques...

É, os destaques. Aí quando ia para dentro tinha as matérias e no meio, quando você abria no centro, eu só via o pôster. E no final tinha piadas. A piada que era... tinha atrás, na Revista Placar antigamente, uma página com...

Palavras cruzadas.

Palavras cruzadas e tinha uma piadinha. E eu fazia isso. E tinha também revistas Placar em que, além do pôster do meio, elas faziam o pôster da contracapa, no final tinha um posterzinho do tamanho de uma folha. Então, isso aí... eu conseguia todo esse ritual. Quando era na segunda-feira — os jogos aconteciam no sábado e no domingo — eu estava com a Placarzinho na escola. Então, os meninos adoravam se ver, entende?

Claro!

E eu tinha chamado atenção para aquele lance, para aquele gol de "barreira" e tudo. Agora os campos também de futebol, além de terem essas denominações de acordo com esse detalhe: o campinho da igreja, o "campinho do pé de pequi", o campinho da valeta. Tinha também os lugares onde você driblava, tinha a trave que você pulava, porque tinha um lugarzinho que era... tipo assim, em que nascia grama, nascia capim, então, ali era o lugar de dar carrinho, era o lugar de dar bicicleta...

E já sabia que não iria se machucar. Exato!

Isso. Ali era o lugar onde você fazia as jogadas, entende? A trave normalmente... como é num campo de terra, uma trave tinha um terreno mais duro de um lado e a outra trave um terreno mais... então, numa você sobe e não deixava fazer gol, mas quando você ia para a outra trave, no caso eu como goleiro, era a trave que fazia as grandes defesas. Aí a gente começa onde tem esses elementos, por rádio. Então, a gente jogava como se tivesse uma pessoa narrando, e essa era a emoção que nos movia. A gente quando fazia defesa, imaginava-se parando no ar, que era a fotografia da Placar, e a gente quando estava se movimentando não se via naquele ritmo em que a gente estava se movimentando, a gente estava se vendo na câmera, porque o Canal 100 era na tela, e a gente escutava...

A trilha sonora.

Tudo existia na imaginação da gente. Então, isso era uma coisa que, quando ia para fazer a Placarzinho, eu também não fazia a Placarzinho com a imagem do campo de terra. Eu fazia com a torcida como era,

"Criei uma revista inspirada na* Placar *que as apelidavam de* Placarzinho. *Eu era repórter."

entende? Porque a gente via na Placar como via no Canal 100. Então, eu fazia no estádio mesmo, as camisas todas... se era do Flamengo, era preta e vermelha. Se era do São Paulo, do Corinthians, do Santos... Então, fazia essas camisas e desenhava do jeito que eram as camisas dos clubes, mas na realidade não era nada daquilo. O campinho era o nosso campinho, mas a gente vivia numa outra...

Era a imaginação.

...numa outra dimensão, ou seja, é o que chamam de "universo paralelo". A gente vivia nisso e foi muito importante para a formação da gente. O futebol fez uma agenda de crianças, ou seja, todo sábado e todo domingo tinha jogo. A gente tinha o mapa do território futebolístico... a gente tinha esse mapa e é uma coisa bacana. O que é bacana nisso tudo? É que o futebol nos uniu. O clássico de lá era o Flamenguinho. Tinha o São Paulinho, o Vasquinho e outros times. Mas quando você ia ficando rapaz, dos 13, 14, 15, até chegar aos 18 e tal, então, existia um campão, que era o campo grande em que já jogavam 11 jogadores de cada lado, e você era escolhido ou pelo Flamenguinho ou pelo Bahia, que eram os times que jogavam, que eram os grandes rivais. Aí esses dois times eram os dois grandes times da cidade. O que é bacana é

que nós fomos embora, mas aqueles meninos que ficaram continuam até hoje jogando uma vez por ano o Flamenguinho e o Bahia, e...

É o clássico.

É o clássico, então, hoje já todos com o seus 50, 60 e tal... volta todo mundo — é no último domingo do ano — para a cidade, porque aqueles que ficaram passam o ano todinho arrecadando dinheiro para fazer uma festa e fazer o jogo que chamamos de "jogo da amizade". Eu tenho um irmão que mora nos Estados Unidos e ele veio de lá para jogar esse jogo.

Maravilhoso!

Tem gente que mora em países aqui da América Latina e vem também. Outros moram em outros estados, vêm e trazem os filhos, trazem as esposas, para ver esse jogo.

É um acontecimento, um grande acontecimento.

É o jogo mais antigo do estado de Tocantins.

Miranorte, então, fica nessa região do Araguaia da qual você estava contando?

Isso, era a uma hora de Palmas, que é a capital. Existe até hoje esse jogo lá, que é muito bacana. Eu mesmo pego o meu carro e atravesso o Ceará, atravesso o Piauí, o Maranhão e vou para o Tocantins. São quatro estados, eu ando por 1.500 quilômetros para fazer esse jogo. Aí todo ano tem um minuto de silêncio para quem morreu. Mas é bacana isso, porque... o que eu achei e o que eu acho muito bacana é o futebol, que é a nossa referência e continua sendo motivo de reencontros nessa localidade, sabe? Eu acho uma grande ideia daqueles que não puderam sair da cidade para fazer com que a gente volte para aquele lugar. Esse ano vai ser a despedida minha e do meu irmão do futebol.

Ah, por quê?

Eles estão comprando um troféu de uma luva e de uma chuteira para o meu irmão. E o seguinte, a gente vai para lá para fazer esse jogo. Nós compramos, eu e o meu irmão, um uniforme retrô do Flamengo da época e do Bahia da época, todo — camisa, calção, meião, tudo — para a gente fazer esse jogo. Nesse ano vai ser um jogo que vai rememorar mesmo o retrô dessa história. E hoje já está, assim... a turma já não aguenta jogar o jogo todo, aí já entram os filhos.

Já entram os filhos.

Por conta dessa história da Placarzinho que eu resolvi criar essa exposição chamada *Bola*, que é uma exposição de 22 telas 90x60. Essa exposição traz esse universo. Ela é repartida em três, vamos dizer assim, "níveis". A primeira é a bola, em homenagem à primeira bola... tinha aquela propaganda "o primeiro você jamais esquece".

Tinha.

Então, a primeira bola você jamais esquece...

Nunca vai (esquecer).

A tela tem a primeira bola e ela é a única coisa que é

sombreada, que dá volume. Depois eu pego e aprofundo, não é? É 3D, não é?

Esse é.

É um nariz 3D, aí a segunda coisa é uma imagem que você vai encontrar nas revistas Placar. Eu pego aquela imagem, trago para dentro da tela e, no fundo, está a torcida das minhas Placarzinho. Ali é onde, vamos dizer assim, eu tenho a liberdade de criar, porque essa primeira é a bola, então, a bola já é suprema, ela já é... inclusive, na mesma posição, com o mesmo sombreamento em todas. O segundo é a imagem que eu tiro da revista, boto ali nas fotografias e vou brincando. Eu faço os clássicos dos estados brasileiros. Então, eu pego Ceará, Pernambuco, Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo, Rio, eu pego todos esses clássicos e vou fazendo alguns elementos da arquitetura local, como a arquitetura do Oscar Niemeyer no clássico lá de Brasília, os engenhos de cana-de-açúcar de Alagoas, o Teatro Amazonas de Manaus. E eu vou brincando um pouco com isso e, lá no fundo, crio os meus próprios personagens, a torcida, cada uma com uma expressão, que é essa expressão que a gente via, como se aquilo tudo fosse a torcida que estava torcendo quando a gente era criança. Então, é uma homenagem à Placarzinho. Ainda eu tenho duas Placarzinho, a número um e a número dois, porque eu mandei para uma tia e ela guardou. Eu tenho uma revista especial, que eu fiz porque, quando os adultos viram eu fazendo aquelas revistinhas, procuraram-me para fazer uma especial do Bahia, que era o time dos adultos. Pediram-me e eu fiz, essa revista estava em Goiânia na mão de uma pessoa e ela resolveu me dar, ela guardava debaixo de sete chaves. E eu soube que tem uma professora que tem ainda uma revistinha dessa, só que ela não dá para ninguém.

Deixe lá, a gente digitaliza! Fale para ela mandar a foto pra cá pro museu!

E, vamos dizer assim: a Placarzinho ganha maturidade com essa exposição. Eu não sei se vocês se lembram de que dentro da revista Placar vinha o Coringão que era um suplemento. Esse suplemento era para dizer quais eram os possíveis resultados, para você ir até a loteria esportiva e fazer a loteria pelos pontos, para jogar na loteria. Então, eu tenho o Coringão que eu fazia também da previsão dos jogos. Eu tenho isso aí. A exposição anda com uma bola Telstar, que eu consegui comprar na França, anda com as duas Placarzinho e a revista especial. Anda com o Coringão e anda com os campinhos de futebol de vidrinho, porque o meu pai era farmacêutico e ele... para a gente ficar ali do lado dele e não ir para a rua, ele fez um futebol em que ele pegava aqueles vidros de Benzetacil e de penicilina. A gente pintava as camisas dos times, pregava com cola e botava ali as travinhas, a gente pegava aqueles litros de cachaça — 50 milímetros — vinha o dosador e vinha uma bolinha branca dentro, uma bolinha incolor, aí era a bolinha. Então, ele fazia o campo e a gente jogava, jogando com o dedo, assim, dando peteleco com o dedo e ali a gente criou o futebol de vidrinho. Esse futebol de vidrinho, todo menino lá em Miranorte tinha um time de futebol. Existia um campeonato de futebol de vidrinho na cidade e era disputadíssimo, tinha o campeão de futebol de vidrinho. Quem era o campeão do futebol de vidrinho? Eu sou o campeão de futebol de vidrinho desse ano. Então, era o campeão...

E o que era o campo?

O campo era no chão.

Aí desenhava, riscava?

Aí desenhava, riscava... jogava cal para fazer a marcação, ou riscava primeiro com um pauzinho para ficar com um buraquinho, para a cal não ficar se espalhando. E como que a gente marcava o tempo? Era muito interessante isso, a gente pegava um cabo de telha, aí cuspia no cabo de telha e, quando o cuspe secasse, terminaria o jogo.

O melhor relógio. No verão, o relógio acaba mais rápido, não durava nem um minuto. Tinha que jogar na sombra. Na sombra o jogo leva mais tempo.

E tinha o juiz... Isso era uma coisa, assim de anunciar... "o campeão tal foi fulano, foi campeão de vidrinho da cidade".

Maravilhoso!

Mas era muito bacana, porque, assim, a gente arrumava uma forma. Então, você pode ver que o futebol foi o nosso brinquedo, entende? O nosso brinquedo da infância. Então, esse campeonato de vidrinho era uma coisa disputadíssima no meio do futebol e dos brinquedos, porque naquela época você não tinha brinquedos. A gente ia para a beira do asfalto, tinha um hotel lá e um restaurante, para ver os meninos que vinham de Belém ou de Brasília que eram... assim, a professora dizia para a gente: "olhem aqui, nós estamos mais ou menos aqui no mapa." Então, eu fui um menino que vivia a infância fora do mapa do Brasil. Nós não existíamos para o país, porque a gente estava fora do mapa, a cidade da gente não estava no mapa. E a gente ficava lá no hotel por causa deles: os meninos que passavam com os brinquedos. Então, a gente via os meninos falando sobre edifícios e a gente não entendia o que era aquilo. Como um morava em cima do outro? Para nós não existia uma lógica como essa. Então, foi essa a minha...

A sua iniciação?

A minha iniciação no futebol. Mais na frente, lá na região do Cariri, tem o Icasa, que é o clube de futebol que nasce no ciclo do algodão. O Padre Cícero traz uma máquina da Inglaterra, a beneficiadora do algodão, para Juazeiro do Norte, e ele ao trazer essa máquina só chega até um determinado ponto. Então, tiveram que entrar em Juazeiro com essa máquina por cima de umas rodas de pau. E montaram. Depois essa indústria foi vendida e foi criado o Icasa. Indústria Cearense de Algodão S.A., o Icasa. E lá nessa fábrica se criaram dois times. Esses times começaram a jogar — como uma diversão da fábrica — e resolveram criar um time chamado Icasa. Depois, mais na frente, com o Icasa criado e, na época existia a Liga de Futebol de Juazeiro, os jogos eram localizados ali e o Icasa se profissionaliza em 1970. Quando meu filho nasceu, brincando de bola com ele, joguei a bola para ele e ele correu sem olhar para ela e deu um chute de canhota. "Olhe, esse menino dá para futebol, porque ele é canhoto e todo canhoto é bom, e ele não olha quando eu jogo a bola para ele, ele já tem noção...". "De onde ele vai bater o pé." Aí com seis anos de idade, eu o botei na escolinha do Icasa. E criei um livro chamado *Icasa do Meu Coração*, para contar... fui fazer a pesquisa, desde o ciclo do algodão entre os árabes e os ingleses na área industrial, de como era usado o algodão, de como o algodão no Brasil chega em dois momentos como na Guerra da Independência dos Estados Unidos e depois na Guerra da Secessão Americana. Então, eu fui fazendo toda

essa pesquisa. Para quê? Para fazer um livro, o livro para contar a história para os meninos da escolinha, porque os meninos da escolinha não sabiam a história do clube. Eles não sabiam. Aí eu fiz o livro para contar a história das crianças do Cariri e como foi que surgiu esse clube para o meu filho: usando o meu filho como sendo o primeiro ouvinte. Fiz o livro e vendi... o Icasa estava na Série B do Campeonato Brasileiro, então, eu tinha os jogos lá anotados, eu vendi esse livro para a criação do museu do Icasa.

Do Icasa?

É, do time do Icasa, e depois fui chamado para ser diretor da escolinha do Icasa, diretor de futebol da escolinha do Icasa. E procurei organizar a escolinha. Então, foi um movimento bacana, porque eu imagino ver aquilo que faltava na gente. A gente jogava descalço — um tinha um kichute e o outro tinha um conga — com aquele uniforme imaginário. Eu dirigindo uma escola de crianças e falei assim: "isso é muito bacana."

E aproveitando isso que você falou sobre o museu, na sua trajetória... você é uma pessoa premiada, uma referência na área de patrimônio e memória no Brasil, muito pela experiência desde a Fundação Casa Grande em 1992. E a questão dos museus orgânicos também, tudo isso como um modelo novo de outros tipos de relação, outra criação de estrutura institucional, de relação com o território, com as pessoas que estão lá, que atuam nos museus e trabalham juntas nas instituições. Toda uma preocupação de sustentabilidade. É uma coisa que tem muito a ver com a nova definição dos museus que, inclusive, fala sobre isso, que os museus são abertos ao público, acessíveis, inclusivos, fomentam a diversidade, a sustentabilidade e que têm a participação das comunidades, que é muito uma tradição que você faz e a gente fica feliz. Acho que agora a gente tem uma definição de museu que, inclusive, reconhece trajetórias como a sua. Assim, como você entende, nessa relação de museu e comunidade, de espaços de memória e sustentabilidade, esse potencial do futebol? Quer dizer, toda essa história maravilhosa que você trouxe é uma história que a gente vê dessa importância afetiva do futebol no Brasil. Como você vê dentro da sua experiência, já pensando em memória e pensando em museus? Como a própria itinerância da sua exposição. Assim, como que você vê o futebol como esse elemento da identidade para além do futebol da Série A no dia a dia do brasileiro nessa extensão gigantesca que é o Brasil?

Olha, eu acho que, primeira coisa, futebol é alegria, e só é alegre quem tem saúde. Então podemos dizer que o futebol é saúde. E ele é um indicador. A alegria é um bálsamo que nós temos dentro da gente e faz com que a gente tenha saúde. Eu acredito muito na força da alegria. E eu acho que a palavra "museu" é uma palavra que é muito importante de se ter por todo o canto. Você imagine uma criança, entre tantas que tem no Brasil, que nasce em um lugarzinho, em uma cidadezinha em um estado em que na cidade não tem mu-

seu? Então essa palavra é uma porta. Ela não é uma palavra, é uma porta. A palavra "museu" é justamente para uma noção de se encontrar e encontrar o mundo. Então eu fico vendo lá em Nova Olinda que vêm aquelas escolas visitar o Museu da Casa Grande, aí eu acho tão bonitinho. A professora pega aquele elástico, amarra lá, e as criancinhas veem tudo... Aquilo é uma das coisas mais lindas que eu acho. Para quê? Para visitar o museu. Tem uma fala de um tocador de pife de Pernambuco... Não sei se é Zezinho do Pife... mas é um pifeiro, que toca pife, aquele instrumento feito de bambu. E na apresentação do disco dele, o apresentador disse assim: eu perguntei ao Zezinho como é que ele faz tanta música bonita. E ele me respondeu o seguinte: que anda de ônibus, e as músicas passam pela janela. Então você imagine o que é sair de sua sala de aula para ir ao museu, essa paisagem coletiva de Joãozinho, Mariazinha, Tozinho, aquele grupo de meninos coletivamente passando pela rua, caminhando para ir para onde? Para ir ao museu. Estavam trancados dentro de uma sala. Por isso que eu não acredito só em educação integral: eu acredito em educação integrada, certo? Então assim o museu também tem que ter uma relação com o seu entorno, com o território onde ele está, certo? Então se eu chego aqui no Museu do Futebol e sei que bem aqui tem um restaurante, que ali tem alguma coisa... Eu aproveito o entorno e isso traz para o território uma inclusão e distribuição de renda, está certo? Daí é que eu acho que a gente tem que procurar fazer museus de territórios. Não se pode levar em consideração só o assunto, mas também o território. A Fundação Casa Grande, eu restaurei a casa do meu avô, as crianças da cidade invadiram e trouxeram uma solução de um museu a partir da ótica delas. Um museu em que no terreiro os meninos jogavam bila, as meninas iam brincar de casinha lá, está entendendo? Quer dizer, era um museu em que estava a menina brincando de casinha, cada uma com sua boneca, chegou o visitante, chegou o turista — olha, pode ser outra palavra no repertório, "turista". Aí eles corriam tudinho, iam atender. Terminavam de atender, mostrar aquilo ali, voltavam para brincar de boneca, comadre, compadre, por causa dessa coisa, né? Então, quer dizer, olha só a relação do museu com a alegria. Então foi aí que a gente resolveu criar os museus orgânicos, que são museus que são as casas dos mestres. Ao invés de estar uma peça ali guardada em um expositor, não. Ela está na casa da pessoa e ela vai contar a história da peça. Aí eu sempre gosto de brincar com as coisas assim: qual é o primeiro conceito de um museu orgânico? É não ter conceito, entendeu? O museu orgânico traz uma coisa que é o seguinte: que o museu não foi feito para contar história, que o museu foi feito para conversar história. Então às vezes você anda dentro dos museus, tem mil pessoas ali, mas você não faz amizade com ninguém e sabe que todos gostam do mesmo assunto, certo?

Senão não estavam ali.

É. Então, quer dizer, quando você chega no museu orgânico... E uma coisa muito bacana: para que serve um museu em um padrão assim, desse padrão de um museu em que você não faz amigo, que o museu interativo ganhou sozinho, né? É o seguinte: só serve para quem construiu o museu, quem inaugurou e para quem fez. Mas as pessoas mesmo que visitam são só visitantes. É diferente de um museu orgânico que é o seguinte: a gente pega o tema, por exemplo, Seu Espedito Seleiro. Seu Espedito Seleiro vem do ciclo do couro. Então se fala um pouco aqui sobre o ciclo, fala-se sobre o mestre, que ele é um personagem do ciclo do couro. No ciclo do couro nasceu o ferreiro,

o seleiro e o vaqueiro, três personagens do ciclo do couro, dos caminhos da boiada do sertão brasileiro. Então se faz ali, e cada pessoa que chega, de acordo com a pessoa do dia em que ela está, ela conta uma história diferente, de uma visão diferente. Então tem coisas que o próprio visitante instiga aquele mestre a contar histórias, e ele leva histórias inéditas que se você for ver, todo mundo traz um pedaço da história daquele mestre e ninguém é dono dela. Então todo dia ela é diferente. Ela não é aquela história contada por papagaio. Eu fiz o Museu de Seu Espedito e tem história que eu nunca escutei, que foi contada por uma pessoa porque ele sentiu aquela pessoa e naquele dia ele lembrou daquilo, e que a energia daquela pessoa que estava ali despertou nele lembrar desse detalhe. Então aquela pessoa é uma agente propulsora de trazer memórias. Por isso que o museu é um lugar de conversar histórias, porque é muito mais valoroso para eu despertar tudo aquilo que aquele mestre tem dele: "Olhe, é isso aqui esta história, então vamos botar aqui dentro e quem quiser saber da história do Seu Espedito, venha a mim, porque fui eu que montei o museu dela". Não. É desprovido disso. Então você pode chegar lá e trazer o Espedito que eu não tinha conhecimento, porque você foi e teve o privilégio de ouvir coisas dele que eu não ouvi. E ele está na casa dele ali atendendo o menino, tomando um café. "Não, fica aqui, aqui tem um quarto e uma rede, almoça aqui em casa...". Então você termina criando vínculos, entendeu? E o museu é orgânico justamente por isso, porque ele está ali, mas ele não é a coisa principal. O principal é a relação entre ele e o contador de estória que está ali, certo? Então houve momentos lá que a Fundação Casa Grande estava em obra. E o povo ia e achava bonitinho aqueles meninos explicando as coisas. Olhe só, a graça do museu estava entre o menino e o quadro que estava explicando e não...

Não do quadro ou só do menino.

Do quadro ou só do menino, você está compreendendo?

É da relação.

Isso é uma das coisas tão importantes como a gente dizer: "Rapaz, a gente está atrás de combustível fóssil, atrás de combustível, atrás do não sei o quê...", o sol é a maior fonte de energia. Por que não conseguimos ainda transformar o sol em combustível? Então se a graça do museu é história, por que é que nós temos que aprisionar em uma gaiola a história? Por que nós não podemos libertar a história? Uma vez eu fui chamado para o Museu do Sporting lá em Lisboa e fui ter uma conversa com as pessoas, a equipe do museu, a respeito dessa coisa do museu orgânico e tal. Então o que é que se via? É que aqueles atletas muitas vezes eram levados lá para o museu do clube porque alguns deles iam sendo esquecidos e entraram em depressão. Isso gerava um problema de saúde que muitas vezes o clube tinha que...

Tinha que...

Então, você... imagine se eu chego na casa, vamos supor, do Eneias, eu vou dizer aqui uma coisa... que foi um dos jogadores famosos do Benfica e tal, ou outro jogador, é o seguinte, eu visito o museu, mas o museu me dá a lista de alguns jogadores que possam me receber nas suas casas, e lá com certeza ele tem coisas que não cabem nas reservas técnicas dos museus. Então, você poder junto ao museu, ter conversas com esses atletas para receber em casa e eles têm relembrado... tem muito jogador de futebol que eu fico pensando: "rapaz, como está esse jogador? Como

está o Zanata? Como está o Rondinelli? Como estão essas pessoas que jogaram na minha época?" Então, eles têm um acervo. Eu achei muito bacana uma palavra de Dario que ele disse assim: "não me esqueça." Então, como nós pudemos fazer essa conexão? Porque o turismo já faz. Você visita Buenos Aires, aí você visita também o museu da La Bombonera, aquele lá do tango, você... ele propõe uma coisa...

Um roteiro, não é?

Então, é o seguinte, você tem pessoas que possam receber. Trazer para eles serem lembrados novamente e bota eles novamente na ativa. É de você conversar com essas pessoas e aí é onde o museu é saúde, é aí onde o museu é alegria. E há uma extensão disso, de você, são moradas de conteúdos, certo? Cada atleta é uma morada de conteúdo. Então, isso aí é o que eu acho que é importante, que é quando a gente fala sobre território. Aí você diz assim: "ei, se o Museu do Futebol envolve tantos atletas, o território é onde esse atleta estiver." Certo?

Que é o Brasil inteiro, não é?

Que é o Brasil inteiro...

Maravilhoso! Quase o mundo, o mundo inteiro, não é?

Então, por exemplo, você... eu me lembro do Caçapava, que era um jogador do Internacional, e eu soube depois que o Caçapava morava do outro lado de Teresina — tem uma cidade lá e ele morava lá — era pai de santo...

Olha só...

E tinha uma escolinha de futebol. Cara...

Que história incrível!

Olhe que história incrível. Você está entendendo? Então, é bacana você dizer, assim, você ter... imagine que o Museu do Futebol tenha esses museus orgânicos e você visitar lá no Maranhão o Museu do Caçapava, está entendendo? Que recebe a chancela do Museu do Futebol. Então, vocês estão evitando inchar de reservas técnicas, porque não tem reserva técnica alguma em que caiba a história do futebol brasileiro e essas coisas, mas vocês estão, como a fundação está fazendo, chancelando os museus orgânicos. O Sesc hoje é quem financia esses museus orgânicos, então, nós já temos museus no Ceará e em Pernambuco, certo? Então, de contar essas histórias, você vai à casa lá em Exu, aí tem os museus Luiz Gonzaga, que comprou máquina de costurar para fazer as roupas dele e deu para três famílias. Então, um fazia isso, o outro fazia tal peça e o outro fazia tal peça. Então, você vai lá e visita as famílias. E olhe, aí mais uma vez o museu é saúde, encontramos um caso, num desses museus, de que a mulher era casada com o marido há não sei quantos anos e era intrigada, viviam os dois dentro de casa e não falavam um com o outro.

"Intrigada" você diz...

Intrigada, eles não se falavam, já velhinhos. O museu está lá e voltaram novamente a...

A se falar!

A se falar. Você está compreendendo? Está sendo visitado...

É o museu em que a conversa é entre si, não é? É o diálogo.

E você chega e vai saber. "e aí, Maria? E aí, José?" Tal, não sei o que... Vão ter que se falar... Você está entendendo?

Maravilhoso!

Você está compreendendo? Aí ela passa a ter o valor. Você vai à casa, por exemplo, do mestre Antônio Luiz, o museu chegou à cozinha. Por quê? Porque Rosa fazia um feijão como ninguém, e Rosa passou a ser um personagem mesmo não dançando no reisado de couro, sabe? Mas passou um personagem porque Rosa tem o sorriso mais lindo do mundo, está entendendo? Então, o sorriso de Rosa veio para dentro do museu. A cozinha de Rosa veio para dentro do museu. Então, você vai lá e come. Imagine — vamos aqui voltar novamente ao Caçapava — que existe... eu tenho um museu, eu sou uma pessoa, tenho história, quero fazer o meu museu aqui na minha casa, eu sou um jogador de futebol e eu quero receber. Moro... eu sou, por exemplo, o Mirandinha, que foi um dos primeiros jogadores a jogar fora do Brasil, hoje é técnico lá em Imperatriz. Imagine que a casa do Mirandinha vire um lugar que é um museu orgânico, uma morada de conteúdo, chancelado pelo Museu do Futebol. É esse... Você está compreendendo? Ele, o Mirandinha, tem uma placa lá, está entendendo? De que é isso, é aquilo, e recebe a chancela do Museu do Futebol. Olhe, nós fizemos 13 museus no Cariri, custou 236 mil reais. Vocês estão entendendo? Não é nada. Imagine se você tem esses museus espalhados pelo Brasil, na casa dessas pessoas. Rapaz, esses velhinhos que jogaram futebol e têm história, que gostam de contar... Que vão para a praça contar. Imagine ele me receber na sua casa, está entendendo? E ali já está dentro do pacote, está entendendo? É o seguinte, já está pago isso e é assim que está acontecendo. Então, além de ter... de ele ser incluso, o futebol distribui renda, porque eu vou para a casa do Mirandinha, vou visitá-lo, certo? Ele vai me receber, nós vamos almoçar ou tomar um café, já está pago ali...

Já está pago.

Está entendendo? Ele recebeu e me recebeu e vai contar a sua história. Isso é saúde, isso traz ele novamente para a ativa, porque essas memórias estão morrendo, essas pessoas estão morrendo de tristeza porque foram esquecidas, não é? E o clássico disso, aquela música *Balada Número 7 — Mané Garrincha*. Acho que esse é a triste partida do êxodo do nordeste, a música do Moacyr Franco, é aquela ali. Eu acho que aquela ali é a triste partida do jogador de futebol, que é a *Balada Número 7*, que é justamente: "Cadê você? Você passou." Muitos deles estão aí de pé, mas já morreram para a memória do futebol brasileiro. Então, eu acho que... e foi essa a minha fala no Museu do Sporting, de você ir ao Museu do Sporting, mas você ter mapeado alguns atletas que receberam e que podem te receber na sua casa para uma conversa, um bate-papo sobre futebol. Eu fui lá ao São Januário, eu vi o Vasco ser campeão da Taça Guanabara de 1976, eu ouvi aqui pelo rádio, para mim ele marcou muito, foi o meu título emocionante. Eu fui procurar na sede, na sala de troféus do Vasco, ninguém sabia me informar sobre onde estava aquele troféu, só disseram que estava ali no meio.

Tem um monte, não é? Dessas coisas tem um monte.

Então, são coisas que eu acho que são bacanas, sabe? Porque para mim... olhe, nós tivemos por dois anos um convênio com o Barcelona. Eu passei dois anos indo para Barcelona, fazendo formação nas unidades deles, das escolas da periferia de Barcelona, e o Enrique Roca, que é um dos patrões do Barcelona, veio até mim: "Alemberg, é o seguinte..." Na época, o senador Maldonado era um dos diretores lá do Barcelona, e eles disseram: "nós não temos dinheiro." E eu disse: "olhe, eu não quero o dinheiro de vocês, eu quero a marca de vocês." Porque se o nosso programa de esportes é chancelado pelo Barcelona...

Opa, não precisa de mais nada.

Você está compreendendo? Então, a relação se dá por esses valores. É isso que eu acho que o Museu do Futebol, o Museu da Pré-história e o museu do... é todo o território brasileiro que conta a história de um povo que migrou, de um povo que jogou, está entendendo? E isso está espalhado pelo Brasil. Eu acho que a história em que eu acredito é nessa unidade nacional pela sua história, porque são os valores que o Brasil acumula, que são muito fortes.

Olhe, a gente tem que encerrar. Eu só tenho uma pergunta: o Icasa tem um museu hoje, então? Ou não tem mais?

Não, o Icasa... eu arrumei o dinheiro todinho. Quando eu fui montar, começou a montar, o presidente do Icasa mudou e resolveu fazer uma academia lá onde era o museu.

O triste fim de um projeto, mas que fica, já está pronto.

Mas é o seguinte, eu tenho um museu... na minha cabeça, o que eu fiz? Minha mãe tem um sítio em Assaré, na cidade de Assaré, que é a terra do Patativa do Assaré, e eu construí um apartamento lá com o meu irmão para a gente ir para lá. E o seguinte, eu fiz do meu quarto um museu, botei... eu trouxe, até vou mostrar algumas fotos para vocês. Eu trouxe a memória e o meu quarto parece... assim, não tem aqueles quartos em que você vê, assim, entendeu? De cinema, de jogos, que é fã de Rock ou é fã de beisebol, alguma coisa. É assim, não é?

Com os pôsteres.

Então, eu tenho aquele quarto que o meu irmão fez, naquela época, com uma revista Placar. Então, eu tenho o quarto que é o quarto em que está ali a memória do Icasa, então, eu tenho fotografias, história, está tudo lá.

E tem o livro também, não é? Que...

E tem o livro, e eu adoro me deitar no quarto e ficar "namorando" com as paredes.

Alemberg, muito obrigada, a gente poderia ficar aqui por quatro dias.

E quando vocês quiserem e tiverem um tempo, vão lá fazer uma visita à Fundação...

Francisco Alembert de Souza Lima, also known as Alemberg Quindins, 58 years, has several nicknames that accompany him: storyteller, researcher of popular traditions, self-taught musician, poet, visual artist, social entrepreneur, activist for the recognition of the Chapada do Araripe as a World Heritage Site, creator of the "organic museums", grandfather of Ana Rosa and Maria Flor, supporter of Icasa — about which he wrote the book *Icasa do meu coração* [*Icasa of my heart*]. 31 years ago, he created the Casa Grande Foundation — Memorial of the Kariri Man, which occupies the first big house on the farm that gave rise to the municipality of Nova Olinda (CE), with the aim of recovering the memory of the people of the Cariri region and working with children to develop social entrepreneurs and generate income by mobilizing the city. The students at Casa Grande Foundation run a TV channel, a radio station, a comic book publishing house, a video library and a museum. The idea is to develop the children's leadership skills through the production laboratories.

Having come to São Paulo to teach a course in cultural production, the Football Museum invited him to be the first interviewee for Arquibancada magazine. Alemberg's relationship with the Football Museum goes back a long way. On previous visits to São Paulo, he had already left a statement about his memories of football, which can be consulted at the Brazilian Football Reference Center. Now, he returns to talk a little more about his vision of museums, his memories of football and his hopes for the future.

After visiting the *Futebol de Brinquedo* [*Toy Football*] exhibition, which is open to the public until April 2024, he talked for over an hour with Marília Bonas, technical director of the Football Museum, and Fiorela Bugatti, coordinator of the Brazilian Football Reference Center at the Football Museum, who took turns asking questions.

Photos: Ciete Silvério

A few years ago, you came here to the Football Museum and gave a statement about your relationship with football, which is something that goes back a lot to your childhood memories and also to places in Brazil far from the Rio-São Paulo hub. How did your relationship with football come about?

The first time I had any contact with football was around the 70s, 1970s. And back then, very few houses had television. There were two televisions in the town: one in the mayor's house and one in my father's house. My father had a radiator, those megaphones around the square, with a nightly music program, when people would go around the square. There were many weddings there, many courtships, offering music: "someone for someone, someone in a white dress with red polka dots for someone wearing brown pants and a red shirt", so...

Everyone already knew.

And my father was very up-to-date. He listened to the BBC in London at night. So I remember that the first Radiator album cover, as far as I can remember, was the album *Freewheelin'*, by Bob Dylan, 1963, where *Blowin' In The Wind* was recorded, So I grew up inside a radiator. My father also had a football team, called Titan Futebol Clube. At Titan Futebol Clube It was at home and he organized Titan's uniform, boots, socks, everything was "polished", it was like that... Teams from other cities came to play Titan, and my father created a football field on our land called "the cashew trees", because there were cashew trees there. The rival team was from the neighboring town of Santana do Cariri, which was called Itarema Futebol Clube. And Itarema never lost a game because they had a goalkeeper by the name of Chico, and Chico was a very good goalkeeper. He's the only goalkeeper I've seen to this day who would kick a ball at him and he'd let it go past him to pick it up later. Normally, a goalkeeper there, when he sees...

Go ahead.

It's coming: "I'll go from there", right? He didn't, he did this "little charm": he let the ball pass, jumped back and caught it. And my first image of football was being there watching everyone and watching the game there, watching the game. I used to go and sit on a rock behind Chico to watch him play, catching a ball. For me the game was Chico. And then I developed this thing about being a goalkeeper. I wanted to be a goalkeeper. I thought the profession of goalkeeper was beautiful. Later on, when I came across that Gilmar quote, which says that on the field the goalkeeper is the only one who likes the ball, because only he hugs it while everyone else kicks it, I really identified with that. Because I identified with that hug on the ball, with those saves that Chico made. So I remember to this day one of Chico's saves: I was sitting on the rock, the guy shot from an angle and he went over, picked it up and fell down with the ball. Chico played in a black shirt. So when I became a goalkeeper in my youth, I also played like that. I had this thing about finding it beautiful. I still think it's beautiful. When I see a goalkeeper playing in black, I say: "okay, that's the goalkeeper's shirt", got it? Titan's headquarters were at home. Then time passed, the 70 World Cup came along and the Telstar was born, which was the World Cup ball, the 1970 ball. As I've read, it was based on the first satellite launched that transmitted the first television images. While Brazil

was playing there, my brother and I were in a corridor of the house kicking. A door was...

One goal, and another...

And the other the opponent's goal... At the time, we were kicking a ball, the Pelé. One of our younger brothers, who lived in Rio, brought us this Pelé ball as a gift. So the Pelé ball looked like the Telstar — it was rubber, but it looked like the Telstar — and that's how we played football. For me, it was like having the privilege of having a television in my house and watching the 1970 World Cup...

Awesome!...

In the living room of our house, that was something... a privilege. Then my father left for the Araguaia Park, between the region of Pará and Goiás, between the Araguaia River and the Tocantins River. We arrived at that time and the town had nothing, there was no television — that was in 1974 — and my father had an appliance store. So we already listened to the game on the radio and we... what were the three ways you came into contact with football? There was the radio that you listened to, then there was that team that we listened to through it, with Jorge Curi, Mário Vianna, Waldir Amaral, that Globo team that was something... isn't it? I remember it like today, “Waldir Amaral, leave it to me." There (in the Araguaia region) we played field football, but the field didn't have grass, they were called "dust fields". I was a boy, I listened to the radio, I heard the game and, in my head, I saw the dust coming out of the radio because that was the image I had of a football field. The other thing was that in the bus stations in the cities there was a magazine stand. So every time a Placar magazine came out, two copies arrived in town: one was available and the other was already ordered for my older brother, because the owner of the newsstand already knew about it...

“I created a magazine inspired by Placar, which the children called "Placarzinho". I was the reporter.”

That he would buy it.

That he would buy it. And back home, our bedroom was full of posters. You'd see those images on football posters and in the Canal 100. And that made a lot of people support clubs from Rio... So when did we see the image of football matches? When we went to the movies and watched Canal 100. That's where we saw it. We listened to it on the radio and imagined what it was like there. Then we'd see the photos in Placar magazine and I'd be enchanted by those photos, imagining... everything I saw, in my imagination they always created movement. So I saw those photographs and imagined the movement there. I saw things, I listened to the radio and I saw the dust in my imagination. I really got emotional. I was transported into everything I did and everything I dedicated myself to. And we watched Canal 100, so everyone was waiting for those scenes on Canal 100 that we had heard on the radio, which arrived long after the match

had taken place. Canal 100 It was much later at the cinema, so we saw those images... let's say... those allegorical points. Radio bringing the emotion, Placar bringing the pose and...

And the Canal 100...

Canal 100 showing what happened. It made us imagine that's what football was all about. So what did we do? We would go into the woods, take some sticks from the forks, take a stick to make the crossbar. I'd go to those land owners in the city, where Tocantins is today, and ask for the land and they'd give it to the children to play on, so we could make our own little fields in the city. Why? Because it preserved their land there and nobody invaded, right?

Because it was in the public interest.

We were "the guardians" of that land. And several camps sprang up, and each camp had its own characteristics. For example, there was the "pequi tree field". The "pequi tree field" had a tree... So, it was a very beautiful tree, its trunk is very bulky and its branches spread out a lot, so in the center — it was the pequi, it was the pequi tree. So, the goalkeeper on one side...

I couldn't see the other. Great!

Do you know? And the next thing, on the "pequi tree field", the pequi tree played, it was an extra player. So, I even conceded a goal — me as goalkeeper — when the guy kicked the ball, I jumped, hit the branch of the pequi tree and it counted. Do you understand?

Amazing!

I have a friend, Dico. Dico went to take the goal-kick, then ran to take the ball... "pow!", he shot, hit the pequi tree, came back and it was an own goal. Anyone who scored an own goal in those days was a disgrace, wasn't it?

But it was the pequi that made it, it was the pequi tree, so there's no...

He (Dico) ran home crying because he'd scored an own goal, you know? It was the lowlands. There was this "pequi tree field" where we played, and there was the church field. I couldn't say ugly names in the church field, because that was the church and the priest was there too. The boys couldn't say ugly names because they had to go to confession and the penalty was great for those who said ugly names. And near the church field there was a hotel. And to this hotel went the travelers who at that time were selling "musketeers", carrying those boxes with chicks, all colorful, remember? They painted the chicks pink, green and blue, and these people sold them around the towns. They would arrive at the hotel, take a shower, sit in a rocking chair and wait for dinner time. And the kids thought those travelers were scouts from São Paulo, Flamengo, Vasco, and Corinthians... So, in the pequi tree field, we thought that someone would see us...

To take them.

To take them, you know? To play. So, on that field, when I played, I'd come home all beaten up, you know? Because I defended myself, I gave my blood, because it was for someone to see. I just remember that movie *Ferdinando*. The bull, he's hitting...

Exactly.

That's it. And there was the valeta (ditch) field, which was a field near the Belém-Brasília highway, and that's where we saw the soldiers go to join the Araguaia guerrillas. And in the ditch field there was a pond on the side, so what was the highlight of the ditch field? The team that scored, whoever scored, had the right to dive into the pond. And everyone wanted to score to dive into the pond. The highlight was that the boys all played naked. We played the way we were going to jump, you know? Because if we played and got our shorts wet, we'd have heavy shorts.

Then it wasn't worth it.

We all played naked, and that soldier going over to the Araguaia guerrillas looked on and found a bunch of naked boys playing ball interesting. Then he was with his mother and all that. Those fields... they each had their own personality. So I created a magazine inspired by Placar, which the children called *Placarzinho*. As well as playing in goal, I was a reporter on the field. So I started keeping track of the championships I had. There were no trophies there, in the city there were no houses selling trophies, so we would buy that china vase at the market in which they put flowers on the table as an ornament: that was the trophy. We had a championship. We'd leave with a piece of paper with the team's name on it...

All right.

And he went around asking the shopkeepers for money. So, when we went out asking the shopkeepers for money, they would give it to us, and we would go to a man who had a haberdashery, "Luca Reis". At that time, they sold shirts with the teams' crest on them. All the shirts were white, but had the teams' crest on them. I myself had two teams, which were *São Paulinho* and *Vasquinho*. So that was it, and there was *Placarzinho* and when I got to the edge of the field, it was the same thing. The boys did everything they could, because their move was supposed to be in the magazine. I'd arrive and people would pose for me to do...

The design.

The boy's poster design. I followed that whole Placar's "ritual". There was a cover and on the cover there was a clipping of what was there, like: "Toninho scored a header."; "So-and-so..."

Those getting the spotlights.

Yes, those on the spotlights. Then when I went inside there were the articles and in the middle, when you opened the center, I only saw the poster. And there were jokes at the end. The joke was... back in the old Placar magazine, there was a page with...

Crosswords.

Crossword puzzles and a little joke. And that's what I did. And there were also Placar magazines where, as well as the poster in the middle, they did the poster on the back cover, and at the end there was a little poster the size of a sheet of paper. So, that's it... I managed this whole ritual. When it was Monday — the matches took place on Saturday and Sunday — I was at school with *Placarzinho*. So the boys loved seeing each other, you know?

For sure!

And I had drawn attention to that shot, that "barrier" goal and everything. Now the fields are also football fields, and they're also called that: the church field, the "pequi tree field", the ditch field. There were also the places where you could dribble, there was the goalpost that you could jump over, because there was a little place that was... like this, where grass grew, grass grew, so that was the place to ride a cart, it was the place to ride a bike...

And he knew he wouldn't get hurt.
Exactly!

That's it. That was the place where you made your moves, you know? The crossbar normally... as it's on a grassless field, one crossbar has harder ground on one side and the other crossbar has more ground... so, on one you go up and it doesn't let you score, but when you go to the other crossbar, in my case as goalkeeper, it's the crossbar that makes the big saves. Then we start where there are these elements, by radio. So we played as if there was a person narrating, and that was the emotion that moved us. When we defended, we imagined ourselves standing in the air, which was Placar's photograph, and when we were moving, we didn't see ourselves at the pace we were moving, we saw ourselves on camera, because Canal 100 was on the screen, and we listened...

The soundtrack.

Everything existed in our imagination. So that was something that, when I went to do *Placarzinho*, I didn't do *Placarzinho* with the image of the dirt field. I used to do it with the fans, you know? Because we saw it in Placar as we watched it in the Canal 100. So I made all the shirts at the stadium... if it was Flamengo, it was black and red. If it was São Paulo, Corinthians, Santos... So I would make these shirts and design them in the same way as club shirts, but in reality they were nothing like that. The field was our field, but we lived in another...

It was imagination.

...In other words, it's what they call a "parallel universe". We lived through it and it was very important for our education. football had a children's schedule, so every Saturday and Sunday there was a game. We had a map of the football territory... we had this map and it's a nice thing. What's cool about all this? It's just that football has brought us together. The classic there was *Flamenguinho*. There were *São Paulinho*, *Vasquinho* and other teams. But as you got older, from 13, 14, 15, until you reached 18 and so on, then there was a campão (football field), which was the big field where 11 players played on each side, and you were chosen by either *Flamenguinho* or Bahia, which were the teams that played, which were the great rivals. Then these two teams were the two big teams in the city. What's nice is that we left, but the boys who stayed are still playing once a year. *Flamenguinho*, and Bahia, and...

It's a derby.

It's the derby, so today everyone's in their 50s, 60s and so on... everyone goes back — it's the last Sunday of the year — to the city, because those who stayed spend the whole year raising money to have a party and play what we call the "friendly game". I have a brother who lives in the United States and he came

from there to play this game.

Amazing!

There are people who live in Latin American countries and come too. Others live in other states, come and bring their children, bring their wives, to watch this game.

It's an event, a big event.

It is the oldest game in the state of Tocantins.

Miranorte, so it's in that Araguaia region you were talking about?

That was an hour from Palmas, which is the capital. There is still this game there today, which is very cool. I myself take my car and cross Ceará, Piauí, Maranhão and go to Tocantins. There are four states, I travel 1,500 kilometers to play this game. Every year there is a minute's silence for those who died. But that's nice, because... what I found and what I think is very nice is football, which is our reference and continues to be a reason for reunions in this place, you know? I think it's a great idea for those who couldn't leave the city to make us go back to that place. This year will be my and my brother's farewell to football.

Oh, Why?

They're buying a trophy, a glove and a boot for my brother. We're going there to play this game. My brother and I bought a retro uniform from Flamengo at the time and Bahia at the time, all of them — shirt, shorts, socks, everything — so we could play this game. This year it's going to be a game that really looks back on that history. And today it's already like this... the class can no longer play the whole game, then the children come in.

The children are in.

It was because of this *Placarzinho* story that I decided to create this exhibition called *Bola*, which is an exhibition of 22 90x60 canvases. This exhibition brings this universe to life. It is divided into three, let's say, "levels". The first is the ball, in homage to the first ball... there was that advertisement "the first one you never forget".

There was.

So you never forget the first ball...

You'll never (forget).

The screen has the first ball and it's the only thing that's shaded, that gives volume. Then I'll pick it up and go deeper, won't I? It's 3D, isn't it?

Yes, it is.

It's a 3D nose, then the second thing is an image you'll find in Placar magazines. I take that image, bring it to the screen and, in the background, there's the cheering of my *Placarzinho*. That's where, let's say, I have the freedom to create, because that first one is the ball, so the ball is already supreme, it's already... even in the same position, with the same shading in all of them. The second is the image I take from the magazine, put in the photos and play around with. I do the classics of the Brazilian states. So I take Ceará, Pernambuco, Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo,

Rio, I take all these classics and I add some elements of local architecture, like Oscar Niemeyer's architecture in the classic Brasília, the sugar cane mills in Alagoas, the Amazonas Theater in Manaus. And I play around with it a bit and, deep down, I create my own characters, the crowd, each one with an expression, which is the expression we saw, as if all that was the crowd that was cheering when we were children. So it's a tribute to *Placarzinho*. I still have two *Placarzinho*, number one and number two, because I sent them to an aunt and she kept them. I have a special magazine, which I made because, when the adults saw me making those little magazines, they came to me to make a special one about Bahia, which was the adults' team. They asked me and I did it. This magazine was in Goiânia in the hands of someone and she decided to give it to me, she kept it under lock and key. And I heard that there's a teacher who still has one of these magazines, but she doesn't give it to anyone.

Leave it there, we'll digitize it! Tell her to send the photo here to the Museum!

And let's put it this way: *Placarzinho* gains maturity with this exposure. I don't know if you remember that inside Placar magazine there was *Coringão*, which was a supplement. This supplement was supposed to tell you what the possible outcomes were, so that you could go to the sports lottery and do the lottery by points, to play the lottery. So, I have *Coringão*, which I also used to predict matches. I've got that. The exhibition carries a *Telstar* ball, which I managed to buy in France, the two *Placarzinho* balls and the special magazine. He goes with the *Coringão* and he goes with the little glass football fields, because my father was a pharmacist and he... so that we could stay by his side and not go out on the street, he made a football where he would take those Benzetacil and penicillin bottles. We painted the team shirts, nailed them on with glue and put the locks there, we took those liters of cachaça — 50 millimeters — the doser came and there was a little white ball inside, a little colorless ball, that was the little ball. So he made the field and we played, playing with our fingers, like this, poking with our fingers, and then we created glass football. This glass football, every boy in Miranorte had a football team. There used to be a glass football championship in the town and it was very competitive, there was a glass football champion. Who was the glass football champion? I'm this year's glass football champion. So he was the champion...

And what was the camp?

The field was on the ground.

Then they drew, scratched?

Then they drew, scratched... threw lime on it to make the mark, or scratched it first with a stick to leave a small hole, so the lime wouldn't spread. And how did we mark the time? It was very interesting, we would take a tile, spit on the tile and when the spit dried, the game would be over.

The best watch. In summer, the clock runs out faster, it doesn't last a minute. I had to play in the shade. The game takes longer in the shade.

And there was a referee.. That was something to announce... "so-and-so was the champion of the city's glassware".

Amazing!

But it was very nice, because we found a way. So you can see that football was our toy, you know? Our childhood toy. So this little glass championship was something that was hotly contested in the midst of football and toys, because at that time you didn't have toys. We used to go to the edge of the asphalt, there was a hotel there and a restaurant, to see the kids who came from Belém or Brasília who were... like this, the teacher would tell us: "look here, we're more or less here on the map." So I was a boy who lived his childhood in a place not even included in the map of Brazil. We didn't exist for the country, because we were off the map, our city wasn't on the map. And we stayed at the hotel because of them: the kids who came by with their toys. So we'd see the kids talking about buildings and we didn't understand what it was all about. How did one live on top of the other? For us, there was no logic like that. So that was my...

Your initiation?

My initiation into football. Further afield, in the Cariri region, there's Icasa, the football club that was born out of the cotton cycle. Padre Cícero brought a machine from England, the cotton mill, to Juazeiro do Norte, and when he brought this machine, it only reaches a certain point. So they had to enter Juazeiro with this machine on top of some wooden wheels. And they did. Then this industry was sold and Icasa was created. *Indústria Cearense de Algodão S.A.* [Cearense Cotton Industry S.A.], Icasa. And two teams were created in that factory. These teams started playing — as a diversion from the factory — and decided to create a team called Icasa. Then, later on, when Icasa was created and, at the time, there was the Juazeiro Football League, the games were played there and Icasa turned professional in 1970. When my son was born, playing ball with him, I threw the ball to him and he ran without looking at it and kicked it left-footed. "Look, this boy is good at football, because he's left-footed and all left-footed players are good, and he doesn't look when I throw the ball to him, he's already aware of it...". "Where he's going to put his foot." When he was six years old, I put him in the Icasa school. And I created a book called *Icasa do Meu Coração* [*Icasa of My Heart*], to tell the story... I did the research, from the cotton cycle between the Arabs and the English in the industrial area, how cotton was used, how cotton arrived in Brazil at two moments, during the American War of Independence and then during the American Secession War. So I did all this research. For what? To make a book, a book to tell the story to the kids at the school, because the kids at the school didn't know the history of the club. They didn't know. Then I made the book to tell the story of the children of Cariri and how this club came about for my son: using my son as the first listener. I made the book and sold it... Icasa were in the Brazilian Championship B-Series, so I had the games written down in there, and I sold that book to set up the Icasa museum.

For Icasa?

Yeah, for the Icasa team, and then I was asked to be the director of the Icasa school, the director of football for the Icasa school. And I tried to organize the little school. So it was a nice movement, because I imagine I saw what was missing in us. We played barefoot — one had a sneaker such as kichute and the other had a conga — with that imaginary uniform. I was running a children's school and I said: "that's very nice."

And taking advantage of what you said about the museum, in your career... you are an award-winning person, a reference in the field of heritage and memory in Brazil, much due to your experience since the Casa Grande Foundation in 1992. And the question of organic museums too, all of this as a new model for other types of relationship, another creation of institutional structure, of relationship with the territory, with the people who are there, who work in the museums and work together in the institutions. A whole concern for sustainability. It's something that has a lot to do with the new definition of museums, which even talks about this, that museums are open to the public, accessible, inclusive, foster diversity, sustainability and have the participation of communities, which is very much a tradition that you do and we're happy about. I think we now have a definition of a museum that even recognizes trajectories like yours. So how do you understand the potential of football in this relationship between museum and community, between memory spaces and sustainability? I mean, all this wonderful history that you've brought is a history that we see of the affective importance of football in Brazil. How do you see it within your experience, already thinking about memory and thinking about museums? Like the itinerancy of his exhibition. So, how do you see football as an element of identity beyond A-Series football in the daily lives of Brazilians in this gigantic expanse that is Brazil?

Look, I think that, first of all, football is joy, and only those who are healthy are joyful. So we can say that football is health. And it is an indicator. Joy is a balm that we have inside us and it makes us healthy. I really believe in the power of joy. And I think the word "museum" is very important to have everywhere. Can you imagine a child, among many in Brazil, who is born in a small place, in a small town in a state where there is no museum in the town? So that word is a door. It's not a word, it's a door. The word "museum" refers precisely to the notion of finding oneself and finding the world. Then I see those schools in Nova Olinda coming to visit the Casa Grande Museum, and I think it's so beautiful. The teacher takes that rubber band, ties it there, and the little children see everything... That's one of the most amazing things I think. For what? To visit the museum. There's a line by a Pife's player from Pernambuco... I don't know if he's Zezinho do Pife... but he's a *pifeiro*, who plays the pife, that instrument made of bamboo. And at the presentation of his album, the presenter said this: "I asked Zezinho how he makes so much beautiful music. And he told me this: that he rides the bus, and the music comes through the window". So imagine what it's like to leave your classroom to go to the museum, that collective landscape of Joãozinho, Mariazinha, Tozinho, that group of boys collectively passing through the street, walking to go where? To go to the museum. They were locked in a room. That's why I don't just believe in comprehensive education: I believe in integrated education, right? So the museum also has to have a relationship with its surroundings, with the territory it's in, right? So if I arrive here at

the Football Museum and I know that there's a restaurant right here, that there's something there... I take advantage of the surroundings and this brings inclusion and income distribution to the territory, is that right? That's why I think we have to try to make museums of territories. You can't just take the subject into account, but also the territory. The Casa Grande Foundation, I restored my grandfather's house, the children of the city broke in and came up with a solution for a museum from their point of view. A museum where the boys played marble in the yard and the girls played house there, you know? I mean, it was a museum where the girls were playing house, each with her own doll, and then the visitor arrived, the tourist arrived — look, it could be another word in the repertoire, "tourist". Then they'd run all the way, they'd pick up the phone. They'd finish taking care of it, showing it off, and go back to playing dolls, godfather, godmother, because of this thing, right? So, I mean, look at the museum's relationship with joy. So that's when we decided to create the organic museums, which are museums that are the homes of the masters. Instead of a piece being stored in a display case, no. She's at the person's house and she's going to tell them the story of the play. Then I always like to play with things like this: what is the first concept of an organic museum? It's having no concept, you know? The organic museum brings one thing: that the museum was not made to tell history, that the museum was made to talk history. So sometimes you walk around museums, there are a thousand people there, but you don't make friends with anyone and you know that everyone likes the same subject, right?

Otherwise they wouldn't be there.

Yes. So, when you get to the organic museum... And a very cool thing: what's the point of a museum in a pattern like this, this pattern of a museum in which you don't make friends, which the interactive museum won on its own, right? Here's the thing: it's only good for those who built the museum, those who inaugurated it and those who made it. But the people who actually visit are just visitors. It's different from an organic museum, which is as follows: we take the theme, for example, Seu Espedito Seleiro. Seu Espedito Seleiro comes from the leather cycle. So we talk a bit here about the cycle, we talk about the master, that he is a character in the leather cycle. The leather cycle gave birth to the blacksmith, the saddler and the cowboy, three characters from the leather cycle, from the cattle routes of the Brazilian hinterland. So it's done there, and each person who arrives, depending on the person of the day, tells a different story, from a different perspective. So there are things that the visitor himself instigates that master to tell stories, and he brings unpublished stories that if you look at, everyone brings a piece of that master's story and no one owns it. So every day is different. She's not that story told by a parrot. I went to the Museum of Seu Espedito and there are stories that I've never heard, which were told by a person because he felt that person and that day he remembered it, and that the energy of that person who was there made him remember that detail. So that person is a driving force behind bringing back memories. That's why the museum is a place to talk stories, because it's much more valuable for me to awaken everything that master has of him: "look, this is the story, so let's put it in here and whoever wants to know about Seu Espedito's story, come to me, because I'm the one who set up his museum." No. It has no such thing. So you can get there and bring up the Espedito that I didn't know

about, because you went and had the privilege of hearing things from him that I didn't hear. And he's at his house attending to the boy, having a coffee. "No, stay here, here's a room and a hammock, have lunch here at home...". So you end up creating bonds, you know? And that's precisely why the museum is organic, because it's there, but it's not the main thing. The main thing is the relationship between him and the storyteller who is there, right? So there were times when the Casa Grande Foundation was under construction. And the people went and thought it was cute that those kids were explaining things. Look, the fun of the museum was between the boy and the painting he was explaining and not...

Not the painting or just the boy.

The painting or just the boy, do you understand?

It's a relationship.

That's one of the things that's as important as us saying it: "boy, we're chasing fossil fuels, chasing fuel, chasing I don't know what...", the sun is the greatest source of energy. Why haven't we managed to turn the sun into fuel yet? So if the fun of the museum is history, why do we have to imprison history in a cage? Why can't we free history? Once I was called to the Sporting Museum in Lisbon and I went to talk to the people, the museum staff, about this organic museum thing and so on. So what did you see? Those players were often taken to the club's museum because some of them were forgotten and fell into depression. This created a health problem that the football club often had to...

It had to...

So, you... imagine if I went to the house of, let's say, Eneias, I'm going to say something here... who was one of Benfica's famous players and so on, or another player, here's the thing, I visit the museum, but the museum gives me a list of some players who might welcome me into their homes, and there I'm sure he has things that don't fit in the technical reserves of museums. So you can go to the museum and have conversations with these players to welcome them home and they've been reminiscing... there are a lot of footballers I keep thinking about: "boy, how is that player? How is Zanata doing? How is Rondinelli? How are those people who played in my era?" So they have a collection. I thought it was very nice that Darius said something like this: "don't forget me." So how could we make this connection? Because tourism already does. You visit Buenos Aires, then you also visit the La Bombonera museum, the tango museum, you... he proposes something...

A travel route, isn't?

So here's the thing, you have people who can receive. Bring them back so they can be remembered again and put them back on the map. It's about talking to these people and that's where the museum is health, that's where the museum is joy. And there's an extension of that, of you, they're abodes of content, right? Each athlete is an address for content. So that's what I think is important, which is when we talk about territory. Then you say: "hey, if the Football Museum involves so many athletes, the territory is wherever that athlete is." Alright?

Which is the whole of Brazil, isn't it?

That's the whole Brazil...

Amazing! Almost the world, the whole world, isn't it?

So, for example, you... I remember Caçapava, who was a player for Internacional, and I found out later that Caçapava lived on the other side of Teresina — there's a town there and he lived there — he was a saint's father...

Interesting...

And there was a football school. Guy...

What an incredible story!

This is an incredible story. Do you understand? So it's nice to say that you have... imagine that the Football Museum has these organic museums and you visit the Caçapava Museum in Maranhão, you know? Which receives the seal of approval from the Football Museum. So, you're avoiding bloating the technical reserves, because there's no technical reserve where the history of Brazilian football and these things can fit, but you are, as the foundation is doing, sanctioning the organic museums. Now, these organic museums are funded by Sesc, so we already have museums in Ceará and Pernambuco, right? So, to tell these stories, you go to the house in Exu, there are the Luiz Gonzaga museums, where he bought a sewing machine to make his clothes and gave it to three families. So one did this, another did that and another did that. So you go there and visit the families. And look, here again the museum is health, we found a case, in one of these museums, where the woman had been married to her husband for I don't know how many years and was intrigued, they both lived in the house and didn't speak to each other.

"Intrigued" you say...

Intrigued, they didn't speak to each other, already old. The museum is there and they've gone back to...

To talk again!

To talk again. Do you understand? It is being visited...

It's the museum where you talk to each other, isn't it? It's the conversation.

And you'll find out. "how are you, Maria? What's up, José?" So, I don't know what... They'll have to talk to each other... Do you understand?

Amazing!

Do you understand? Then it becomes valuable. If you go to the house, for example, of master Antônio Luiz, the museum has reached the kitchen. Why? Because Rosa made beans like no one else, and Rosa became a character even though she didn't dance in the Reisado de Couro festival, you know? But he's a character because Rosa has the most beautiful smile in the world, do you understand? Then Rosa's smile came into the museum. Rosa's kitchen came inside the museum. So you go there and eat. Just imagine — let's go back to Caçapava — that there is... I have a museum, I'm a person, I have history, I want to make my museum here in my house, I'm a football player and I want to receive. So... I am, for example, Mirandinha, who was one of the first players to play outside Brazil and is now a coach in Imperatriz. Imagine Mirandinha's house becoming a place that is an organic museum, an abode of content, endorsed by the Football Museum. That's the one... Do you understand? He,

Mirandinha, there's a sign there, you know? That it's this, that it's that, and it gets the seal of approval from the Football Museum. Look, we built 13 museums in Cariri, at a cost of 236,000 reais. Can you figure out? That's nothing. Imagine if you had these museums all over Brazil, in people's homes. Boy, those old men who played football and have a story they like to tell... Who go to the square to tell. Imagine him welcoming me into his home, do you understand? And that's already in the package, do you understand? Here's the thing, it's already paid for and that's how it's happening. So, as well as having... him being included, football distributes income, because I go to Mirandinha's house, I visit him, right? He'll see me off, we'll have lunch or coffee, it's already paid for over there...

It's already paid.

Do you get it? He received me and will tell his story. That's health, that brings him back to life, because those memories are dying, those people are dying of sadness because they've been forgotten, haven't they? And the classic, that song *Balada Número 7 — Mané Garrincha* [*Balad Number 7 — Mané Garrincha*]. I think that's the sad departure of the exodus from the northeast, Moacyr Franco's song, that's the one. I think that's the football player's sad departure, which is *Ballad Number 7*, that's right: "Cadê você? (*Where are you*) Você passou." (*You passed by*) Many of them are still standing, but they have already died in the memory of Brazilian football. So, I think that... and this was what I said at the Sporting Museum, that you should go to the Sporting Museum, but that you should have mapped out some athletes who have received you and who could receive you at their home for a chat, a chat about football. I went to São Januário, I saw Vasco win the Guanabara Cup in 1976, I heard it on the radio, it really marked me, it was my emotional title. I went to look for it at Vasco's headquarters, in the trophy room, and nobody could tell me where that trophy was, they just said it was there in the middle.

There are a lot, aren't? There are lots of these things.

So, these are things that I think are cool, you know? Because for me... look, for two years we had an agreement with Barcelona. I spent two years going to Barcelona, training in their units, the schools on the outskirts of Barcelona, and Enrique Roca, who is one of the bosses at Barcelona, came to me: "Alemberg, the matter is..." At the time, Senator Maldonado was one of the directors at Barcelona, and they said: "we don't have any money." And I said: "look, I don't want your money, I want your brand." Because if our sports program is endorsed by Barcelona...

Oops, that's all you need.

Do you understand? So the relationship is based on these values. That's why I think the Football Museum, the Museum of Prehistory and the Museum of... it's the whole of Brazil that tells the story of a people who migrated, a people who played, do you understand? And this is all over Brazil. I think the history I believe in is this national unity through its history, because it's the values that Brazil has accumulated, which are very strong.

Look, we have to close. I just have one question: does Icasa have a museum today? Or not anymore?

No, Icasa... I put all the money away. When I went to set up, the president of Icasa changed and decided to build an academy where the museum used to be.

The sad end of a project, but one that remains, already finished.

But here's the thing, I have a museum... in my head, what did I do? My mother has a farm in Assaré, in the town of Assaré, which is the land of Patativa do Assaré, and I built an apartment there with my brother so we could go there. And the next thing, I turned my room into a museum, I put it up... I brought it in, I'm even going to show you some photos. I brought back the memory and my room looks like... it's not like those rooms you see, you know? Movies, games, rock fans or baseball fans, anything. It's like that, isn't it?

With posters.

So I have that room that my brother made at the time with a Placar magazine. So, I have the room where the memory of Icasa is, so I have photographs, history, it's all there.

And there is also a book, isn't? That...

And there's the book, and I love lying down in my room and "flirting" with the walls.

Alemberg, Thank you very much, we could stay here for four days.

And when you feel like it and have some time, go and visit the Foundation...

Direção Editorial
Renata Vieira da Motta
Marília Bonas

Comitê Editorial
Bernardo Gonzalez
Bruno Brulon Soares
Camilo de Mello Vasconcellos
Fiorela Bugatti Isolan
Juliana Pons
Lucas Ribeiro
Marcelo Continelli
Silvana Goellner
Suzy Santos

Coordenação Editorial e Produção
Juliana Pons
Luiz Fernando Mizukami
Maurício Rafael — *In memoriam*
Renata Beltrão
Simone Hozawa

Colaboradores
Ademir Takara
Cecília Farias
Dóris Regis
Hugo Takeyama
Guilherme Ramalho dos Santos

Projeto Gráfico e Diagramação
Lucas Blat

Revisão
Gustavo Longhi de Carvalho
Renata Beltrão
Sérgio Miranda Paz

Imagem da capa
Wendell de França Sales

A foto da capa e as imagens das páginas 49 a 58, 108, 148, 163 e 165 foram vencedoras do 1º Concurso de Fotografia Esportiva realizado em 2023 pelo Museu do Futebol.

Tradução
Brazil Translations

Impressão
Coktail Print Solutions

Museu do Futebol
Praça Charles Miller, s/n
Estádio Paulo Machado de Carvalho — Pacaembu
São Paulo/SP — Brasil
(55) 11 3664-3848
contato@museudofutebol.org.br
2024

A primeira edição da revista **ARQUIBANCADA** presta uma homenagem a Maurício Rafael (*in memoriam*), que idealizou a publicação.

Governo do Estado de São Paulo
Governador | Tarcísio de Freitas
Vice-Governador | Felício Ramuth

Secretaria Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas
Secretária | Marilia Marton
Secretário-Executivo | Marcelo Henrique de Assis
Chefe de Gabinete | Daniel Scheiblich Rodrigues
Coordenadora da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico | Karina Santiago

IDBrasil Cultura, Educação e Esporte Organização Social de Cultura

Conselho de Administração
Presidente | Carlos Antonio Luque
Vice-Presidente | Clara de Assunção Azevedo

Conselheiros
Dalton Pastore Junior, Esmeralda Vailati Negrão, Felipe Artur Pie Abib Andery, Fernando José de Almeida, Francisco Vidal Luna, Haim Franco, Julia Paccanaro Rosa, Larissa Torres Graça, Ligia Fonseca Ferreira, Luiz Laurent Bloch, Matheus Gregorini Costa, Mauro da Silva, Melise Pereira.

Conselho Fiscal
André de Araújo Souza (Presidente), Raul Antonio Correa da Silva, Vicente de Paula de Oliveira.

Conselho Consultivo
Aline Pellegrino, Antonio de Pádua Prado Jr, Caio Luiz Cibella de Carvalho, Carlos Augusto Barros e Silva, Eduardo Alfano Vieira, Eduardo Machado Barella, Hélio de Seixas Guimarães, Lilia Katri Moritz Schwarcz, Luiz Francisco de Sales, Marcos Ribeiro de Mendonça, Maria Luiza de Souza Dias, Marina de Mello e Souza, Mário Lucio Matias de Sousa Mendes, Nelson Savioli, Silvio Luiz de Almeida.

Diretoria
Diretora Executiva | Renata Vieira da Motta
Diretora Administrativa e Financeira | Vitória Boldrin

Assessoria Museológica
Luiz Fernando Mizukami (Assessor de Museologia) e Juliana Pons (Museóloga)

Assistente de Diretoria
Ellen Nicolau, Naiah Mendonça e Vilma Campos

Diretora Técnica
Marília Bonas

Núcleo de Comunicação
Renata Beltrão (Coordenadora), Ianca Loureiro, Lívia Albernaz e Simone Hozawa (Analistas de Comunicação), Hugo Takeyama (Designer) e Domênica Luciano (Estagiária)

Núcleo de Desenvolvimento Institucional
Carolina Bianchi (Coordenadora), Ariana Marassi (Supervisora de Desenvolvimento Institucional), Carolina Gomes e Luana Cavalcanti (Técnicas em Desenvolvimento Institucional) e Flávia Macedo (Assistente de Relações Institucionais)

Núcleo de Exposições e Programação Cultural
Maíra Correa Machado (Coordenadora), Flávio Benatti e Grazielle Bessa (Produtores)

Núcleo de Gestão Administrativa e Financeira
José Roberto Nascimento (Coordenador), Luciane Maringolo Vallilo (Analista Administrativo), Eduardo Zambianco, Elaine Fernandes Miralha, Leticia Boregio, Manoel Nuriega e Renata Alves Silva (Analistas Administrativo e Financeiro) e Everton Luiz Morelli Santos (Auxiliar Administrativo), Margarete dos Santos Sousa (Supervisora de Bilheteria), Guilherme Felix Moreira e Osvaldo Rodrigues (Bilheteiros)

Núcleo de Gestão de Recursos Humanos
Paulo Silva (Coordenador), Andreza Lima, Karolina Ferreira, Thalyta Ramos e Sergio Lourenço (Analistas de Recursos Humanos)

Núcleo de Infraestrutura e Operação
Luis Marcatto (Coordenador), Rui C. Araújo Tucunduva (Assistente de Coordenação), José Izídio Silva (Assistente de Serviços Operacionais), Weslley Souza de Almeida (Assistente Administrativo), Carlito P. Santos, Douglas Peçanha e Jorge Ubiratan A. Santos (Auxiliares de Serviço de Manutenção)

Núcleo de Tecnologia
Felipe Macchiaverni (Coordenador), Anselmo Ricardo de Macedo, Diego Roberto Bueno, Eduardo Gomes da Silva, Luiz Felipe Montoni e Pedro Henrique de Araújo (Analistas de Tecnologia)

Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Fiorela Bugatti Isolan (Coordenadora), Ademir Massayoshi Takara (Bibliotecário), Dóris Regis das Virgens (Técnica em Documentação), Everton Cassimiro Apolinário e Marcel Tonini (Pesquisadores)

Núcleo Educativo
Marcelo Continelli (Coordenador), Emerson Prata (Assistente de Formação e Conteúdo), Pedro Jackson dos Santos (Assistente de Coordenação do Educativo), Débora Henrique de Oliveira (Assistente Administrativo), Ademir Alves Soares (Supervisor do Educativo), Amaury Brito, André Benazzi Piranda,

André Pereira de Almeida, Angélica dos Santos Angelo, Diego Francisco Sales, José Rodrigues Neto, Júlia Paccanaro Rosa, Karina Adorno, Leandro Watanabe, Matheus Alves Vilela, Shirley Liset Espejo Aguilar, Thaina Santos e Silva e Vinícius Leite (Educadoras/es), Anderson Novaes da Silva, Claudia Correia da Silvai, Ian Santana De Souza, Kevin Alves Sousa, Larissa Sousa dos Santos, Laryssa Santos, Luiz Ferreira, Mauro Alves de Almeida, Patrícia Vieira Alves, Raphael dos Santos Vasconcelos da Silva e Victor Cardillo (Orientadoras/es de Público)

MUSEU DO FUTEBOL – TEMPORADA 2024

GESTÃO

CONCEPÇÃO

REALIZAÇÃO

A revista **ARQUIBANCADA** foi composta com as fontes Navigo e Source Serif Pro.

A impressão foi feita em papel offset 90 g/m² e pólen bold 90 g/m² pela gráfica Coktail Print Solutions, em São Paulo.

N° 0001