



**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E TERRITORIALIDADES**

**“QUEM ENTRA NO JOGO CHEIO DE FOME,  
A INSPIRAÇÃO É MESA FARTA”**

**Relações sociais e culturais no futebol da Baixada Fluminense**

**MELLYNA ANDRÉA REIS DOS SANTOS BORGES**

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rôssi Alves Gonçalves

**NITERÓI**

**2018**

MELLYNA ANDRÉA REIS DOS SANTOS BORGES

**“QUEM ENTRA NO JOGO CHEIO DE FOME,  
A INSPIRAÇÃO É MESA FARTA”**

**Relações sociais e culturais no futebol da Baixada Fluminense**

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rôssi Alves Gonçalves

NITERÓI

2018

**“QUEM ENTRA NO JOGO CHEIO DE FOME,  
A INSPIRAÇÃO É MESA FARTA”**

**Relações sociais e culturais no futebol da Baixada Fluminense**

**MELLYNA ANDRÉA REIS DOS SANTOS BORGES**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense, como requisito para obtenção do título de Mestre em Cultura e Territorialidades. Linha de pesquisa: Mediações, Saberes Locais e Práticas Sociais.

Aprovado em:

Banca examinadora:

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rôssi Alves Gonçalves (orientadora)

Universidade Federal Fluminense – UFF

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marina Bay Frydberg

Universidade Federal Fluminense – UFF

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Leda Maria da Costa

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

*“Bem-aventurados os que não entendem nem aspiram a entender de futebol,  
pois deles é o reino da tranquilidade”*

- Carlos Drummond de Andrade -

## AGRADECIMENTOS

Ao afeto e compreensão de todxs que fazem o Programa de Pós-graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense (PPCULT-UFF).

Aos garotos da Baixada.

Às deusas e orixás que me guiaram.

Aos amigues e familiares, pela torcida e apoio fundamentais.

À professora Lílian Tropiano, pelas valiosas trocas.

À Jaqueline Sales, Mariana Mazza e Vanessa Beltrão, pelas reconfortantes acolhidas.

Aos companheiros de mestrado e bonde – em especial, Paulinha, Alice e Gui –, cuja trajetória acadêmica (e de vida) me inspiram.

À minha querida Rôssi Alves, pela orientação, carinho, guarida e perseverança na causa.

À minha querida Ivone Borges, pelos mimos e suporte imensuráveis.

Ao meu saudoso avô, Jahilton Pereira, que me ensinou a gostar de futebol.

Ao meu companheiro de vida, Herbert Borges, por dividir as dores, corresponder com paciência e retribuir com amor.

A todxs vocês, inestimáveis, que contribuíram para ressignificar um árduo e lancinante processo em uma alvissareira experiência: muito obrigada por acalentarem essa jornada.

## SUMÁRIO

<b>Resumo</b> .....	7
<b>Abstract</b> .....	8
<b>Apresentação</b> .....	10
<b>1. DESCOBRINDO UM NOVO TERRITÓRIO</b> .....	16
1.1. A cultura do esporte na Baixada Fluminense: um olhar etnográfico .....	21
1.2. “Pra inglês ver”: a relação de pertencimento entre futebol e território .....	29
1.3. Nova Iguaçu Futebol Clube: Orgulho da Baixada.....	35
<b>2. ADIDAS E NIKE: A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO DE SUCESSO</b> .....	49
2.1. “Consumo, logo existo”: o fenômeno cultural da “ostentação” à luz dos Estudos Culturais .....	56
2.2. A intrinsecidade da pobreza no futebol e o sonho da ascensão social .....	67
2.3. As marcas do colonialismo no futebol pós-moderno .....	73
<b>3. ÁUDIO-DOCUMENTÁRIO: EXPLORANDO A ALTERIDADE COM NOVOS HORIZONTES METODOLÓGICOS</b> .....	78
3.1. Sobre “ser afetada” e outras discussões do exercício etnográfico.....	79
3.2. Notas sobre vivências epistemológicas feministas no campo “deles” .....	91
<b>4. REFLEXÕES</b> .....	95
<b>Referências Bibliográficas</b> .....	100

## **RESUMO**

A partir de uma perspectiva interdisciplinar, esta dissertação de mestrado em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense (PPCULT-UFF) discute as relações sociais que atravessam o futebol no território da Baixada Fluminense. O trabalho levanta reflexões sobre o consumo de produtos das marcas Adidas e Nike pelos jogadores das categorias de base do Nova Iguaçu Futebol Clube (NIFC). Utilizando-se da metodologia etnográfica baseada na experiência de William Foote Whyte e outros antropólogos, a pesquisa traz apontamentos sobre as questões de representação e diferença em um contexto de ascensão social por meio do futebol, tendo como base o pensamento de Néstor García Canclini, Émile Durkheim, Stuart Hall, entre outros autores.

**Palavras-Chave:** Futebol; Cultura; Representação; Consumo; Território

## **ABSTRACT**

From an interdisciplinary perspective, this Master's thesis, in the area of Culture and Territorialities, of the Universidade Federal Fluminense (PPCULT-UFF), discusses the social relations that mark football in the Baixada Fluminense territory. This work presents reflections about the consumption of products of the Adidas and Nike brands by the players of Nova Iguaçu Futebol Clube (NIFC)'s youth academy. Using the ethnographic methodology based on the experience of William Foote Whyte and other anthropologists, this research presents answers about questions of representation and difference in a context of social ascension through the football, using Néstor García Canclini, Émile Durkheim, Stuart Hall and other authors as references.

**Keywords:** Culture; Football; Consumption; Representation; Territory



**“...Seja bem-vindo ao planeta do futebol”**

- Karol Conka -



José Caldas/Projeto “O Brasil e a transformação da paisagem” (2018)

## APRESENTAÇÃO

*“O futebol é a única religião que não tem ateus”*

- Eduardo Galeano -

“Por que as pessoas querem bens?” A indagação levantada pelos autores de *O Mundo dos Bens – Para uma antropologia do consumo*, Mary Douglas e Baron Isherwood, foi o que motivou a realização desta pesquisa. Antes de apresentar o projeto ao programa de Pós-graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense, tive a oportunidade de assistir a uma palestra de José Pepe Mujica, ex-presidente uruguaio, na concha acústica da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Guerrilheiro tupamaro na década de 1960, Mujica discursou para uma multidão, sendo uma maioria de jovens que se espremiavam para vê-lo e ouvi-lo, no palco ou na tela instalada no estacionamento da Uerj, entre os quais estava eu, uma aspirante ao referido programa de mestrado, ainda com ideias frugais. Com um castelhano às vezes pouco inteligível, o líder uruguaio esquerdista enfatizou o consumo, sob uma ótica cultural, como uma das pautas importantes deste século, pois, uma sociedade cada vez mais regida pela lógica do mercado – e, por consequência, socialmente desigual –, o fetiche pelo consumo de bens que representam um sentimento de inserção, *status* e pertencimento, chega a ofuscar o anseio por serviços básicos, como saúde, educação e segurança.

À época da palestra, vivia um ano médio sabático, onde buscava reencontrar-me nos estudos. Foi quando tive acesso a alguns textos de Zygmunt Bauman sobre consumo, que provocaram em mim uma inquietude sobre a minha condição de refém dentro de um sistema capitalista. Numa dessas leituras, o sociólogo polonês faz referência a Pierre Bourdieu (2001) antes de aprofundar-se nas discussões sobre o fetichismo nas práticas de consumo: “Talvez não exista pior privação, pior carência, que a dos perdedores na luta simbólica por reconhecimento, por acesso a uma existência socialmente reconhecida, em suma, por humanidade” (BAUMAN apud BOURDIEU, 2008; p. 7). Eis que, a apresentação de Mujica concomitante à apreciação das narrativas de Bauman despertaram as indagações iniciais que me levaram a materializar esta pesquisa.

Mas por que relacionar consumo e futebol? O esporte que ainda movimenta diversos sentimentos e expressões em muitos brasileiros – como podemos observar na mais recente edição de Copa do Mundo, disputada na Rússia –, atravessa a minha vida há anos. Primeiro,

como aficionada e torcedora do rubro-negro pernambucano, Sport Club do Recife, desde a década de 1990. Um sentimento que fez com que despertasse em mim o interesse pelo jornalismo esportivo, lá nos primórdios da graduação em Comunicação Social, na Universidade Católica de Pernambuco, em 2003. Contudo, o futebol “nas quatro linhas” não instigava a possibilidade de vivenciar uma experiência acadêmica mais enfática, até ouvir os relatos do meu companheiro de vida, o professor de Educação Física, Herbert Borges, sobre o consumo de produtos de marcas esportivas, como Adidas e Nike, por parte de seus alunos de iniciação esportiva do Sesc Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense. Ali, ainda não tinha noção do papel que lhe coube de “informante”, recurso utilizado por alguns etnógrafos como Bronislaw Malinowski (1961), Clifford Geertz (1989) e William Foote-Whyte (1993).

Tais impressões ganharam força quando me deparei com um grupo de adolescentes, que jogam por um clube de futebol da Mangueira. Nos encontramos casualmente quando o grupo adentrou o trem da linha Santa Cruz com destino à Central do Brasil, no qual eu estava. O comportamento dos garotos<sup>1</sup> – que faziam brincadeiras, cantavam e debochavam uns dos outros sem agressividade ou desrespeito –, era bem comum ao que é esperado para aquela faixa etária. No entanto, as marcas das roupas, acessórios e materiais esportivos estampados por aqueles adolescentes (Puma, Adidas, Nike, etc), a maioria negros e pobres, moradores de uma das favelas mais tradicionais do Rio de Janeiro, evidenciavam uma tendência estética cada vez mais comum no meio futebolístico: a ostentação. Todas essas informações me fizeram perceber as possibilidades de transformações sociais que o esporte pode gerar, provocando uma série de reflexões sobre os impactos dessas mudanças na vida em sociedade, sobretudo de jovens atletas de territórios marcados pela pobreza, como a Baixada Fluminense.

Muitas vezes tratada midiaticamente como uma região homogênea, a Baixada é marcada por muitos contrastes: uma imensa riqueza histórica e cultural paralela a uma pobreza que é “sinônimo de área degradada física, moral, social e politicamente” (BARRETO, 2004). A identificação com este território também se deu por um motivo *suis generis*: a Baixada é uma das regiões do Rio de Janeiro que mais recebeu imigrantes nordestinos. Assim, o afeto que atravessa todo processo de produção dessa pesquisa aciona a minha identidade de pernambucana que veio para o Rio em busca de oportunidades, como os milhares de nordestinos

---

<sup>1</sup> Sempre que uso o termo “garoto” estarei me referindo aos adolescentes do sexo masculino (11 a 18 anos), de maneira geral. Já os “garotos da Baixada” serão sempre especificamente os que foram observados na pesquisa. A palavra “menino” será utilizada para designar para crianças do sexo masculino, de até 10 anos; enquanto que “crianças” diz respeito a ambos os gêneros, até 10 anos. A exceção vale para as citações, que reproduzem o pensamento dos autores ou a declaração de algum entrevistado.

que migraram no final do século XIX, durante o período de construção da Estrada de Ferro Dom Pedro II.

No contexto do futebol, a Baixada me conferia algumas propostas de estudo: o Mesquita Futebol Clube, fundado em 1920, o Queimados (1922) e o Brasil Industrial Esporte Clube (1912), de Paracambi, fundado por operários dissidentes do Bangu Atlético Clube. Reconhecido como município-mãe<sup>2</sup> da Baixada, Nova Iguaçu se orgulha de ter um dos principais clubes de futebol do estado, o qual foi escolhido por mim, com base nas referências do informante, como lócus do meu objeto de pesquisa. Fundado em abril de 1990, o Nova Iguaçu Futebol Clube (N.I.F.C.) revelou craques, como o Deivid, cuja venda do passe para o clube francês Bordeaux<sup>3</sup> garantiu a reforma estrutural na sede do clube; e conquistou a segunda divisão do Campeonato Carioca (Série B1), em 2005 e 2016. O clube possui nove categorias subdivididas por faixa etária, com uma média de 25 atletas<sup>4</sup> por grupo. Na maior parte do ano, os treinamentos ocorrem simultaneamente em gramados distintos, parte deles no turno da manhã e parte à tarde, e duram cerca de duas horas e meia, de segunda a sábado.

A prática da observação nas primeiras idas ao campo ajudou a traçar os objetivos desta pesquisa, cujo trabalho de campo se estendeu de abril de 2017 a junho de 2018, com algumas pausas devido às dificuldades pessoais e acadêmicas (problemas de saúde mental, ausência de bolsa de pesquisa e a conciliação com a vida de funcionária de um sindicato patronal, que não liberava a participação em atividades relacionadas à universidade). A metodologia empregada se baseia nas noções de uma “teoria interpretativa da cultura” de Clifford Geertz, na qual busco desenvolver o exercício etnográfico enfrentando “uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e implícitas” (GEERTZ, 1989, p. 7) para construir uma descrição densa. A necessidade de acompanhar com afinco e dedicar um esforço intelectual hercúleo para dar conta das estruturas significantes que norteiam o “menor gesto humano” (TRAVANCAS, 2014,

---

<sup>2</sup> Nova Iguaçu foi fundada em 15 de janeiro de 1833, ainda sob a alcunha de Município de Iguassú, em referência ao rio homônimo que margeava a região e à Vila de Iguassú, que era utilizada pelos tropeiros para fazer o Caminho de Terra Firme, no século XVIII. Entre 1943 e 1999, sete municípios foram emancipados de Nova Iguaçu: Duque de Caxias, São João de Meriti, Nilópolis, Belford Roxo, Queimados, Japeri e Mesquita.

<sup>3</sup> Ver a matéria *Deivid é vendido para o Bordeaux*, publicada no Estadão em 19/07/2003. Disponível em <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,deivid-e-vendido-para-o-bordeaux,20030719p52073>> Acesso em: 8 jun. 2017.

<sup>4</sup> Ao longo do trabalho, utilizei o termo “atleta” como sinônimo de “jogador(es) de futebol”, em referência a todos os garotos que fizeram parte da pesquisa. As exceções no sentido serão apontadas.

p. 20) e assim garantir a qualidade do trabalho, foi o que me levou a focar o objeto em um único grupo do clube: o Sub-16, que possui jogadores com idade igual ou prestes a completar 16 anos – o acompanhamento se deu até metade da temporada 2018, quando os atletas alcançaram a categoria Sub-17. A escolha também levou em conta o interesse pessoal pelas relações sociais vivenciadas nesta fase de transição da adolescência para a vida adulta, que marcam a formação da juventude e de uma cultura jovem.

Para lidar com a dificuldade de estabelecer uma comunicação fluida com adolescentes, utilizei de entrevistas abertas e em profundidade como complemento ao recurso da observação, visando alcançar “não apenas o que os seus nativos estão fazendo, mas o que eles "acham" que estão fazendo” (TRAVANCAS, 2014, p. 20), e então produzir a descrição densa que almejava. Destarte, os apontamentos iniciais sugeriram que era oportuno estender a investigação para o campo das redes sociais, por meio da etnografia digital, e assim chegar a um entendimento mais completo da relação entre o fenômeno de consumo das marcas Adidas e Nike, as preferidas pelos jogadores do NIFC, e as mídias *Facebook* e *Instagram*. Entretanto, os obstáculos aqui citados e o curto prazo de pesquisa disponível para um trabalho de mestrado inviabilizaram esse aprofundamento, que deve ser exequível em uma tese de doutorado ou na produção de um livro. Isto, porém, não comprometeu a análise, nem impediu que a investigação produzisse apontamentos relevantes sobre um contexto social e um território pouco explorados pela academia, sob uma perspectiva epistemológica que agrega polissemia, resistência e afeto durante o exercício empírico.

Não obstante às questões basilares deste trabalho, outra motivação de cunho pessoal atravessa a iniciativa e os resultados aqui obtidos. É notoriamente sabido que as vozes masculinas prevalecem na pesquisa acadêmica sobre o esporte, especialmente o futebol. Em 2016, duas pesquisadoras do Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT/UFMG), Luiza dos Anjos e Marina Dantas, fizeram um levantamento no sobre grupos de pesquisa que envolvem o tema futebol de forma central ou em outras temáticas. Dentre os 61 apurados, apenas 13 mulheres destacam-se como líderes ou vice-líderes desses grupos, das quais 10 efetivamente se envolveram ou estão envolvidas em alguma pesquisa sobre futebol. Essa realidade condiz com as reflexões da pesquisadora Lourdes Bandeira, em seu artigo *A contribuição da crítica feminista à ciência*, no qual afirma que a “ausência das mulheres e o respectivo silêncio em torno de sua presença na história e, por extensão, na história das ciências acabam por revelar, eles próprios, a associação hegemônica entre masculinidade e pensamento científico” (BANDEIRA, 2008).

Ao longo de mais de uma década da minha trajetória profissional, o que inclui a graduação e atuações intermitentes como jornalista esportiva<sup>5</sup>, vivenciei situações de preconceito, silenciamento e escasso protagonismo feminino no universo do futebol. O percurso acadêmico também está possibilitando reviver, como etnógrafa, algumas situações desagradáveis. Um desses exemplos foi no jogo de abertura do Torneio Guilherme Embry Sub-16, equivalente ao campeonato estadual da categoria. O duelo disputado entre os garotos do Fluminense e do Nova Iguaçu, no campo da base tricolor localizado em Xerém, na Baixada, contou com a presença maciça de familiares dos atletas. Em um misto de demonstração de apoio e ansiedade pelo investimento – muito além do financeiro – naquele projeto de vida, sobram xingamentos da torcida contra a assistente de arbitragem, mulher:

“Na bandeirinha pode. Descarrega tudo na bandeirinha!”  
“A bandeirinha não viu aquela agressão não, gente? Ela tava onde?”  
“Ela não olha nada!”  
“Ela tava tirando cutícula!”  
“Ela é louca? Ca\*#\$ Vou te pegar na hora da saída”

Experienciar esse momento, logo nas primeiras idas ao campo, despertou em mim a imprescindibilidade de agregar mais uma forma de olhar para o meu objeto. Afinal, como a pesquisadora Isabel Travancas constatou em seu artigo sobre a experiência do trabalho de campo: “Mulheres fazendo pesquisa em um universo conservador, por exemplo, provavelmente poderão ter observações e sentimentos diferentes de pesquisadores homens” (TRAVANCAS, 2014, p. 20). Não bastasse o afã de compreender as representações de um fenômeno de consumo por um determinado grupo social em um território específico, era simbólico desenvolver uma perspectiva feminista durante a práxis epistemológica, pois, ainda que a ciência represente uma forma de dominação, é fundamental considerar, também, o caráter transgressor em uma pesquisa acadêmica.

Fazendo jus aos incentivos do referido programa de mestrado para desenvolver produções que buscassem romper paradigmas, trago nas próximas páginas não somente apontamentos e reflexões sobre uma dezena de garotos da Baixada Fluminense que jogam futebol e sonham com que esse esporte seja capaz de transformar as suas vidas; ou discussões sobre a representação de práticas de consumo de determinadas marcas valiosas no mercado esportivo e o imaginário de sucesso atrelado a elas. Aqui, arrisco amplificar as vozes de quem

---

<sup>5</sup> A decisão de iniciar no jornalismo esportivo deu-se durante um episódio machista, durante uma discussão sobre futebol com colegas (homens) de curso, já no primeiro período da graduação. Desse dia em diante que o futebol invadiu a minha vida profissional num caminho sem volta, até então.

é hierarquicamente relegado à condição de “fonte”, dentro da etnografia, ao permitir que a frieza da escrita seja substituída pela genuinidade das próprias falas em um formato de “áudio documental”, preservando assim a potência do lugar de fala dos entrevistados; desnudo-me de “preconceitos teóricos” sobre as representações dentro do futebol, que nesse processo de entender como se dá o fazer científico, quase me levaram a um perigoso caminho de buscar as respostas que me interessavam e não as que o campo iria me oferecer; e, por fim, permitir-me ser afetada como fez Jeanne Favret-Saada<sup>6</sup>, seja pelas vivências do campo ou por assumir um papel de resistência em defesa de uma ciência atravessada pelo feminismo. Assim, espero que esta empreitada acadêmica expresse sua natureza subversiva quanto libertadora.

---

<sup>6</sup> Ver “Ser afetado”, traduzido por Paula Siqueira, de “Être Affecté”. In: *Gradhiva: Revue d'Histoire et d'Archives de l'Anthropologie*, 8, p. 3-9.

## 1. DESCOBRINDO UM NOVO TERRITÓRIO

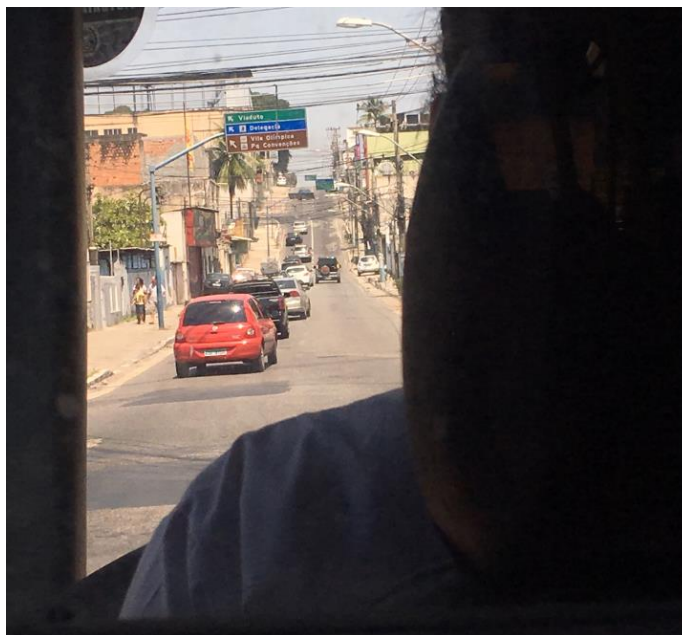
*“Futebol se joga no estádio?  
Futebol se joga na praia, futebol se joga na rua,  
futebol se joga na alma”*

- Carlos Drummond de Andrade -

A jornada desta pesquisa começa na estação de trem da Supervia, em Campo Grande, Zona Oeste do Rio de Janeiro. São aproximadamente 8h30 de uma quarta-feira, 19 de abril de 2017, mais uma típica manhã de vagões lotados, com direito a interrupção não programada do trajeto, devido ao roubo de equipamentos que fazem aquele sistema funcionar. Começava assim o meu primeiro dia de campo no Nova Iguaçu Futebol Clube (NIFC), na Baixada Fluminense. Até lá, seriam dezoito estações com uma baldeação obrigatória em Deodoro, acompanhada de trabalhadores, conversas aleatórias, o frenesi dos *smartphones* – seja para suprir a falta de informação do maquinista sobre o que afetava a viagem ou mesmo para fazê-la passar sem aquela sensação de estar vivendo um calvário moderno –, e claro, os ambulantes, que mesmo sem intenção transformam o sufoco em entretenimento, com estratégias de vendas que os mais habilidosos marqueteiros profissionais seriam capazes de imaginar. São eles que muitas vezes ditam o ritmo daqueles deslocamentos, ao oferecerem todo o supérfluo necessário para sobrevivermos até o destino final. Personagens que parecem ter saído de *A alma encantadora das ruas*: “O Rio tem também as suas pequenas profissões exóticas, produto da miséria ligada às fábricas importantes, aos adelos, ao baixo comércio; o Rio, como todas as grandes cidades, esmiúça no próprio monturo a vida dos desgraçados” (RIO, João do. 2008).

Assim segue a viagem em um trem que atravessa inúmeros territórios do Rio de Janeiro, no que encaro, doravante, como uma imersão antropológica. Refiz algumas vezes esse trajeto, complementado por um ônibus, ao sair da estação de Nova Iguaçu, para me dar conta disso. Uma vivência que precedeu a minha própria busca a um ethos ou, nas palavras de Stuart Hall (HALL, 2003. p: 27-28), “a sensação familiar e profundamente moderna de deslocamento, a qual – parece cada vez mais – não precisamos viajar muito longe para experimentar”.





Deslocamento de ônibus entre municípios da Baixada (Foto: Mellyna Reis)

É imprescindível contextualizar a trajetória para chegar ao campo de pesquisa, pois este também é o percurso de alguns dos garotos que jogam no Nova Iguaçu. Ademais, é válido notar que o desgaste dessa logística é condicionante e afeta mais do que o esforço diário pelo sonho de se tornar um jogador de futebol profissional. As relações sociais desses adolescentes são diretamente tangidas por uma rotina de deslocamentos, que inclui estudar numa escola distante de casa, porém, mais próxima do clube, na Baixada, impondo assim um vínculo involuntário com aquele território. Nem todos os atletas do clube reconhecem uma conexão mais profunda com a totalidade da Baixada ou apenas com o município de Nova Iguaçu, mesmo que vários deles dediquem a maior parte de tempo do dia ao lugar<sup>7</sup>, incluindo as horas gastas no caminho. Entretanto, essa conjuntura nos possibilita acionar o entendimento de Robert Sack (1986) sobre a relação, organização e os significados atribuídos pelas pessoas para aquele território, e assim, compreender as dinâmicas desses “sujeitos sociais” – na concepção bourdiana<sup>8</sup> – na Baixada.

Nas primeiras entrevistas, houve certa resistência dos atletas para reconhecerem uma identificação com a Baixada, tanto por parte dos garotos que moram na região, como dos que

---

<sup>7</sup> O termo “lugar” será utilizado com o sentido de “local físico”, salvo as exceções que serão indicadas e as citações, que reproduzem o pensamento dos autores ou a declaração de entrevistados.

<sup>8</sup> In: \_\_\_\_\_. “Efeitos de Lugar”, em *A miséria do mundo*. (BOURDIEU, Pierre. 2008, p. 160)

são de fora. A negação dos “nativos”<sup>9</sup> e dos “forasteiros” se deu principalmente quando questionados sobre moradia e as opções de lazer e cultura na região, e não se utilizaram de parcimônia para justificar as melhores possibilidades que os aguardam em outros territórios onde vivem ou que gostariam de viver. A rejeição contundente ao que representa a Baixada reflete o que Kathryn Woodward (2014) entende como “sistemas classificatórios”, os quais remontam ao processo de construção de identidades a partir das diferenças, desta forma:

As identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas *simbólicos* de representação quanto por meio de formas de exclusão *social*. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade *depende* da diferença. (SILVA; HALL; WOODWARD, 2014, p. 40)

Mas essas questões sobre identidade e diferença serão aprofundadas no segundo capítulo da dissertação. O que é oportuno registrar, por ora, é como as relações sociais dos garotos estão atravessadas pela noção de territorialidade da Baixada que apresentarei aqui. Exceto pela escola onde estudam, o percurso que faço para chegar no Centro de Treinamento do NIFC, no bairro de Moquetá, é similar com o de boa parte dos atletas. Majoritariamente, trens e ônibus nos servem nesse deslocamento, cujo início se dá do centro de Nova Iguaçu. O cenário é típico de um centro urbano comercial e popular: diversidade de lojas, poluição sonora, transeuntes, comércio informal, congestionamento de veículos e de pessoas, como por exemplo, nas rampas de acesso à estação, durante as chegadas e partidas dos trens. Não é muito diferente de bairros como Campo Grande, na Zona Oeste, ou Madureira, na Zona Norte, exceto pela evidente diferença de que se trata de um município. Na esperança de exercitar o *pensamento para-doxal* proposto por Bourdieu (2008), o qual depõe contra o “bom senso e os bons sentimentos”, busquei experienciar aquela realidade para além das narrativas existentes, em especial, as que taxam a Baixada como uma “mancha de sangue” no mapa do Rio de Janeiro.

Mas, para romper com as ideias recebidas e o discurso corriqueiro, não basta, como algumas vezes se quer acreditar, ‘ir ver’ o que existe. Efetivamente, a ilusão empirista jamais se impõe sem dúvida tanto como no caso em que, como aquele, o confronto direto com a realidade não ocorre sem algumas dificuldades, e até alguns riscos, portanto sem alguns méritos. E, não obstante, tudo leva a pensar que o essencial do que se vive e se vê no campo, isto é, as evidências as mais impressionantes e as experiências as mais dramáticas, encontra seus princípios completamente em outro lugar. (BOURDIEU, 2008, p. 159)

---

<sup>9</sup> Ao longo deste trabalho, a definição da ideia de “nativo” terá como referência o antropólogo Clifford Geertz (1989). Caso haja alguma exceção, será devidamente referenciada.

Ao me despir desses julgamentos, pude observar algo distante do que o senso comum extemporâneo sugeria: a violência estigmatizada pela mídia tradicional e/ou policialesca não me pareceu tão latente comparada ao que é vivenciado em outros territórios mais vulneráveis, como algumas favelas e periferias do Grande Rio. O que se revelou no meu percurso foi um ordinário “caos urbano”, que remete ao alheamento do Estado e ao processo em que o principal município baixadense foi organizado territorialmente; o desordenamento no fluxo intenso de modais de transporte viários; e a segmentação de áreas tidas como nobres, delimitadas por edificações voltadas para um padrão socialmente mais privilegiado. Considero que o trajeto da estação de Trem de Nova Iguaçu até o CT em Moquetá seja irrisório, dadas as dimensões geográficas da Baixada. Porém, os contrastes que despontaram noutras oportunidades de deslocamento pela região, ratificam a minha ideia de que a Baixada é um território, baseada no entendimento de Milton Santos (2007), de que

(...) O território é causa de maior desigualdade entre firmas, instituições e sobretudo entre os homens. Em lugar de se tornar o desejado instrumento de igualdade individual e de fortalecimento da cidadania, o território manterá o seu papel atualmente perverso, não apenas alojando, mas na verdade criando cidadãos desiguais, não apenas pelo seu lugar na produção, mas também em função do lugar onde vivem. (SANTOS, 2007, p. 134)

O deslocamento pela e para a Baixada, por si só, é relevante e passível de ser apreciado noutras iniciativas empíricas, em razão do tensionamento de questões sociológicas que envolvem o território, sujeitos, narrativas, espaço, etc. Por esse motivo e pela paridade entre os meus percursos e os de diversos jogadores do NIFC, me intrigou a negação identitária ou de alguma afetividade com aquele território por parte de alguns dos jogadores, como o meio-campista Gilmar, que mora no Recreio dos Bandeirantes, e o goleiro Renan, de Santíssimo, ambos bairros da Zona Oeste do Rio. Os dois dispensaram uma identificação com a Baixada ou Nova Iguaçu, alegando que suas relações sociais com o território se restringem apenas ao clube. Por outro lado, nos discursos de diversos atletas que são *crias*<sup>10</sup>, há uma relação de pertencimento com a Baixada na condição de lugar de origem, onde nasceu e/ou vive, e também com o clube, numa acepção simbólica: “Eu acho que aqui [o clube] é a minha segunda casa. Pra mim, eu ficava aqui até... Dormia aqui, fazia tudo, pra mim, eu fazia isso. Mas, se Deus quiser, eu tô lá que nem meus amigos estão, em outro clube” (ANDREY, 2017). Na mesma categoria de atletas crias, há ainda os que expressam repulsa ou distanciamento, devido ao

---

<sup>10</sup> Nascidos e/ou que vivem há muito tempo na Baixada Fluminense.

contexto local. “Lá onde eu moro, do outro lado, é área dominada pelo tráfico. Não passo perto não, é do outro lado. Mas é tenso. Às vezes dá pra ouvir sim [tiroteios], mas nada que possa, assim, atrapalhar que eu saia pra treinar. Não interfere não” (FABIANO, 2017).



Bandeira da Angola ilustra muro de salão de beleza afro no agitado comércio popular de Nova Iguaçu  
(Foto: Mellyna Reis)

O sentimento não se resume aos jovens crias. Em um dos meus deslocamentos pela Baixada, resolvi fazer o trajeto de táxi para a Zona Sul, passando pela Linha Vermelha, no intuito de vivenciar outras experiências locais. Conversando com o motorista, também cria da Baixada, ele contou que não deixa de usar a via expressa por medo dos inúmeros casos de violência, pois se disse acostumado e considera a opção mais rápida. A resposta me surpreendeu um pouco, pois a via costumeiramente é destaque no noticiário local com casos de arrastões, tiroteios, roubos de cargas, assaltos, etc. Enquanto me mostrava os pontos mais críticos do percurso, sendo um deles uma passarela nas proximidades de Jardim América e Caxias, o taxista revelou seus temores sobre outras áreas. “Tem lugar em Belford Roxo que eu não gosto nem de passar. Tem muita favela e facções de tráfico”. Essa dualidade exposta tanto pelos garotos, quanto pelo motorista reforça a noção de territorialidade da Baixada Fluminense, com diversas significações e microterritórios, indicando, assim, uma representação polissêmica deste território: há várias ‘Baixadas’ na mesma Baixada.

“A territorialidade, além de incorporar uma dimensão mais estritamente política, diz respeito também às relações econômicas e culturais, pois está *intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar*” (HAESBAERT apud SACK, p. 22, 2007)

Desta feita, recorro ao Milton Santos para examinar as diferenças nas relações dos atletas com o referido território, a partir da configuração social deles – a maioria é de famílias de classes mais baixas, sendo que muitas delas tiveram a situação piorada pela conjuntura político-econômica que acomete o país nos últimos dois anos. “Por serem ‘diferentes’, os pobres abrem um debate novo, inédito, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as populações e as coisas já presentes” (SANTOS, 2006, p. 221; grifos do autor). A problematização entre classe social x território é importante para entender o que representa o futebol na estrutura social da Baixada, principalmente no caso dos “crias”, cujos laços com o lugar são viscerais. “Trata-se, para eles, da busca do futuro sonhado como carência a satisfazer – carência de todos os tipos de consumo, consumo material e imaterial, também carência do consumo político, carência de participação e de cidadania” (SANTOS, 2006, p. 221). Em outras palavras, a relação com o território Baixada Fluminense pode ser vista como um dos arroubos para buscar uma “mudança de vida” e o futebol, representado pelo clube mais expressivo do território, o Nova Iguaçu, um dos caminhos factíveis.

### **1.1. A cultura do esporte na Baixada Fluminense: um olhar etnográfico**

*“O esporte pode reavivar a esperança onde antes só havia desespero”*

- Nelson Mandela -

A exemplo do que aconteceu em 2007, após a realização dos Jogos Pan Americanos, o Rio de Janeiro volta a amargar um legado bastante questionável no que diz respeito aos equipamentos esportivos, que custaram bilhões de reais em recursos públicos para que a cidade pudesse sediar a primeira olimpíada do país. Menos de um ano depois do megaevento, os parques olímpicos já sofrem um processo de deterioração devido ao abandono por parte do poder público. Se a “Cidade Maravilhosa”<sup>11</sup>, com toda a visibilidade midiática, não foi poupada da má gestão dos equipamentos esportivos – incluindo os que ficam nas áreas mais nobres –, a realidade em territórios como a Baixada Fluminense é ainda mais degradante.

---

<sup>11</sup> O epíteto Cidade Maravilhosa foi usado pela primeira vez nas páginas do jornal A Notícia, em 1908, pelo escritor, político e professor Henrique Maximiliano Coelho Neto. Na frase faço uma crítica à romantização do apelido, vastamente explorado em narrativas midiáticas.

Historicamente, a Baixada Fluminense foi se delineando a partir do processo de urbanização iniciado com a construção da Estrada de Ferro Dom Pedro II, em 1858. A rota foi desenvolvida para conectar a área central do Rio de Janeiro ao município de Queimados, que na época pertencia à Nova Iguaçu. A pesquisadora Alessandra Barreto (2004) enfatiza que a violência reiterada nas narrativas midiáticas sobre o território tem sua origem nas disputas de terra que eclodiram no período da urbanização.

Essa construção provocou a intensificação da urbanização nos trechos às margens da linha férrea através do loteamento das fazendas, em grande parte de forma ilegal, em terrenos pequenos e baratos, atraindo assim uma população de migrantes de baixa renda vindos do Nordeste em sua maioria, mas, também, do município do Rio de Janeiro, expulsos pelos preços dos aluguéis e terrenos. (BARRETO, 2004)

Antes ocupada por fazendas de café, milho, animais de corte e, especialmente, laranjais, os conflitos que marcaram a transição do século XIX para o XX, influenciaram na construção semiológica de um território de pobreza, sem infraestrutura, marginalizado e abandonado pelo Estado. “Tratava-se, de acordo com esse sistema representacional hegemônico, de uma periferia no sentido territorial e cultural, tanto física quanto simbolicamente um “outro” a ser temido, evitado, desprezado, ridicularizado, diminuído” (ENNE, 2013). As narrativas sobre a Baixada não se restringiram às questões geográficas, por exemplo, “o uso de adjetivos como nordestino, trabalhador, sofrido, valente parece figurar entre as representações mais comuns sobre sua população” (BARRETO, 2004). Enquanto as identidades estão arraigadas na estratificação da Baixada, a mobilidade espacial inviabiliza, até hoje, uma definição geográfica definitiva da região. Perante essas divergências ontológicas, esta pesquisa vai considerar como Baixada, para fins metodológicos, os municípios de Nova Iguaçu, Duque de Caxias, São João de Meriti, Nilópolis, Belford Roxo, Queimados, Japeri e Mesquita. Essa referência tem como propósito delimitar os estudos sobre o desenvolvimento das práticas esportivas e uma cultura do esporte no território.

A escolha desse ethos atravessa muitas questões, dentre as quais, o desejo de ampliar as discussões sobre o esporte na perspectiva sociológica e as relações com determinados territórios e sujeitos. Ronaldo Helal (1990) ressalta que, “assim como a língua ou religião, o esporte nos é herdado pelo nosso meio no início da infância. E a sua presença entre nós é tão impositiva que, muitas vezes, aquele que não se liga ao esporte de seu grupo social se sente, de certa forma, como uma pessoa não integrada, que vive à margem da sociedade”. Ou seja, apesar das consciências e sentimentos individuais, o esporte é capaz de influenciar culturalmente e de forma coletiva a sociedade, ao ponto de interferir significativamente o nosso cotidiano.



Populares improvisam para assistir à estreia da Taça Guilherme Embry, em Xerém  
(Foto: Mellyna Reis)

Essas impressões ficam mais evidentes no contexto do futebol, uma expressão da cultura de massa, cuja história no Brasil propiciou a construção de uma identidade de nação (HALL, 2006) ou “país do futebol” no imaginário da sociedade que perdurou por décadas, até que viesse a ser questionada após retumbantes revezes – com destaque para a fatídica derrota da seleção masculina para a Alemanha, em 2014. Em sua obra, *Sociología Política del Deporte*, Jean-Marie Brohm (1982) define que:

A história do esporte é explicitamente concebida como uma mitologia de ascensão ininterrupta para a superação: mais rápido, mais alto, mais forte. É esse espírito novo, industrial, que reflete todas as categorias centrais do modo de produção capitalista e as coloca abaixo do princípio de rendimento que integra o corpo humano a uma corrida fantástica para o sucesso. Essa consciência desportiva é parte constitutiva do universo industrial contemporâneo. (BROHM, 1982, p. 11)

Devido à ausência de um marco reconhecido sobre a história do esporte na Baixada, considero como ponto de partida para esta análise as condições atuais dos equipamentos esportivos públicos, cujo acesso e preservação contemplam a lógica do direito à cidade, aludida por David Harvey. “A cidade é o lugar onde as pessoas de todos os tipos de classes se misturam, ainda que relutante e conflituosamente, para produzir uma vida comum, embora perpetuamente mutável e transitória” (HARVEY, 2014, p. 134). Segregada dos holofotes dos Jogos Rio 2016, a Baixada tem vilas olímpicas em todos os oito municípios, que totalizam 3,13 milhões de



habitantes<sup>12</sup>. Porém, a maioria desses equipamentos encontra-se em situação de abandono<sup>13</sup>, desrespeitando o artigo 217 da Constituição Federal, que imputa ao poder público o papel de incentivar o lazer, como forma de promoção social (Parágrafo 3º): “É dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não-formais, como direito de cada um” (Constituição Federal, 1988). Isso significa que a dotação de espaços adequados à prática esportiva é uma forma de garantir o direito constitucional dos cidadãos. “Políticas de esporte e lazer podem contribuir para melhorar a vida das pessoas nas cidades e democratizar possibilidades de acesso à cultura em todas as dimensões” (FEIX, 2007).



Público assistindo partida contra o Botafogo, válida pela Taça Guilherme Embry, no CT do Nova Iguaçu (Fotos: Mellyna Reis)

A Baixada também conta com três unidades do Sesc Rio – em Nova Iguaçu, Duque de Caxias e São João de Meriti –, que abrigam equipamentos culturais, como biblioteca, teatro, galeria de arte e salas de cinema, afora os complexos esportivos. Apesar de serem abertos à comunidade, o fato de as estruturas serem cercadas por muros, grades e catracas para controlar o fluxo, agravado pela escassez de canais de comunicação mais eficientes e direcionados, provocam o afastamento do público, que muitas vezes desconhece o direito de acessar os serviços prestados no local. Carlos Mulatinho Pedroso ressalta que o esporte só terá condições de produzir práticas sociais se houver espaços esportivos públicos. “Nos espaços da cidade e

---

<sup>12</sup> O número de habitantes apresentado no texto é a soma da população dos oito municípios pesquisados, com base nos dados do Censo 2010 (IBGE).

<sup>13</sup> As informações atualizadas sobre a situação dessas vilas estão em processo de apuração na pesquisa.



na vida cotidiana das pessoas que o esporte desenvolve seus valores e manifestações” (PEDROSO, 2010).

Na falta desses equipamentos, a população recorre ao CT do Nova Iguaçu Futebol Clube para praticar algumas atividades físicas como caminhadas e corridas, arriscando a sofrerem lesões, pois o terreno é irregular e inapropriado. Tanto que a preparação dos atletas é realizada apenas nos campos e áreas específicas. Em dias de jogos, o NIFC também atrai um público que não é necessariamente torcedor ou que tem relação com os jogadores da casa, acentuando a importância do clube para a Baixada, inclusive como opção de lazer – como podemos observar na foto anterior. Isso também reforça a ideia de que o papel social do esporte para a população, seja de maneira individual ou coletiva, tende a ser mais impactante em regiões marcadas pela pobreza e vulnerabilidade, o que compreende uma parcela considerável da Baixada. De acordo com o Censo 2010, mais de 200 mil pessoas residem em favelas – ou “aglomerados subnormais”, como o IBGE classifica –, sendo que 70% desse público está concentrado nos municípios de Duque de Caxias<sup>14</sup>, São João de Meriti e Belford Roxo: todos na Baixada.

As cidades agrupam uma série de indivíduos, grupos, atividades e processos sociais que, via de regra, não se distribuem linear ou uniformemente sobre o espaço, delineando – ora mais, ora menos – diversas linhas de divisão. Nesse sentido, a investigação da divisão social urbana, em suas múltiplas manifestações e processos, aparece como central, sendo capaz, entre outras coisas, de captar a relação – configurada em um processo de duas vias – entre prática e estrutura social (MELO & PERES apud GRAFMEYER, 2009, p. 22).

Um exemplo do impacto causado pela falta de acesso a equipamentos esportivos públicos pode ser observado na Zona Oeste do Rio de Janeiro, mais precisamente em Campo Grande. Inaugurado em 1982, o Centro Esportivo Miécimo da Silva (CEMS) é um dos maiores complexos esportivos da América Latina, sendo o maior pertencente a uma prefeitura municipal em todo o Brasil<sup>15</sup>. Desde 2003 que o CEMS recebe competições internacionais e, em 2007, sediou os Jogos Pan Americanos. A falta de manutenção o excluiu da lista de equipamentos para a Rio 2016, mas o local foi utilizado como Boulevard Olímpico, um espaço com atividades culturais e esportivas gratuitas, entre as quais, a transmissão dos Jogos. Passado o frenesi olímpico e com a mudança de gestão na prefeitura, o Miécimo – que atende também moradores

---

<sup>14</sup> A favela Vila Operária, em Duque de Caxias, é maior da Baixada Fluminense, com aproximadamente nove mil moradores (Censo 2010, IBGE).

<sup>15</sup> Disponível no site da Prefeitura do Rio: <<http://www0.rio.rj.gov.br/pcrj/destaques/especial/miecimo.htm>> Acessado em: 18 out 2017.

de Bangu, Santa Cruz e outros bairros da Zona Oeste –, ficou fechado de dezembro de 2016 até a primeira quinzena de outubro de 2017, inviabilizando as 21 modalidades esportivas oferecidas ao público e comprometendo o treinamento de atletas de alto rendimento.

Por conta disso, os professores contratados para dar essas aulas ficaram com os salários atrasados e muitos foram demitidos. Até que o equipamento passou a ser gerido por uma organização social (O.S.), que tem como diretor o capoeirista Mestre Del, em um cargo ocupado por indicação política. No dia 25 de outubro de 2017, foram retomadas as inscrições para as modalidades esportivas, que contemplam desde crianças muito pequenas até idosos. O primeiro dia de inscrição comprovou o anseio da população por políticas públicas voltadas para o esporte e lazer: pessoas chegando na madrugada para garantir o seu direito, filas quilométricas e mais de sete horas para assegurar a inscrição em até duas modalidades, como podemos ver nas imagens a seguir:



Multidão faz filas para se inscrever nas atividades gratuitas do Centro Esportivo Miécimo da Silva, em Campo Grande (Fotos: Mellyna Reis)

De volta à Baixada, onde sequer as competições olímpicas resvalaram – houve apenas a passagem da tocha<sup>16</sup> –, os agentes políticos do território se encarregam de promover eventos esportivos, como a 23ª Olimpíada da Cidadania na Baixada Fluminense; a 20ª edição dos Jogos da Baixada, realizada em junho passado, cuja abertura foi realizada no Parque Olímpico da Barra, na Zona Oeste do Rio; eventos municipais, como o Domingão Esportivo e o Campeonato Iguaçuano de Futebol. Nova Iguaçu também possui um símbolo internacional do esporte: a pista de Skate mais antiga da América Latina, construída em 1976. Reformada há dois anos, a pista

---

<sup>16</sup> As narrativas midiáticas de homogeneização da Baixada prevaleceram na divulgação da passagem da tocha olímpica pela maioria dos veículos de comunicação, que não detalharam os locais que receberiam o símbolo máximo dos Jogos.

influenciou a geração de jovens da década de 1970, visto que só na Califórnia (EUA) havia um equipamento semelhante, o qual foi inaugurado no mesmo ano. Além de lançar algumas das lendas do esporte no Brasil, a pista desencadeou uma importante transformação social urbana: a aproximação das Zonas Norte e Zona Sul com a Baixada Fluminense, a partir do deslocamento de skatistas frequentadores. “A cidade – enquanto entidade sociológica que se forma espacialmente, como nos aponta Simmel (1979) – é uma configuração eivada de história, capaz de oferecer uma resistência ou adaptabilidade a processos mais recentes” (MELO & PERES et al., 2009, p. 33).

Considerando a densidade da vida social observada nas cidades e as oportunas ressalvas para o aumento da especulação imobiliária e os projetos de cidades empresarialistas<sup>17</sup>, a Baixada ainda preserva o lugar público mais democrático para o desenvolvimento da prática esportiva: a rua. Especialmente nas periferias e favelas da região, a rua é, muitas vezes, o único espaço garantido de lazer das pessoas. Para o treinador da categoria Sub-16 do Nova Iguaçu Futebol Clube, Júlio Neres, esse é um dos fatores que contribui para o esporte ser um dos mais praticados pelos garotos da região, pois não requer uma estrutura complexa.

A Baixada Fluminense hoje é um dos lugares mais pobres do Rio de Janeiro e aqui ainda a gente costuma dizer que a globalização ainda não chegou aqui, pelo seguinte: não que a informação não chegou, não é no nível de informação. Mas é no nível de infraestrutura, né? Principalmente com relação à cidade. Ou seja, um pouquinho mais pra Zona Norte, Zona Sul e Zona Oeste, os campos foram dando lugares para os prédios, pra outros empreendimentos comerciais. E aqui na Baixada Fluminense o garoto ainda tem acesso a um campo de futebol, àquele futebol de rua, em jogar descalço na periferia, a oportunidade que ele tem de desenvolver assim, a sua coordenação motora e sua capacidade de criatividade. Então assim, hoje a Baixada Fluminense é um celeiro nesse ponto. (NERES, 2017)

Conversando com os garotos, alguns deles não gostam de assumir que jogam pelada fora do clube “na rua”, num sentido mais amplo que a própria via, mas que compreenda também espaços de lazer públicos e privados. O receio não é à toa. Pela relação profissional, ainda que sejam jovens e não possam legalmente “trabalhar” (no que diz respeito à legislação trabalhista), os atletas do Nova Iguaçu devem se poupar de atividades físicas que estejam fora do planejamento do clube, para evitar lesões e não comprometer o rendimento físico, sobretudo em períodos de campeonatos. No segundo dia de pesquisa de campo, presenciei o treinador dando sermão por ter sido informado que alguns atletas estariam batendo bola fora do clube por

---

<sup>17</sup> Ver *Semântica Urbana e Segregação: Disputa simbólica e embates políticos na cidade empresarialista* do geógrafo Marcelo Lopes de Souza (2013).

diversão. Mas como ter controle sobre a vida de garotos cuja prática esportiva na rua foi o que levou muitos deles ao futebol? Talvez a resposta esteja na sinceridade do lateral esquerdo Matheus, de 16 anos: “Ué, eu jogo, num vou ficar mentindo não. Todo mundo aqui joga. Pode mostrar [a gravação para o treinador]”. Ou, nas rimas do Rincon Sapiência.

(...)  
*O racha na rua se acha*  
*Tem jogo em vários lugares*  
*Tem jogo na tela dos lares*  
*Resenha na mesa dos bares*  
(...)

\*Trecho da música *Resenha de Futebol*  
Rincon Sapiência | part. Rael e Karol Conka – 2018

As peladas ou “o racha”, como canta o rapper e poeta paulista, representam a resistência democrática do futebol jogado nas ruas ou nos campos de várzea. Em tempos de profusão de campos society e seus gramados artificiais, uma área mínima com um par de traves improvisados – onde os mais comuns são chinelos e pedaços de madeira –, e, claro, uma bola, propiciam lazer para uma comunidade, principalmente nos lugares mais desabastecidos de equipamentos esportivos públicos. Por outro lado, há o fator violência, que usurpa o direito dos jovens vivenciarem a rua como lugar de lazer. Este é o caso do Marcos, de 16 anos, que reside no bairro de Miguel Couto. “Tem muito tempo que eu não jogo na rua. Lá, quase ninguém gosta de jogar bola [na rua], só os adultos mesmo”, contou o garoto depois de justificar os motivos: o medo das consequências de viver em um território mediado por conflitos e dominação da milícia. “Lá no bairro às vezes fica tranquilo, às vezes fica chato de ficar na rua até tarde. Lá acontece muita morte lá. E solta lá [os corpos], fica lá mesmo, lá na rua. É difícil, né? É difícil por causa das crianças que acompanha desde pequeno. É difícil. (...) Num fica mais ninguém na rua direito, é perigoso”.

É axiomático que a infância nas periferias e rincões do Brasil ainda é muito marcada por uma educação patriarcal, que direciona as crianças para gostos e preferências antes mesmo que possam ter uma visão de mundo – no qual somos influenciados por “um sistema de representação cultural”, como definiu Stuart Hall (2013). Assim, é comum ver meninos induzidos por seus familiares a gostarem e praticarem o futebol, até quando não há uma empatia inicial com o esporte, como no caso do goleiro do sub-16 do Nova Iguaçu, Fabiano Nogueira, morador de Belford Roxo. “Eu não sabia o que é que eu tava fazendo. Eu só fazia porque gostava de fazer, sem saber o que estava fazendo”, lembra o jogador, sobre as brincadeiras de

“agarrar a bola” e pular, que mais curtia na infância, antes que a mãe tivesse a iniciativa de conversar com pai para inseri-lo no futebol como goleiro. Contudo, Neres acredita que o interesse pela profissionalização no futebol por parte dos garotos da região é motivado pela estrutura do clube e/ou pela perspectiva do atleta como solução financeira da família.

Eu tenho certeza do que eu vou falar pra você agora: que a gente poderia ser o Nova Iguaçu e se a gente não tivesse a filosofia que a gente tem e a estrutura que a gente tem, a gente não ia ser procurado. [...] As joias estão aqui e precisam ser trabalhadas, mas se a gente não tivesse uma boa filosofia, uma boa estrutura de trabalho, bons profissionais, a gente não ia ser procurado. O cara ia escolher realmente ir pra Niterói, pra tentar treinar e tentar alguma coisa lá no Botafogo, jogadores tentariam ir pro Flamengo... Hoje, as pessoas aqui, da Baixada Fluminense, elas têm uma preferência em vir pro Nova Iguaçu pela estrutura, pela filosofia, pelo trabalho e, principalmente, sabe que aqui a gente tem uma boa escola de formação de atleta. Então hoje, o Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense e no Rio de Janeiro, é uma referência. (NERES, 2017)

A possibilidade do arrimo de família sugerida pelo treinador é uma das questões levantadas no decorrer da pesquisa, pois “a teoria e os conceitos antropológicos devem ser testados na análise da vida tal como ela ocorre em um determinado lugar do mundo. Qualquer lugar pode servir como provocação para desafiar e criticar a teoria antropológica” (BARTH, 2000, p. 108). De fato, este foi um discurso presente em todos os jogadores entrevistados, mesmo os que se sentem com uma condição financeira melhor que os demais, incluindo os que disseram possuir casa própria – um desejo manifestado por quase a totalidade dos garotos.

## **1.2. “Pra inglês ver”: a relação de pertencimento entre futebol e território**

A história do futebol no Brasil é marcada por extremos. Os negros e pobres eram limitados a espreitar a aristocracia brasileira refestelando-se no esporte que anos depois viria a se tornar o mais popular do mundo. A partir da massificação, em 1920, e da profissionalização, em 1933, o futebol passou a unir diferentes classes sociais e etnias, interrompeu guerras e em várias ocasiões se misturou com política, economia e diversas questões sociais. Sua origem no país ficou reconhecida pela realização de uma partida organizada pelo paulista Charles William Miller, em 14 de abril de 1895, entre os funcionários da *Gas Company of São Paulo* e da *São Paulo Railway Company*. Ao contrário do que sugere o sentido original, aproprio-me da

expressão “Pra inglês ver”<sup>18</sup> para dar ênfase uma tese mais recente sobre o início do que viria a ser uma grande paixão esportiva nacional.

O pesquisador da história do Bangu Atlético Clube, Carlos Molinari, defende que o futebol brasileiro surgiu no subúrbio carioca, por iniciativa de um tintureiro escocês da cidade de Busby, Thomas Donohoe<sup>19</sup>. Na versão fundamentada em mais de 15 anos de pesquisas, Donohoe desembarcou no Rio de Janeiro em 21 de maio de 1894, depois de uma longa viagem a bordo do navio S. S. Clyde. Ele deixou a esposa Elizabeth e seus filhos Patrick, de 3 anos, e John, de seis meses, para assumir um cargo de chefia na Fábrica de Tecidos Bangu, na Zona Oeste da capital.

O bairro de Bangu era composto apenas pela Fábrica e uma única rua. Não existia futebol no novo país. Ele então escreveu para a esposa, Elizabeth, e pediu para que ela viesse ao Brasil com os filhos. Porém, alguns itens muito importantes deveriam vir na mala com ela: sua bola e chuteiras. Elizabeth desembarcou no Rio em 5 de setembro de 1984 com a encomenda. (MOURA, 2014)

A primeira partida foi realizada em um domingo de setembro de 1894, onde hoje funciona o estacionamento do Bangu Shopping. Foram formados dois times, cada um com seis funcionários da fábrica, onde todos já conheciam o futebol devido à origem inglesa deles. Com o apoio de historiadores escoceses, a investigação coordenada por Molinari – e considerada por ele como um “revisonismo histórico” – indica que a fábrica cedeu um espaço para que os ingleses praticassem o esporte até meados de 1906. Dois anos antes, no dia 17 de abril, o *Bangu Athletic Club* foi fundado e teve Thomas Donohoe como vice-presidente da primeira administração. Mais de um século depois, precisamente no dia 5 de junho de 2014, às vésperas do início da segunda Copa do Mundo no Brasil, foi inaugurada uma estátua em homenagem ao tintureiro escocês, na área externa do Shopping Bangu. Não há conhecimento de uma grande publicização dessa versão mais recente sobre o surgimento do futebol no Brasil. Pelo contrário: chama atenção que, mesmo sendo fruto de um trabalho intenso de historiadores e pesquisadores,

---

<sup>18</sup> A expressão “pra inglês ver” surgiu nos idos de 1830 e normalmente é usada para indicar algo feito só para manter as aparências. A origem mais provável do termo é a pressão da Inglaterra para que o Brasil aprovasse leis que impedissem o tráfico de negros para serem escravizados, que culminou na Lei Eusébio de Queiroz. Contudo, o tráfico continuou acontecendo de maneira mais velada, daí a explicação de que a legislação só foi aprovada “para inglês ver”.

<sup>19</sup> *Bangu, o verdadeiro berço do futebol no Brasil*, publicado no site de O Dia, em 26/05/2014. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-05-26/bangu-o-verdadeiro-berco-do-futebol-no-brasil.html>. Acessado em: 20 jul de 2017.

o portal de notícias G1, que pertence ao sistema Globo, tratou Donohoe com um pejorativo “suposto” para se referir ao escocês.

MENU G1 RIO DE JANEIRO

05/09/2014 08h07 - Atualizado em 05/09/2014 08h07

## Bangu, Rio, ganha estátua de suposto introdutor do futebol no Brasil

Historiador acredita que Thomas Donohoe tenha trazido o esporte. Primeiro jogo teria ocorrido em fábrica na Zona Oeste do Rio.

Do G1 Rio

Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/06/bangu-rio-tera-estatuade-supostointrodutor-do-futebol-no-brasil.html>> Acesso em: 6 set de 2018

Acredito que esse “desdém” representado na matéria do portal denota o tratamento das narrativas midiáticas para as histórias não-violentas originadas nos subúrbios e periferias do país, especialmente no Rio de Janeiro, tão alardeadamente conhecido por seus tiroteios em favelas. Um reflexo disso é o fato de a estátua passar despercebida de boa parte do público que transita pelo local, o qual é bastante movimentado tanto por se tratar de um shopping numa região central do bairro e também por haver uma unidade de serviços públicos, que é o Poupatempo. Por outro lado, se as narrativas dos veículos de comunicação minimizam que a história do esporte mais popular do país tem seus primórdios nos arrabaldes do subúrbio carioca, há que se admitir o caráter elitista dos clubes que predominavam desde o início dos tempos.

Lugares como Bangu viviam a plenitude da modernização, desencadeada pelo processo de industrialização nacional, cuja maioria dos parques fabris da cidade estava instalada na Zona Oeste e Baixada Fluminense. Aos poucos, a fidalguia representada em clubes símbolos da distinção social, como o Rio Cricket & Athletic Association, Fluminense Football Club e Paysandu Cricket Club, foi sofrendo transformações na medida em que o futebol ficou cada vez mais difundido, nos primeiros anos do século XX. Nas palavras do pesquisador Nei Jorge dos



Santos Junior (2014), “reconhecidamente, a fundação dos clubes fabris<sup>20</sup>, na cidade do Rio de Janeiro, marcava a difusão da prática e o acesso mais direto ao futebol entre as camadas mais populares”. O Bangu, por ser o primeiro clube operário da cidade, encabeçou o rompimento com essa identidade aristocrática que prevalecia até então, demonstrando a força e capacidade de articulações populares em territórios como o subúrbio da Zona Oeste do Rio.



<sup>20</sup> Os clubes Bangu A.c. (1904), Carioca F.C. (1907), Andarahy A. C. (1909), Alliança F.C. (1910), etc.





Estátua de Thomas Donohoe, no Bangu Shopping (página anterior); Placas com detalhes da história do tintureiro na base da estátua (Fotos: Mellyna Reis)

A relação entre futebol e territórios vai além da história do esporte. O sentimento de pertença entre um clube e o lugar onde este foi fundado – em muitos casos, batizado pelo homônimo, como acontece com o Botafogo, Flamengo e o próprio Nova Iguaçu – configura uma diretriz para entender as interações sociais daquele local. Podemos contextualizar isso com a reflexão de Pierre Mayol (1996) sobre os modos de vida nos bairros: “uma arte de conviver com parceiros (vizinhos, comerciantes) que estão ligados a você pelo fato concreto, mas essencial, da proximidade e da repetição” (MAYOL, 1996, p. 39). Esse envolvimento também é analisado pelo pesquisador Luiz Carlos Rigo (2007), em artigo sobre a Sociedade Recreativa Arealense, da cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul, no qual o autor enxerga o clube como um pequeno fragmento do bairro.

[...] os clubes de futebol agem como catalisadores que concentram e reproduzem os afetos, os códigos e os conflitos que flutuam pelas ruas. Por sua capacidade de agregar e interagir com os moradores, eles se tornam agenciadores de sociabilidade, um lugar onde se forjam sentimentos e valores, um espaço utilizado para administrar as rivalidades, as diferenças e as tensões intrínsecas a todo bairro. (RIGO, 2007)

Entretanto, a ligação entre um clube de futebol e o território onde está situado não se configura, necessariamente, como um ambiente harmônico. “As permanentes divergências e disputas que neles germinam são balizadas e administradas por determinados pactos sociais que criam obrigações e estabelecem vínculos comuns a todos que neles se inserem” (RIGO, 2007). No caso do Nova Iguaçu, o fato de a maioria dos atletas morar na Baixada é visto pelos jogadores, familiares e pela própria direção do clube como um facilitador para o deslocamento

diário. Tal situação também pode ser considerada como positiva por desobrigar os jogadores de terem o convívio familiar interrompido e evitar outros tipos de violência na busca pelo sonho de se tornar um jogador profissional. Em 2014, o UNICEF divulgou um estudo<sup>21</sup> sobre os riscos a que estão expostas crianças e adolescentes em ambientes destinados à prática esportiva. A cartilha, cujo lançamento teve como foco a Copa do Mundo no Brasil, foi elaborada por diversas entidades, entre as quais o Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan (Cedeca/BA), que teve como fonte as denúncias recebidas sobre exploração e abuso sexual, discriminação racial e de gênero, afastamento do ensino regular e outros direitos violados dentro dos clubes.

Nos cerca de quatro meses iniciais de etnografia em Nova Iguaçu, consegui observar alguns apontamentos alinhados com Mayol no que concerne a ‘prática do bairro’ – neste caso, irei ampliar o conceito para o território da Baixada: “é uma convenção coletiva tácita, não escrita, mas legível por todos os usuários através dos códigos da linguagem e do comportamento” (MAYOL, 1996, p. 47). Por conta da rotina de atleta, cerca de dez jogadores, inclusive alguns que moram fora da região, estudam no centro de Nova Iguaçu, sendo a maioria na mesma escola privada, o Colégio Millennium. Essa permanência estendida na região viabiliza mais interações sociais com o local e entre os companheiros de clube. Porém, o vínculo profissional e escolar com a região não é, necessariamente, sinônimo de uma “amabilidade urbana” (SANSÃO, 2012) ou mesmo uma identificação com o território. Sobre essas relações sociais com a Baixada, o atleta Fabiano, residente no bairro Roncalli, afirma:

“Aqui, alguns lugares, tipo o centro de Nova Iguaçu, dá até pra ficar e tal, fazer alguma coisa. Mas em alguns lugares da Baixada, num tem como. Aqui eu num me familiarizo em nada, nada. [...] Se o futebol me proporcionar algo melhor, a primeira coisa que eu vou fazer é sair daqui. [...] Não são todos lugares [da Baixada] que são perigosos. Daí eu moraria num lugar melhor, que pelo menos não tivesse hora pra chegar em casa, toque de recolher” (FABIANO, 2017).

O sentimento expressado pelo atleta remete à ideia de que “a categoria ‘Baixada Fluminense’ vai ser apropriada a partir de muitas outras referências, e em muitos casos associada a valores positivos e negativos” (ENNE, 2013, grifo da autora). Ou seja, penso que não é possível reduzir apenas às narrativas midiáticas a estigmatização da Baixada quando o sentimento é expressado por quem vive lá, entre os quais, os atletas do NIFC. Ao mesmo tempo que, nos mostra que as relações sociais com este território dialogam com o pensamento de Pierre

---

<sup>21</sup> A cartilha “*A infância entra em campo – riscos e oportunidades para crianças e adolescentes no futebol*” está disponível em: <[https://www.unicef.org/brazil/pt/br\\_infanciaemcampo.pdf](https://www.unicef.org/brazil/pt/br_infanciaemcampo.pdf)>.

Bourdieu sobre o *espaço social*. “Não há espaço, em uma sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e distâncias sociais (...)” (BOURDIEU, 2008, p. 160). Reconhecer as estruturas hierárquicas de um território é o caminho para compreendermos as relações que os sujeitos têm com o mesmo.

### 1.3. Nova Iguaçu Futebol Clube: Orgulho da Baixada

Considerado um fenômeno de expressão cultural massificado, o futebol vem se reconfigurando na história da sociedade contemporânea. No contexto do nosso país, o esporte que nos primórdios foi acalentado no berço da elite branca aristocrática, virou sinônimo de ponte para a ascensão social de milhares de garotos das periferias, subúrbios e favelas do país. O treinador Júlio Neres não encara esta idealização como um problema para o seu plantel. Porém, confessa que tenta blindar os garotos das possíveis pressões que venham a sofrer, principalmente dos familiares. “Sonhar é livre” (NERES, 2017). Para o vice-presidente de futebol do Nova Iguaçu, Vitor Marques de Lima, que está no clube desde o início da fundação, as periferias são os maiores celeiros de craques e a Baixada se enquadra nisso por ser um território com esses arranjos urbanos. O português, que veio ao Brasil quando tinha 10 anos, é responsável pela contratação e dispensa de jogadores, sendo esta última uma árdua tarefa que requer um cuidado especial, já que a maioria dos atletas são crianças ou adolescentes. Segundo Vitor Marques de Lima, o desejo manifestado pelos atletas de buscarem o futebol visando uma ascensão vem crescendo ao longo dos anos.

O percentual de crianças carentes – e o futebol, na realidade, é um esporte de massa – proporciona a eles um sonho em função da própria mídia, em função do que o futebol representa nesse país, né? É o sonho de se tornar um jogador de futebol. Consequentemente, as crianças veem além do que elas gostam de praticar, o sonho de se realizarem financeiramente, de ajudarem seus responsáveis, o pai, a mãe, irmãos, enfim. E também a oportunidade de ver um outro mundo, porque as crianças carentes nas periferias, elas vivem um mundo e pra elas o mundo certo é aquele que eles estão vivendo ali, com coisas erradas, porque elas não têm oportunidade de vivenciar outro. É o mundo real, que eles podem olhar e ver que o mundo não é aquele que eles vivem. (LIMA, 2018)

Esse “mundo real” que o dirigente crê pode até ser menos violento ou com mais oportunidades, contudo, não é menos difícil, ainda mais para os que se dedicam a uma carreira nos gramados da bola. A realidade dos jogadores que chegam ao status de astro e desfrutam de

salários exorbitantes é restrita a poucos. Uma matéria produzida<sup>22</sup> pelo jornal Extra (CALIL, 2012) traz um levantamento da Confederação Brasileira de Futebol, o qual revela que dos 30.784 jogadores registrados no país em 2012, 82% recebiam até dois salários mínimos – incluindo atletas que jogavam sem remuneração. Por outro lado, apenas 2% ganhavam acima de R\$ 12,4 mil – cerca de 20 salários mínimos na época. O texto também mostra que, segundo a Federação Nacional dos Atletas Profissionais (Fenapaf), cerca de 20% dos profissionais (de qualquer faixa de renda) do Brasil sofrem ainda com atrasos salariais e no pagamento de encargos e bônus. Uma pesquisa mais recente do jornal Folha de S. Paulo<sup>23</sup>, com base em dados de 2016 do Ministério do Trabalho, indica “que a síntese do jogador brasileiro é de alguém de 23 anos, com contrato há 12 meses, e que recebe R\$ 3.653 por mês, pouco mais de quatro salários mínimos naquele ano (R\$ 880). O valor é equivalente à renda familiar de uma família de classe média”.



Pai do atacante Andrey na estreia do torneio Guilherme Embry, em Xerém. Ele é um dos mais acompanham a trajetória do filho (Foto: Mellyna Reis)

Os garotos entrevistados no clube têm consciência das dificuldades da carreira, pois enfrentam obstáculos muito cedo: distância para o treino, conciliar com uma rotina intensa de treinos com os estudos, a pobreza, em muitos casos, a desvalorização profissional, competitividade, poucas oportunidades para muitos jogadores, etc. Ainda assim, nos dias em

---

<sup>22</sup> Matéria jornalística disponível em <<http://extra.globo.com/esporte/triste-realidade-no-brasil-82-dos-jogadores-de-futebol-recebem-ate-dois-salarios-minimos-6168754.html>>. Acessado em: 20 jun. 2017.

<sup>23</sup> A pesquisa foi realizada com os últimos dados disponíveis pelo Ministério do Trabalho. A matéria completa está disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/05/jogador-brasileiro-ganha-quatro-salarios-minimos-por-mes-em-media.shtml>> Acesso em: 29 jun 2018.

que há grandes “peneiras”<sup>24</sup>, é enorme a movimentação de familiares que levam seus filhos para tentar uma vaga de federado: os atletas do clube devidamente registrados na federação de futebol. Os garotos são submetidos a vários dias de testes e a simples saída com um papel branco, o qual garante o retorno para continuar a avaliação, é comemorada pelos responsáveis. Simbolicamente, ali é um dos primeiros exemplos de expectativas depositadas naqueles garotos. Aquela presença pode ser sentida como pressão, apoio, incentivo ou mesmo, esperança. Muitos sonhos surgem ou ganham força nesse momento, como também desaparecem ante às negativas. Mas, sem dúvida, a repetição do discurso de “levantar a família” na maioria dos entrevistados é um reflexo deste processo.

“[...] Qualquer criança que pensa em ser jogador de futebol, eles pensam em levantar a família, tirar a família desse aperto” (ALBERTO, 2017)

“Eu sempre espero uma mudança e, principalmente, futebol... Eu jogo futebol pela minha família, pra levantar a minha família. É, assim, condição financeira, tirar eles daquele lugar, dar uma vida melhor, morar... Dar uma casa pra minha mãe e alguma coisa a mais, ou então um carro. Fico porque... Eles dão muito pela gente, né? Aí a gente tenta retribuir isso tudo que eles fazem pela gente” (FABIANO, 2017)

O sonho desses garotos também é estimulado pelo próprio clube a partir de uma ideia representada pelo “orgulho”. Os jogadores do Sub-16 sempre encerram os treinos e partidas com um grito de guerra, logo após a última conversa com o treinador, independente do teor ou do resultado. Os gritos são inspirados na alcunha do clube, “Orgulho da Baixada”, cuja definição também é celebrada no hino do NIFC: “Salve o ‘Fruto da Terra’ / Nova Iguaçu traz com **orgulho** seu brasão / Onde brilham duas cores / Laranja e branco no seu pavilhão”. Segundo o assessor de imprensa Bernardo Gleizer, o lema está correlacionado com o epíteto “Frutos da terra”, designado a todos os atletas do NIFC. Tanto o nome quanto a cor principal do clube fazem alusão ao período em que Nova Iguaçu foi um dos maiores produtores de laranja, no século XIX, gerando um alto crescimento econômico. “As laranjas da nossa Baixada Fluminense eram um produto altamente consumido na Europa; e, obviamente, um produto tipicamente feito para a exportação. A fase da laranja teve o seu apogeu em Nova Iguaçu entre os anos de 1920 e 1940” (PEREIRA, 1970).

---

<sup>24</sup> Série de testes realizados nas categorias de base do futebol para selecionar novos jogadores.

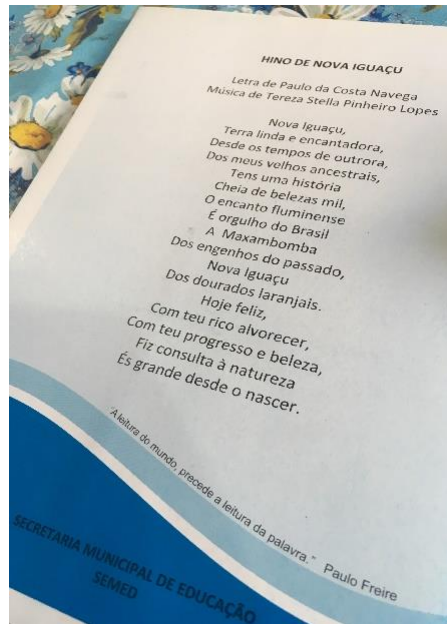


Banner exposto no CT do Nova Iguaçu Futebol Clube  
(Foto: Mellyna Reis)

Valer-se do “orgulho local” para construir uma imagem ou um conceito identitário não é uma exceção do Nova Iguaçu Futebol Clube. O próprio hino do município, escrito pela professora Tereza Stella de Queiroz Pinheiro Lopes, recorre ao sentimento. Oficializado em 1979, a segunda estrofe diz “Cheia de belezas mil / O encanto Fluminense / É o **orgulho** do Brasil”. Em ambos os casos, do hino do município e da alcunha do clube, é visível o objetivo de atribuir um sentido identitário de “Baixada” para um fragmento (Nova Iguaçu) de seu território, como meio de exaltação. Sendo assim, podemos inferir que a busca pela “(...) identidade e o sentimento de pertença de um lugar é procurar compreender o entrelaçar das falas e conceitos que dão forma aos espaços. Os significados, os sentidos e os valores atribuídos a um espaço, e que constituem sua identidade e pertencimento são elaborados e reelaborados a cada momento” (SILVA, 2013). Tendo como base que “a rede urbana, o sistema de cidades, também tem significados diversos segundo a posição financeira do indivíduo” (SANTOS, 2007, p. 140), a aceitação dos garotos pelo título de “orgulho da Baixada” é legítima, pois, ainda que ressoe como um discurso meritocrático de “vencer na vida”, muito comum nos esportes, somente os sujeitos que se relacionam mais intensamente com o território podem dimensionar as suas vivências.

Morar na periferia é se condenar duas vezes à pobreza. A pobreza gerada pelo modelo econômico, segmentador do mercado de trabalho e das classes sociais, superpõe-se a pobreza gerada pelo modelo territorial. Este, afinal, determina quem deve ser mais ou menos pobre somente por morar neste ou naquele lugar. (SANTOS, 2007, p. 143)





Hino de Nova Iguaçu no verso de uma caderneta escolar da rede municipal de ensino (Foto: Mellyna Reis)

O anseio da diretoria do NIFC por uma referência bem-sucedida para incentivar seus jogadores também tem o objetivo de desconstruir as narrativas estigmatizadas sobre a Baixada. A estratégia, de forte apelo identitário, dialoga com a percepção de Milton Santos: “Assim, cada lugar, cada subespaço, tanto se define por sua existência corpórea, quanto por sua existência relacional. De resto, é assim que os subespaços existem e se diferenciam uns dos outros.” (SANTOS, 2006, p.173). Todavia, não podemos desprezar uma possível manobra de capitalização por parte do clube – cuja prioridade é a formar atletas para “vender” a outros times –, respaldada por um discurso sobre um território “árido”, mas que produz “bons frutos” a serem vendidos.

A Baixada Fluminense é uma região muito carente, né? Muito miserável, de muito abandono. Então, o Nova Iguaçu era um dos orgulhos, assim vamos dizer, porque aparecia na TV Globo. Aí, primeiro jogo logo, no Campeonato Carioca, era contra o Flamengo, aí todo mundo ficou falando, vira e mexe ganha dos grandes no Carioca, então dava um orgulho pra cidade. Quando a gente subiu (de divisão), tinha 15 mil pessoas no estádio, lá do América. Então, era uma das poucas notícias boas que tinha da cidade, então a gente adotou esse lema orgulho da Baixada e até hoje todo mundo conhece o Nova Iguaçu como orgulho da Baixada (GLEIZER, 2017)

Isto nos leva a reconhecer que há uma potência identitária na Baixada, talvez maior que seus estigmas, a qual justifica não somente a exploração da identidade pelos entes interessados, como a abordagem da pesquisa – em vez de reduzir ao “futebol de Nova Iguaçu”, que não contempla todas discussões pertinentes. Diante disso, passei a incluir nas entrevistas abertas o seguinte questionamento: “você se sente o orgulho da Baixada?”. Inicialmente, fiz a associação

entre a pergunta e o reconhecido lema do clube, estampado em diversas partes do estádio, no ônibus, no site institucional e nos uniformes de jogo e treino. A intenção era que a resposta obtivesse o máximo de espontaneidade. Por isso, não sugeri os possíveis entendimentos de “orgulho” e de “Baixada”, de modo que os garotos não fossem induzidos a alguma resposta. Dos três questionados, o Gilmar, impressionou pela tentativa dele em reproduzir um discurso fabricado por assessoria de imprensa para um jogador profissional de um grande clube, o qual exaltava os feitos do NIFC.

“O Nova Iguaçu é o orgulho da Baixada porque o Nova Iguaçu tem um CT grande, tem uma base boa e o Nova Iguaçu, o time de Nova Iguaçu ganha tudo, tudo. Por isso ele é o orgulho das pessoas, tem até torcedores, estádio, vai jogar o Brasileirão Série D agora. Por isso ele é o orgulho da Baixada, ele é o maior da Baixada, entendeu?”

**[Mellyna] Mas você se sente o orgulho da Baixada?**

Eu acho todo mundo o orgulho da Baixada, não só eu”. (GILMAR, 2017)

Já a timidez do Marcos revela um misto de discurso pronto com um breve e confuso sentimento de identificação. “Sim, a gente treina aqui todo dia e quando veste a camisa é outra coisa”. Chamou atenção a fala do jovem Matheus, cria do município:

“Ah, sinto sim, pô! Porque quando a gente veste a camisa do Nova Iguaçu e vai pegar o times tipo da [campeonato] Iguaçuano, eles tipo que abrem os olhos pra gente. Tipo, pô, há muitas pessoas querendo o sonho de jogar aqui e é por isso que eu me sinto o orgulho da Baixada” (MATHEUS, 2017).

Buscando também descobrir sentimentos espontâneos, perguntei ao meio-campista Ítalo Conceição, 15 anos, sobre a sua relação com a Baixada, em vez acionar diretamente o orgulho. A resposta foi associada à sua vivência: “Se eu tivesse uma oportunidade de me mudar, eu mudaria agora mesmo. (...) Mas da Baixada, em geral, eu me identifico. Por exemplo, Nova Iguaçu é um bairro bom de se morar. Só esse mesmo, na minha opinião. Quanto a Belford Roxo, não”. O jogador, que atua no NIFC desde criança, relatou que o bairro onde vive é próximo a uma área de domínio do tráfico. “Num passo perto não. É do outro lado. Mas é tenso. Às vezes dá pra ouvir, mas nada que possa, assim, atrapalhar que eu saia pra treinar” (ÍTALO, 15 ANOS).

O atacante Andrey, de 15 anos, que vive no bairro da Cerâmica, na periferia de Nova Iguaçu, é um dos principais artilheiros da equipe e passou a ser convocado para jogar na categoria superior à da sua idade. O atleta, cuja carreira foi toda construída no clube, sendo um dos que estão há mais tempo, foi o único com quem tive a oportunidade de conversar duas vezes. Quando consultado sobre se sentir um “orgulho da Baixada”, na segunda entrevista,



Andrey tratou a Baixada como “lugar” de onde é cria, mas também vinculou a Baixada ao clube, como se este fosse uma representação do território.

“Foi aqui que eu fui nascido e criado. Aqui que eu cheguei desde os 7 anos de idade e tô aqui até hoje. Até porque quando eu sair pra algum clube, é claro que eu vou lembrar daqui, vou chegar a visitar e tal, vou dar uma ajuda. Porque eles me ajudaram, eu também vou tentar ajudar eles, entendeu?!” (ANDREY, 15 ANOS)

Ainda que eu tenha atribuído a ideia de território, existem variações nas maneiras com que essas jovens promessas que jogam na e/ou são crias baixadenses, se relacionam com a Baixada. Quer dizer, o “território Baixada” também é contemplado pela noção bourdiana de espaço social, devido às hierarquias presentes em sociedade, como pela compreensão de “lugar” (seja físico ou social), justamente por sua fluidez. Tal subjetividade está representada no pensamento de Milton Santos (2014):

[...] o lugar não pode ser visto como passivo, mas como globalmente ativo, e nele a globalização não pode ser enxergada apenas como fábula. O mundo, nas condições atuais, visto como um todo, é nosso estranho. O lugar, nosso próximo, restitui-nos o mundo: se este pode se esconder pela sua essência, não pode fazê-lo pela sua existência. No lugar, estamos condenados a conhecer o mundo pelo que ele já é, mas também, pelo que ainda não é. O futuro, e não o passado torna-se a nossa âncora (SANTOS, 2014, p.163).

Não creio que cabe a mim determinar um único sentido para a Baixada, tamanha a sua complexidade e perspectivas diversas, tendo em vista a limitação de uma dissertação de mestrado. O território não deixa de ser um lugar, que por sua vez possui relações sociais de espaço, segundo a ótica bourdiana. O que vale salientar é que a Baixada transcende o pragmatismo acadêmico, como está ilustrado nos vínculos formados pelos jogadores do NIFC e outro grupo de garotos que passaram a integrar o objeto da pesquisa – veremos adiante. E essa pluralidade de sentidos se reflete, também, nas relações de consumo que serão discutidas neste trabalho.



Traseira do ônibus oficial do clube (Foto: Mellyna Reis)

### 1.3.1. Por dentro da Baixada: Jardim Nova Era e a escola que aprendeu a ensinar com a bola



Vista para a pedreira da Rua da Nilton Tinoco, onde fica na Escola Profª Leopoldina Machado, no Jardim Nova Era, na periferia de Nova Iguaçu (Foto: Mellyna Reis)

Em maio de 2018, participei de um seminário sobre pesquisas de mídia e cotidiano, na Universidade Federal Fluminense, já prestes a finalizar o trabalho de campo em Nova Iguaçu. Tal situação me abriu um pequeno e novo horizonte para a pesquisa. Depois de apresentar os resultados parciais da minha experiência no clube, a professora de Incentivo à Leitura e Produção Textual, Lílian Tropiano, verificou semelhanças entre as questões apontadas no meu objeto e a realidade de seus alunos na Escola Municipal Professora Leopoldina Machado Barbosa de Barros, localizada na periferia de Nova Iguaçu, em Jardim Nova Era. O bairro fica na região oeste da Baixada Fluminense, próximo à Seropédica. O acesso via transporte público é feito somente por ônibus ou vans. Para quem estava acostumada a chegar em Nova Iguaçu de trem, as diferenças gritaram aos olhos já no percurso: um misto de zona rural e bairros periféricos, com construções e tráfego sem resquícios de planejamento urbano; alguns conjuntos habitacionais populares, várias igrejas evangélicas e poucas unidades de serviços públicos (hospitais, órgãos governamentais, bancos, etc).

Chegando na escola, encontrei um cenário de culminância de atividades alusivas à Copa do Mundo, que acabara de começar na Rússia, num misto de gincana com jogos internos. Era a apresentação dos trabalhos desenvolvidos por todas as turmas e variadas disciplinas para o torneio Intersalas, que este ano enfatizou o mundial de futebol com o tema “Rolando a bola na

Leopoldina”. A professora Lílian selecionou oito alunos de turmas diferentes para conversarem comigo: todos eles já jogaram e/ou jogam por algum clube da Baixada, incluindo o NIFC, e sonham com a carreira de futebolistas profissionais. O perfil daqueles garotos é muito similar ao que vinha observando no clube pesquisado, o que já seria suficiente para agregar mais um ponto de vista ao meu objeto. Mas o contexto favoreceu para que a experiência fosse mais do que uma curva no percurso etnográfico que eu vinha esquadrihando e se revelou uma perspectiva suplementar, de modo que poderia afetar diretamente as minhas análises àquela altura. Para isso, tive que delinear os novos rumos e ponderar a excrescência daquele momento para o meu trabalho – discuto isso com mais acuidade no terceiro capítulo.



Atividade de culminância em homenagem à Copa da Rússia (Foto: Mellyna Reis)

A Escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina tem uma didática peculiar: como proposta de enfrentamento à evasão escolar, um histórico desafio da educação pública, e aperfeiçoamento do ambiente de aprendizagem, o futebol foi inserido no projeto político pedagógico da unidade desde 2012, a partir da sugestão de professores de educação física. A pauta foi debatida pelo conselho de classe e aprovada, apesar do receio e dificuldades apontadas, inicialmente, por alguns docentes. Desde então, o futebol virou um “carro-chefe” nas bases curriculares e, pelo que avalia a diretora adjunta Adriana Guimarães, lotada na escola há mais de 10 anos e presente nas discussões sobre a iniciativa, os ganhos têm sido os melhores possíveis. Além das disciplinas trabalharem o futebol de alguma maneira no conteúdo programático, o torneio Intersalas, que se estende por boa parte do ano letivo, é o que mais motiva os alunos, como explica a diretora:

O objetivo é haver a integração da escola, da unidade escolar, como um todo. Não haver separação entre primeiro e segundo turno, em virtude que o torneio acontece nos dois turnos, atendendo a característica e a necessidade de ambos os turnos, porque são seriados diferentes, são anos de escolaridade diferentes, pra ser bem clara e objetiva, e a faixa etária também é diferente. Então, foi um modo que nós encontramos de estabelecer as relações, fortalecer as relações, interpessoal e transpessoal, porque a gente tinha na escola um grande déficit de aprendizagem e atenção e as relações eram, um pouco assim, estremecidas. O Intersalas veio fortalecer esse elo. (...) Antes de chegar na proposta final que é o futebol, tem todo um contexto pedagógico acontecendo aí, ao longo desse primeiro semestre. (GUIMARÃES, 2018)

Ainda um pouco surpresa com a informação, verifiquei que o contexto já havia sido abordado por Pierre Bourdieu, em um artigo onde se “aventura” como ‘sociólogo do esporte’. No texto, Bourdieu explica que a prática esportiva era utilizada por escolas inglesas no final do século XIX para “vigiar” os alunos.

Na realidade, o próprio desenvolvimento da prática do esporte, mesmo entre os jovens das classes dominadas, sem dúvida resulta em parte do fato de que o esporte se predispunha a cumprir numa escala maior as próprias funções que estavam na origem de sua invenção, nas *public schools* inglesas, no final do século XIX: antes mesmo de considerá-lo um meio de "formar o caráter" (*to improve character*) segundo a velha crença vitoriana, as *public schools*, instituições totais no sentido de Goffman, que devem assumir sua tarefa de enquadramento vinte e quatro horas por dia durante sete dias da semana, viram nos esportes um meio de ocupar a menor custo os adolescentes que estavam sob sua responsabilidade em tempo integral; como aponta um historiador, quando os alunos estão no campo de esportes, é fácil vigiá-los, dedicam-se a uma atividade "sadia" e direcionam sua violência contra os colegas ao invés de direcioná-la contra as próprias instalações ou de atormentar seus professores. (BOURDIEU, 1983, p. 11-12)

Chama atenção na escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina o fato de que o futebol tem uma dimensão muito maior que outros esportes, provocando debates no conselho de classe. Uma série de fatores pode estar por trás deste encantamento: a força midiática do universo do futebol, a popularização, a proximidade, o estímulo familiar, a viabilidade do jogo que pode ser jogado em um espaço com condições mínimas, etc. Uma das professoras de educação física, que preferiu não se identificar por temor represálias<sup>25</sup>, comenta as dificuldades para trabalhar como outros esportes.

(...) O futebol já se torna viável porque os alunos já trazem uma bagagem anterior e também pela facilidade de adaptação nesse esporte à falta de recurso das escolas. Pra ensinar um esporte novo aos alunos, é necessário um espaço adequado, um número razoável de bolas e um material humano minimamente disciplinado e interessado. Por mais experiência que um professor tenha, é muito complicado fazer essa mágica acontecer. O interesse dos alunos é fundamental no ensino de um novo esporte. Diante da recusa dos alunos, não tem muita coisa que o professor possa fazer. (...) Sem falar que ensinar um esporte novo com somente uma bola, e muitas vezes essa bola não é

---

<sup>25</sup> Irei me referir à entrevista como “Professora R.”

não é a mesma bola do esporte que a gente está tentando ensinar, é bem complicado. Mas ainda é possível, em alguns momentos, ensinar um fundamento ou outro, em alguns momentos pontuais, assim, que vão proporcionar uma base que eles aprendam esse novo esporte muitas vezes fora da escola, né? Infelizmente. (PROFESSORA, R. 2018)



Trabalhos apresentados na atividade de culminância do projeto político pedagógico da escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina  
(Foto: Mellyna Reis)

A professora reconhece que há muitos pontos positivos no projeto, principalmente pelas circunstâncias que envolvem a escola, os alunos e o bairro. Porém, se mostra receosa com as consequências do estímulo a uma competitividade exacerbada entre os estudantes.

Eu vejo um grande incentivo no sentido de estimular os alunos a um sentimento de pertencimento da escola através do futebol, como exemplo os campeonatos de futsal, os Intersalas. A ideia de que os alunos se envolvam com o projeto da escola realmente funciona, mas me preocupa por outro lado: eu não fico à vontade nesse estímulo à competição, nem com a energia que os alunos empregam no campeonato. É como se a vida deles dependesse do resultado dos jogos. Fico muito tensa e tenho a sensação desagradável de administrar um espetáculo bárbaro. O sentimento é de ganhar a qualquer custo, com o resultado final o sucesso de poucos e o fracasso da grande maioria. O que de certa forma vai no sentido contrário que eu tento ensinar durante o ano inteiro, quando eu separo os times, tento equilibrar... (PROFESSORA, R. 2018)

A professora Lílian Tropiano também tem suas ressalvas, mas relembra a emoção de ver a primeira experiência com o projeto político pedagógico da escola. Recém-chegada à unidade, em 2016, Lílian se comoveu quando viu um estudante correndo com uma tocha de papel em alusão à tocha olímpica.

Fiquei emocionada, quase chorei... Porque o aluno fez uma corrida com uma tocha de papel, em volta da quadra, e Nova Iguaçu recebeu a tocha [olímpica], foi um dos municípios contemplados. E eu olhei pra aquela quadra com buraco e aquele menino... (Se eu chorar não liga não, tá?!) Correndo com a tocha de papel, é... Aquilo dali me impactou de uma forma assim tremenda. Porque eu falei assim: Meu deus dos céus! O que é que a gente tá fazendo aqui, né? Porque ele corria com uma seriedade, como se fosse um atleta. E eu falei assim: eu tenho que tratá-los com essa seriedade. Meu trabalho tem que ser isso. Porque se ele tá tratando essa corrida com essa seriedade, por que eu não vou dar a minha aula e verter a minha prática com essa seriedade? (TROPIANO, 2018)





Cartaz produzido nas atividades do “Rolando a bola na Leopoldina” (Foto: Mellyna Reis)

Desde o princípio, quando se utilizou de uma metodologia “exploratória” para traçar a melhor estratégia de trabalho dos seus conteúdos em sala de aula, Lílian percebeu a relação forte que as turmas tinham com o futebol. A professora é uma das que sente dificuldades de lidar com o fator “competição” e até considera que isso desmotiva um pouco, pelo lado pedagógico. Contudo, ela tem focado em desenvolver e potencializar as formas de comunicação da turma, se valendo do universo do futebol, pois acredita que não falta conhecimento de mundo aos alunos, mas uma “gama lexical” para se expressarem.

Quando você faz dentro do projeto político pedagógico, onde todas as matérias vão trabalhar, então você tem o cara que tá jogando lá na matéria de educação física. Ele é muito bom jogando, mas educação física não só joga, ela [a disciplina] dá regras de jogo. Tem outras coisas ali. E aí, ele não é bom em matemática, mas tem quem é bom em matemática e também tá falando de futebol. Então ele acaba falando de futebol também, mesmo ser bom em “futebol”. Então a gente mostra que todo mundo é bom e futebol, porque... ‘Ah! Eu sou bom em escrever’. Você tá escrevendo sobre futebol, então você também é bom em futebol. Então acaba que todo mundo é bom em futebol aqui, né?!

Mas não irei me prender ao corpo docente para ratificar o êxito do projeto, que, como todo projeto político, requer ajustes e debates permanentes visando o aprimoramento. Fiz a seguinte pergunta na roda de conversa com os garotos: “Como é que está sendo estudar e ter o futebol como assunto dentro de sala de aula?”. As respostas se deram bem coletivamente e entremeadas umas às outras: “A melhor coisa”, “É ótimo!”, “Nossa mente também evolui mais rápido na matéria”, “É tudo de bom!”, “A gente sabe a matéria mais... É muito bom”. A empolgação foi grande ao comentar a disciplina que eles menos imaginariam poder

correlacionar com o futebol – matemática, cuja atividade incluiu a produção de maquetes de campos. Neste cenário, a professora Lílian Tropiano aciona o “sonho” como meio de produzir um conhecimento que ultrapasse os limites ensino verticalizado.

Eu acho que o efeito é positivo dentro do momento que se trabalha sonho, porque é necessário sonhar pra viver. Ninguém vive sem sonhar, porque sonhar é objetivar, né? O objetivo ele é um sonho. Então eu acho que o futebol aqui é isso: ele se traduz em sonho. Mas aí, como a minha área é a da leitura, eu tenho como o fundamento da minha prática a crítica. Eu levo o meu aluno a uma reflexão crítica. Então eu tenho que... Ele tá sonhando, mas eu tenho que dar sempre uma puxadinha. ‘Tá, mas e se você não for o Neymar? Eu quero que você seja o Neymar sim. Eu acredito em você. (...) Poxa, eu sim que você tenha isso. Mas a vida a gente tem que trabalhar com múltiplas possibilidades. E se isso não acontecer? Você vai sentar e você vai chorar? Você vai parar a sua vida? O que é que você vai fazer?’ Porque você tá numa escola e a escola é uma janela, uma porta, uma válvula de escape. Múltiplas possibilidades. Pode até ser um muro também, mas aí a gente quebra ele, porque a gente aqui tem que ensinar também a quebrar o muro, se for necessário. Sou dessas, falo mesmo. Se não tiver janela, a gente constrói uma, não seja por isso. Porque a gente tá aqui pra isso. Então, é isso que eu tento mostrar pra eles, porque ficar só no sonho acho que seria muito cruel. (TROPIANO, 2018)

Possivelmente, a relação dos estudantes com o esporte deve ocorrer muito similarmente noutras escolas públicas ou privadas, sendo o futebol mais ou tão enfático quanto no caso da Profª Leopoldina. No entanto, a escola se tornou um “micro campo”, dentro do objeto da pesquisa, cujo campo estava delimitado ao clube Nova Iguaçu. A partir desta breve apresentação da vivência na escola, em seu lugar periférico, e reconhecendo a potência do futebol para além de um alcance já conhecido. Seguirei costurando os pontos de confluência entre os grupos de garotos que foram perscrutados no trabalho, a fim de apresentar uma perspectiva mais ampla do que a pretendida inicialmente e contemplando as questões acerca do consumo e do território.



Trabalho apresentado na culminância do torneio Intersalas (Foto: Mellyna Reis)



Produção de maquetes de campos nas aulas de matemática empolgou os alunos (Foto: Mellyna Reis)



## 2. ADIDAS E NIKE: A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO DE SUCESSO

*“Em futebol, o pior cego é o que só vê a bola”*

- Nelson Rodrigues -

Depois de percorrer cerca de 1 km da portaria até os campos do Centro de Treinamento do Nova Iguaçu, eis a imagem que guardo na memória daquele que foi o segundo dia de atividade etnográfica: dezenas de chuteiras coloridas. Em outro momento, durante uma conversa informal com um dos jogadores, veio uma das justificativas: “é para a gente ser reconhecido em campo”. Na hora da foto, todos disputavam espaço para exibir com orgulho o trunfo que calçavam. Mais de um ano depois, no último dia de atividade de campo, fui acompanhar um treino do Sub-14, na expectativa de encontrar Kauã Gomes, um dos estudantes do Jardim Nova Era. Apesar do garoto ter faltado ao treino justo naquele dia, decidi que não perderia a viagem. Além das últimas entrevistas que tinha para fazer no clube, resolvi observar as chuteiras daquele plantel mais jovem. Não houve surpresas em relação ao grupo do Sub-16, atualmente Sub-17: a maioria coloridas, da Adidas e Nike. É a partir dessas chuteiras, um item de necessidade básica para todo jogador de futebol, que começo a analisar as relações de consumo dos atletas do NIFC.

Qualquer pessoa que tenha o mínimo de envolvimento com futebol há mais de uma década não fará muito esforço para lembrar que, na história do esporte, as chuteiras pretas reinaram por um longo período – até meados da Copa de 1994. Já no Mundial disputado na França, em 1998, cores mais vibrantes como a prata e o verde-limão ou fluorescente calçavam os pés de grandes craques, como o Ronaldo Fenômeno. A desilusão coletiva com a Seleção Brasileira após a humilhação sofrida em 2014, com a fatídica derrota de 7x1 para Alemanha, gerou uma onda de críticas, dentre as quais, ao futebol moderno, por estar “impregnado de marketing e ostentação”. Segundo Urbim (2016), “a frustração com o futebol desenraizado e corporativo chegou ao auge na Copa do Mundo de 2014, quando apenas um dos 352 jogadores que entraram em campo na primeira rodada calçava um par de chuteiras pretas – tratava-se do ilustre desconhecido Alireza Haghighi, goleiro do Irã, time que nem passou da primeira fase<sup>26</sup>”.

---

<sup>26</sup> Ver *Chuteira preta ressurgue nas grifes como resposta à onda colorida*, publicado no jornal O Globo, em 11 de março de 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/moda/chuteira-preta-ressurgue-nas-grifes-como-resposta-onda-colorida-18851110>>

Ao longo dos anos e com muito investimento tecnológico, as chuteiras evoluíram tecnicamente e também passaram a ter uma outra representatividade no futebol, cuja questão vai além da moda. Há uma representação simbólica neste calçado – o qual deve ser considerado como um instrumento de trabalho –, diretamente relacionada com o imaginário construído pelas marcas, causando impactos mais intensos e específicos entre os jovens. Isso ficou constatado nas entrevistas: além de indicarem aspectos técnicos para elegerem suas marcas favoritas (por exemplo, conforto e durabilidade do produto), a maioria dos atletas externou o apreço pelo design e a identificação com as marcas mais usadas e/ou patrocinadoras de seus ídolos. De acordo com Lipovetsky (2009), a corrida para o consumo segue uma lógica hedonista, cuja inspiração não está na saciedade do prazer gerado pela aquisição, mas por um marcador de posição social. Portanto, não seria o valor de uso de uma mercadoria – no caso as chuteiras –, a principal motivação da compra, e sim, o potencial do produto para gerar uma distinção social.

Os objetos não passam de “expoentes de classe”, significantes e discriminantes sociais, funcionam como signos de mobilidade e de aspiração social. É precisamente essa lógica do objeto signo que impulsiona a renovação acelerada dos objetos mediante sua reestruturação sob a égide da moda: só há efemeridade e inovação sistemática a fim de reproduzir a diferenciação social. (LIPOVETSKY, 2009, p. 199)

No meu primeiro contato direto com os garotos do NIFC, comecei a definir o grupo que seria contemplado pelo objeto da pesquisa. O CT do Nova Iguaçu possui vários campos onde ocorrem, simultaneamente, peneiras e o treinamento diário das categorias. Isto se tornou um dos critérios para selecionar o grupo a ser estudado, já que não seria viável uma observação mais atenta se mais de um tivesse sido escolhido. A quantidade de atletas por subdivisão, uma média de 25, também foi um fator, pois há a volatilidade ao longo do ano, em virtude da chegada, saída e promoção de atletas por categoria. Outro parâmetro levado em consideração foram as possíveis dificuldades de diálogo com um grupo cuja faixa etária fosse menor. Ao priorizar os atletas com um pouco mais de idade, a minha expectativa era a de obter uma conversação mais amadurecida e, conseqüentemente, mais produtiva, pois o grupo escolhido recebia um tratamento diferenciado do próprio clube, já que estão aptos a jogar futebol profissionalmente. Assim sendo, desde 24 de maio de 2017, as atenções se concentraram nos garotos do Sub-16, cujas idades variam entre 15 e 16 anos, sem desprezar o contexto em que estavam inseridos, que abrange atletas de 9 a 21 anos.



Grupo pesquisado: atletas do Sub-16 do NIFC com técnico Júlio Neres e seu assistente, em maio 2017  
(Foto: Mellyna Reis)

Em uma análise geral no clube, foi possível constatar que as chuteiras coloridas são predominantes entre todas as equipes, independentemente de faixa etária. “A diferença é que todo mundo só vai olhar pra ela, assim: ‘Ah, aquela chuteira ali é show de bola’. Todo mundo só vai olhar pra ela, entendeu?”, explicou o atacante Andrey, que aprecia os modelos da Nike por achá-los diferenciados. Para ratificar as minhas impressões, fiz um breve questionário aberto para mapear um direcionamento metodológico, logo após o treino focado no início do Torneio Guilherme Embry. Dos 27 que participaram naquele dia, 13 usavam chuteiras da Adidas e 14 da Nike, as duas marcas esportivas mais valiosas do mundo. Absolutamente todos usavam chuteiras coloridas e confirmaram terem sido adquiridas com recursos da família. A maioria deles possui dois desses calçados esportivos, sendo um para treino e outro para dia de jogo. A renovação dos produtos costuma ser anual, devido ao desgaste do material. Há exceções como o meio-campo Paulo Victor, morador de Magé, que disse comprar até 3 ou 4 pares por ano. Segundo o atleta mineiro, que chegou ao clube no meio de 2017, a sua renda familiar gira em torno de R\$ 10 mil. No entanto, a predominância é de casos onde a família tem de fazer um esforço maior para adquirir chuteiras de qualidade acima da média, cujos preços variam entre R\$ 300 e R\$ 600. Mas isso é visto como um investimento: na durabilidade do produto, no desempenho e futuro do atleta. É o que pensa a mãe do goleiro Fabiano, a vendedora de quentinhas, Adriana Nogueira.

Assim, é caro, mas eu não acho sacrifício para o meu filho não. Nada que eu faço para os meus filhos eu num acho sacrifício, né? Eu faço com o maior prazer e tem a avó

dele, quando não sou eu, ou pai, que compra pra ele quando tá precisando, compra... E tem que comprar a melhor porque se eu for comprar uma baratinha, igual uma vez que eu num sabia, logo no início... eu comprei uma luva tu não tem noção, da luva que eu comprei! Tu num tem noção da chuteira ou deve ter noção, que tu tá bem rindo... Menina, ele jogou, acho que na sexta-feira [poucos dias depois] eu já tive que comprar. Aí, né, marinheira de primeira viagem e ele também iniciando, aí ele falou pra mim: “mãe, tem que ser assim, assim e assim”. Agora eu sei que tem que ser luva chiclete, né? Primeira linha, aí tem uma que é mais parecida com a primeira linha que é boa, né? Aí, entendeu, agora eu sei. Mas aí eu compro pra ele. (...) É puxado um pouco? É. Mas a gente tem que comprar. E nada que eu faço pra eles eu num acho que é sacrifício não, porque eu sei que é pro futuro deles. (ADRIANA, 2017)

Ainda existem as situações onde o clube fornece as chuteiras (normalmente das marcas Penalty ou Umbro), principalmente quando as famílias não têm condições de comprar. “Num compro chuteira não, os caras daqui dão chuteira. Mas já comprei, gostava mais da Adidas. *Mas você não compra porque isso seria muito caro pra sua família? É porque agora é final de ano*<sup>27</sup>, fica mais apertado, tem o Natal vindo”, relatou o zagueiro Ítalo César, 16 anos, há dois no NIFC. Ele reside no bairro de Austin, no subúrbio de Nova Iguaçu, que apesar de ter um comércio bem aquecido, passou mais de dez anos sem uma única agência bancária. Os atletas também recorrem a estratégias de compra, como as lojas de outlets das marcas de interesse, especialmente Adidas e Nike, que oferecem promoções e descontos de até 50% para produtos de coleções passadas ou saldo de peças. No caso dos garotos do Jardim Nova Era, há ainda a situação de empréstimo dos calçados entre eles, o que ocorre com maior frequência no futebol jogado na escola. Cientes do entusiasmo com o esporte e das condições da maioria dos alunos, as professoras chegam a orientá-los para utilização de meias para garantir um mínimo de higiene.

O contexto social em que boa parte dos garotos está inserido foi o que me inclinou a refletir sobre esse consumo, tendo em vista a média de preço das chuteiras preferidas. Ali, o objeto da pesquisa começava a se materializar pra mim: o consumo de tais marcas não poderia ser entendido somente por um ímpeto irracional, sobretudo por influência da publicidade e meios de comunicação – que, de fato, têm uma significativa contribuição neste processo. Os indícios apontam para um debate mais amplo, o qual pode ser contemplado pelo entendimento de Durkheim, de que “os fenômenos sociais têm necessariamente uma dimensão cultural, pois são também fenômenos simbólicos” (CUCHE, 2002, p. 52). Sigo nesta perspectiva baseada no exemplo da predileção pelas chuteiras coloridas. Apesar de hoje serem produzidas por diversas marcas, a Adidas e Nike foram pioneiras em seus lançamentos. A presença dos itens coloridos

---

<sup>27</sup> A entrevista aconteceu em outubro de 2017.

nos remete automaticamente às gigantes da indústria esportiva, como resultado de um gigantesco trabalho de marketing desenvolvido intencionalmente por essas multinacionais nas últimas duas décadas.

No futebol profissional, o uso das chuteiras coloridas é majoritariamente fruto de uma exigência comercial por parte do patrocinador do jogador e/ou clube. Quando essa onda de cores começou a ganhar força, muitas torcidas reagiram negativamente, encarando o fato como uma preocupação do jogador de “ostentar” seu produto, em vez de se concentrar no desempenho dentro de campo. Em 2013, o atacante Romarinho, então no Corinthians, foi criticado por usar uma chuteira verde, cor do arquirrival Palmeiras. Pressionado pelos torcedores e diretoria corinthianos, o jogador que estava em destaque pela atuação, acabou trocando pelo calçado preto, ao qual atribuiu “dar sorte”<sup>28</sup>. Depois de tantos modelos estampados, dourados, prateados, grafitados, é impensável hoje um estranhamento ou críticas por parte dos fãs de futebol sobre as chuteiras coloridas. Pelo contrário, houve uma naturalização, tornando-as mais aceitas por quem assiste e usadas por quem joga. Isto é, o que seria apenas uma tendência de moda se consolidou como uma fórmula do sucesso para as grandes fabricantes de materiais, que transformaram a relação cada vez mais empresarial, portanto, mais rentável.



Registro feito no segundo dia de pesquisa no clube; maioria das chuteiras é da Adidas e Nike  
(Foto: Mellyna Reis)

---

<sup>28</sup> Ver matéria *Chuteira preta entra em extinção em meio a moda, patrocínios e zoações*, do Globoesporte.com, disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/02/chuteira-preta-entra-em-extincao-em-meio-moda-patrocínios-e-zoações.html>> Acesso em: 4 out 2018.

Posto que os atletas da base são financiados pelos familiares e responsáveis, ou recebem o apoio dos clubes em que são federados, e assim gozam de uma liberdade para adquirir os produtos que quiserem, o que provoca o desejo de consumir as mesmas marcas que suas referências profissionais? Não que seja algo extraordinário, mas, sobretudo, pelo contexto social da maioria dos pesquisados, acredito que disso está no entendimento de que “o consumo é a própria arena em que a cultura é objeto de lutas que lhe conferem forma” (DOUGLAS; ISHERWOOD; 2013, p. 100-101). Assim, a lógica para aqueles garotos replicarem os gostos comuns aos futebolistas profissionais pode ser compreendida no que diz Néstor Canclini: “Consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo” (CANCLINI, 2010, p. 62).

O consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado. (CANCLINI, 2010, p. 60)



No detalhe, as cores das chuteiras dos jogadores em campo contra o Fluminense (Foto: Mellyna Reis)

O imaginário de sucesso a partir de uma carreira bem-sucedida no esporte é outro tópico que me leva a refletir sobre o consumo dessas marcas. Já dizia Mário Quintana (2005), que “uma vida não basta ser vivida. Também precisa ser sonhada”. Segundo a professora R., da Escola Leopoldina Machado, os garotos estão “acostumados” com uma rotina de estudos defasada, imposta pelas dificuldades da educação pública, e a carência de referências próximas de sucesso no âmbito escolar limita o avanço por meio do ensino. Por outro lado, ela vê no futebol o prazer e reconhecimento imediatos, endossando a ideia de que estas projeções de vida



são reflexos da perspectiva de consumo aqui defendida e da própria expectativa de mudança social a partir do futebol, como veremos mais à frente.

Pros nossos alunos, o futebol, tanto dentro quanto fora da escola é simplesmente a vida deles. A importância disso é bem maior do que a importância que eles dão para os estudos. Muitos ali têm realmente a ilusão de que irão vencer na vida como jogadores de futebol. Ou pelo menos é alguma coisa que aumenta a autoestima deles, que faz com que eles se sintam importantes, né? (PROFESSORA R., 2018)

Ao olhar para alguns números das marcas na Copa do Mundo da Rússia, confirmo que as impressões da professora sobre a representatividade que o futebol tem na vida de garotos, incluindo os federados ao NIFC, têm fundamento. É compreensível a expectativa de sucesso por parte dos aspirantes da Baixada, quando temos em conta que a Nike patrocina 15 dos 25 jogadores mais caros do mundial, enquanto a Adidas patrocina 8. Apenas dois tem contrato com a marca italiana Puma. O domínio da Nike na seleção brasileira é ainda maior: 16 dos 23 jogadores usam chuteiras da norte-americana (ou seja, 69,6%), contra 7 que calçam Adidas (30,4%). Em compensação, a Adidas é a empresa que mais fornece equipamentos esportivos às 32 seleções que disputaram o mundial russo, além de ter sido a patrocinadora oficial da Copa. A marca alemã é responsável por idealizar a bola oficial do torneio desde 1970 e criou para a edição deste ano a Telstar. Considerando este cenário, verificamos que “as marcas se nacionalizam, povoam os sentimentos, tornam-se desejos, sonhos, estilos e ideais a serem consumidos” (BECK et. al, 2014, p. 104).

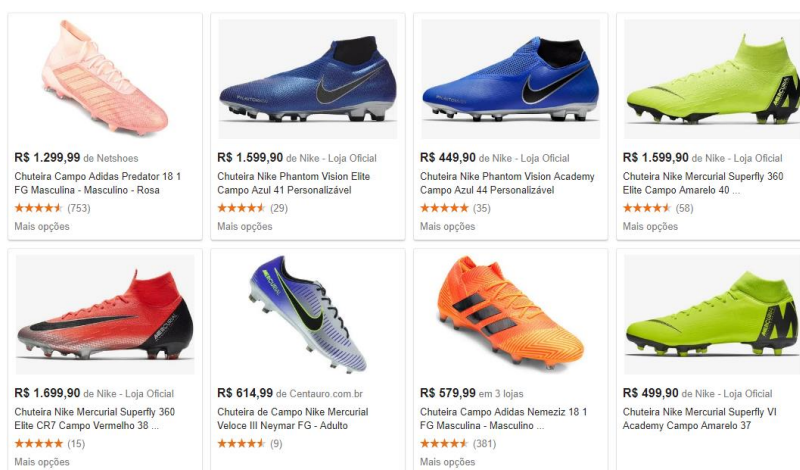
jogador	país	marca	jogador	país	marca
Neymar Jr.	Brasil	Nike	Raheem Sterling	Inglaterra	Nike
Lionel Messi	Argentina	Adidas	Paul Pogba	França	Adidas
Mohamed Salah	Egito	Adidas	Romelu Lukaku	Bélgica	Adidas
Harry Kane	Inglaterra	Nike	Robert Lewandowski	Polônia	Nike
Kevin De Bruyne	Bélgica	Nike	Gabriel Jesus	Brasil	Adidas
Kylian Mbappé	França	Nike	Ousmane Dembélé	França	Nike
Paulo Dybala	Argentina	Adidas	Roberto Firmino	Brasil	Adidas
Eden Hazard	Bélgica	Nike	Christian Eriksen	Dinamarca	Nike
Dele Alli	Inglaterra	Adidas	Sergio Busquets	Espanha	Nike
Antoine Griezmann	França	Puma	Toni Kroos	Alemanha	Adidas
Philippe Coutinho	Brasil	Nike	Sergio Agüero	Argentina	Puma
Cristiano Ronaldo	Portugal	Nike	Marco Asensio	Espanha	Nike
Sergej Milinkovic-Savic	Sérvia	Nike			

(Fonte: Transfermarket/2018)

## 2.1. “Consumo, logo existo”: o fenômeno cultural da “ostentação” à luz dos Estudos Culturais

As duas das marcas preferidas dos garotos do Nova Iguaçu Futebol Clube são as mais valiosas do mundo: Adidas e Nike. De acordo com a Revista Forbes<sup>29</sup>, em 2016 a Nike teve um crescimento de 3,8% e fechou o ano no topo do ranking: avaliada em 27 bilhões de dólares, cerca de 90 bilhões de reais. Na lista que contempla outras marcas relacionadas ao esporte, como canais de TV e organizadoras de eventos (ESPN e UFC, por exemplo), a alemã Adidas ficou o terceiro lugar, cujo valor estimado está na casa dos US\$ 7 bilhões de dólares, ou aproximadamente 24 bilhões de reais. Em seguida, a também germânica Under Armour, também representando as fabricantes de materiais, ultrapassa os 5,5 bilhões de dólares (cerca de 18 bilhões de reais). A Adidas e Nike também são patrocinadoras dos clubes mais ricos do futebol, o espanhol Real Madrid e o catalão Barcelona. Os embaixadores das marcas são, invertidamente, as maiores estrelas desses clubes: Cristiano Ronaldo (Nike) e Messi (Adidas). Em matéria<sup>30</sup> publicada no portal G1, o gerente da categoria futebol da Adidas Brasil, Daniel Schmid, detalhou algumas das inspirações para a escolha do design das chuteiras:

“Não existe uma cor melhor ou pior. Hoje a cor acaba sendo influenciada pelo que os jogadores vêm fazendo e vai da tendência, moda, que cor consegue traduzir o material. O dourado, por exemplo, no couro sintético não funciona tão bem, não fica muito vivo. No couro (tradicional) a cor fica mais opaca” (SCHMID, 2013).



Seleção de chuteiras de primeira linha da Adidas e Nike (Fonte: Google Shopping)

<sup>29</sup> O ranking da Forbes considera todas as marcas do meio esportivo, não só as de vestuário. Ver mais em: <[http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/nike-e-marca-esportiva-mais-valiosa-do-mundo-segundo-forbes\\_31449.html](http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/nike-e-marca-esportiva-mais-valiosa-do-mundo-segundo-forbes_31449.html)> Acesso em: 18 out 2017.

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/02/chuteira-preta-entra-em-extincao-em-meio-moda-patrocinios-e-zoacoes.html>> Acesso em: 4 out 2018.



A euforia causada pelos produtos das marcas não se resume às chuteiras. Vários atletas entrevistados assumiram o apreço por outros itens da marca, como roupas, bolsas e tênis, sendo este último um dos mais enfatizados. Em um dos exemplos mais recentes da capacidade de mobilização popular para comprar um dos lançamentos da Adidas ocorreu em junho do ano passado, na Zona Sul do Rio de Janeiro. O modelo exclusivo do tênis assinado pelo rapper norte-americano Kanye West e com edição limitada, que chegou ao país no valor de R\$ 1.200, provocou uma longa fila e acampamento em frente à loja no bairro de Ipanema. Foram apenas 100 pares disponibilizados e vendidos em menos de duas horas. A maioria dos compradores tem um perfil jovem. O caso chamou tanta atenção que foi repercutido pela mídia.

**R7** NOTÍCIAS ESPORTES OPINIÃO MULTIMÍDIA BLOGS PODCASTS VÍDEOS SERVIÇOS

## Jovens acampam em fila para comprar tênis de R\$ 1.200 em loja de Ipanema

Na internet, funcionária disse que primeiro cliente chegou às 8h da sexta-feira na loja

10 de janeiro de 2017 09:48:07 - 10:08



Quem passava pela rua Visconde de Pirajá, em Ipanema, zona sul do Rio, na manhã deste sábado (24) pode ter se assustado com uma enorme fila em frente a uma loja de tênis. Segundo moradores, mais de 200 jovens esperavam a abertura da Adidas, que fica no bairro nobre do Rio, para comprar um Minix que seria lançado hoje pela marca.

De acordo com relatos nas redes sociais, o primeiro cliente chegou na fila por volta das 8h de sexta (23) para comprar o modelo assinado pelo rapper Kanye West. Apesar do interesse pelo calçado, houve muitas críticas pela fila nas redes sociais. No site da marca, o valor do tênis era R\$ 1.200, mas por volta das 16h não havia mais disponíveis na loja online.

Uma jovem desabafou: "Nossa juventude dorme ao relento numa noite de inverno para comprar um tênis novo. Um tênis que ainda ninguém tem. Que triste essa geração que não sabe que SER não é TER."

Outra internauta comentou: "A única crise que existe é existencial."

<http://r7.com/2017/01/24/jovens-acampam-em-fila-para-comprar-tenis-de-r-1200-em-loja-de-ipanema-24062017/>

### mais lidas

NOTÍCIAS

- 1 Aparentemente pode consultar valor de 17 janeiro do 13º
- 2 'Vôdo do tráfico' é preso na comunidade de Maré, em SP
- 3 Câncer de pulmão é de difícil detecção. Vão prevenir
- 4 Bebê que teve rosto queimado em cirurgia passa por nova operação
- 5 INSS diz que vai recorrer de alta de 25% em aposentadorias
- 6 STF antecipa análise de denúncia contra Bolsonaro
- 7 PIS/Pasep tem R\$ 1,7 bilhões para ajudar até setembro

Fonte: Portal R7 (Disponível em: < <https://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/jovens-acampam-em-fila-para-comprar-tenis-de-r-1200-em-loja-de-ipanema-24062017> > Acesso em: 11 jul 2018)

## Jovens 'acampam' em porta de loja em Ipanema para comprar tênis de R\$ 1,2 mil

Os 100 pares disponibilizados na loja foram vendidos em 1h30. Modelo tem edição limitada e é assinado pelo rapper Kanye West.



Por Fernanda Rouvenat e Elisa Soupin, G1 Rio  
24/06/2017 10h52 - Atualizado 24/06/2017 11h23



Jovens acamparam na frente da loja da Adidas, em Ipanema, para comprar tênis de R\$1,2 mil (Foto: Elisa Soupin / G1)

Fonte: G1 (Disponível em: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/jovens-acampam-em-porta-de-loja-em-ipanema-para-comprar-tenis-de-r-12-mil.ghtml> Acesso em: 11 jul 2018)

O fenômeno de consumo causado por essas marcas vem sendo estudado por diversos prismas na academia, dentre estes, o universo do funk. As discussões partem de uma configuração recente (entre os anos de 2013 a 2015) dentro deste movimento popular, que ficou conhecida como “funk ostentação”, cuja disseminação maior se deu em São Paulo. Em um artigo sobre a temática, Alexandre Barbosa Pereira (2013) aborda “a importância das referências a marcas de diferentes produtos e bens de valor elevado e a imagem como componente fundamental para a apresentação e divulgação desse estilo musical”. Segundo o pesquisador, com o passar dos anos, houve uma mudança no estilo das músicas: o funk “proibidão”, que aclamava a criminalidade e continha muitas referências a facções de tráfico, como o Comando Vermelho, começou a ceder espaço para letras que exaltavam o consumo e a exibição de marcas de roupas, carros, relógios, bebidas alcólicas. O gênero “ostentação” se consolidou por nomes como o Mc Gui e Mc Boy do Charmes, que teve como maior divulgador a plataforma de vídeos *Youtube*, sob a produção e direção do empresário Konrad Dantas, o KondZilla, cujo canal se define como “a maior produtora de conteúdo audiovisual de música eletrônica de periferia do Brasil”. Os números corroboram a realidade: com mais de 40 milhões

de inscritos, o Canal KondZilla é, atualmente, o terceiro maior canal<sup>31</sup> de músicas do Youtube no mundo e o maior no país.

O trabalho de Pereira, que culminou com uma pesquisa de doutorado, se aprofunda neste fenômeno e traz “contribuições importantes para o campo de discussão sobre as diferenças, pois todas elas estão de alguma forma articuladas de modo bastante complexo com questões de classe social, idade e geração, raça, nacionalidade e território, gênero, sexualidade etc” (PEREIRA, 2013, p. 11). No campo dos estudos acadêmicos sobre futebol, ainda não há, até então, uma discussão específica com este enfoque, apesar de já existirem inúmeras narrativas midiáticas sobre um fenômeno do “futebol ostentação”. Sob uma perspectiva reducionista, por vezes pueril e até preconceituosa, o jornalismo e entretenimento esportivo – ou, futebolístico, considerando que é o esporte com mais espaço nos grandes meios de comunicação – a abordagem normalmente é centrada na exposição da vida íntima dos jogadores, “sem se propor minimamente ao estudo das mediações através das quais os meios adquiriram materialidade institucional e densidade cultural” (BARBERO, 2008, p. 232). Os posicionamentos podem ser vistos em mesas-redondas, crônicas, comentários, matérias do tipo “caça-clique” e listas no gênero “community”, popularizado pelo site *BuzzFeed*, que consegue viralizar as informações em outras redes sociais em um formato mais enxuto. Os alvos mais frequentes das críticas são os jogadores mais caros do mundo, entre eles o brasileiro Neymar e o português Cristiano Ronaldo, alçados à condição de celebridade não só pela performance esportiva, mas pela vida que levam e exibem, principalmente, na rede de fotos e vídeos, *Instagram*.

### **Boleiro ostentação! Saiba quem são os 10 jogadores com os maiores salários**

É muito dinheiro pra ostentar o quanto quiser!

FUTEBOL  
Do R7  
05/04/2015 - 00h10

A- A+



Fonte: R7 Esportes (Disponível em: <<https://esportes.r7.com/futebol/fotos/boleiro-ostentacao-saiba-quem-sao-os-10-jogadores-com-os-maiores-salarios-05042015#!/foto/1>> Acesso em: 21 ago 2018)

<sup>31</sup> Informação disponível em: <<https://www.kondzilla.com/kondzilla-o-3-maior-canal-do-youtube-no-mundo/>> Acesso em: 1 nov 2018.

Baseada nesses elementos e nas entrevistas realizadas no Nova Iguaçu Futebol Clube, me propus a refletir a hipótese do fenômeno cultural de consumo, o qual poderia classificar de “futebol ostentação”, fazendo um paralelo com as problematizações sugeridas no caso do funk. O primeiro ponto é a inquestionável ascensão social de classes populares a partir das políticas de redução da desigualdade, inclusão e distribuição de renda desenvolvidas e ampliadas nos governos do Partido dos Trabalhadores na presidência da República. A transformação que o país viveu entre na primeira década dos anos 2000 até meados de 2013 possibilitou o acesso a bens de consumo para uma parcela significativa da população brasileira.

Quando a sociedade é estratificada, os luxos do homem comum podem se transformar nas necessidades das classes mais altas. Como acontece entre as classes sociais, a periodicidade de uso não só separa os bens de classe alta, mas também serve para marcar as diferenças entre classes de pessoas. Na corte do rei, é como se todo dia fossem aniversários e Natal. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 170)

A mobilidade social resultante dessas políticas públicas elevou os indivíduos das classes populares à condição de “cidadãos”. Sobre isso, Canclini argumenta que há “uma concepção do mercado, não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas” (CANCLINI, 2010, p. 70). Apropriando-se brevemente das discussões no campo da psicologia crítica, vale acrescentar que “Doyal e Gough (1994) trazem importantes contribuições, quando produzem grandes reflexões sobre o que é necessidade básica, atestando que o básico é muito mais do que o mínimo: é o essencial para que o sujeito participe da sociedade com reflexão crítica e autônoma” (TAVARES, 2014, p. 196-197). Tais referências servem para abrir as discussões sobre uma “suposta irracionalidade dos consumidores” (CANCLINI, 2010, p. 64). Agora, vamos observar alguns dos comentários dos atletas sobre as marcas: 1) o lateral Alberto, de 16 anos, que recorre a lojas de outlet e prefere as chuteiras coloridas para chamar atenção nos jogos: “Eu sou um pouquinho fanático pela Nike. Só gosto de usar Nike. Modelo, conforto... É diferente, eu acho diferente”; 2) o meio-campo Ítalo Conceição é incisivo ao definir a Adidas: “É marca de boleiro”; 3) a marca que patrocina o craque argentino Lionel Messi também é a favorita do goleiro Fabiano: “Eu gosto mais da Adidas, não sei dizer porquê”, 4) O centroavante, Igor Souza, rondoniense de Ariquemes e novato no NIFC: “Eu já usei Adidas, mas o modelo da Nike, eu gosto mais de jogar com o modelo da Nike”, e 5) O meio-campista Lucas, 15 anos, recém-promovido ao Sub-16: “A Nike tá lançando uma linha boa de chuteiras, depois dessas de cano longo, tão vindo bem bonitas”.

Os trechos das conversas retratam parte dos comentários sobre as qualidades não-técnicas dos produtos da Adidas e Nike, os quais foram colocados com praticamente a mesma frequência que os critérios funcionais (durabilidade, resistência, conforto, etc). Seria leviana se não admitisse que, ao lidar com essas respostas somadas aos meus prolegômenos pessoais, projetei uma ideia de ostentação, correlacionada com exibicionismo, por entender uma certa efemeridade nos argumentos. É inegável que, como itens básicos para o exercício profissional do futebol, chuteiras de melhor qualidade serão objetos de desejo de qualquer atleta, independente de classe ou idade. Porém, diante de justificativas, no meu entendimento, frívolas, me questionei se este fenômeno de consumo não configuraria a construção de necessidades apontada por David Harvey, resultantes de mudanças nas dinâmicas sociais em territórios como a Baixada.

Uma imensa quantidade de esforço, incluindo a formação de uma vasta indústria de publicidade, tem sido colocada para influenciar e manipular as necessidades, vontades e desejos das populações humanas para assegurar um mercado potencial. Mas algo mais do que apenas publicidade está em jogo aqui. O que é necessário é a formação de condições diárias de vida que exigem a absorção de um conjunto de certas mercadorias e serviços, a fim de se sustentar. Considere, por exemplo, o desenvolvimento das necessidades, vontades e desejos associados com a emergência do estilo de vida suburbano nos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial. Não estamos apenas falando da necessidade de automóveis, gasolina, estradas, casas amplas e centros comerciais, mas também de cortadores de grama, geladeiras, ar-condicionado, cortinas, móveis (para dentro e fora da casa), equipamentos de lazer (a TV) e uma série de sistemas de manutenção para dar continuidade à vida diária. A vida diária nos subúrbios requer o consumo de pelo menos tudo isso. O desenvolvimento dos subúrbios fez com que essas mercadorias passassem de vontades e desejos a necessidades absolutas. A criação perpétua de novas necessidades é uma condição essencial para a continuidade da expansão infinita da acumulação do capital. É aqui que as tecnologias e a política de criação de novas necessidades vêm à tona como a ponta da acumulação sustentável. É agora bem entendido que “o sentimento do consumidor” e “a confiança do consumidor” nas sociedades mais afluentes não são apenas as chaves para a acumulação do capital sem fim, mas são também cada vez mais a base da qual depende a sobrevivência do capitalismo. Setenta por cento da atividade econômica dos EUA dependem do consumismo. Mas de onde vem o poder aquisitivo para comprar todos esses produtos? Deve haver, no fim das contas, uma quantidade extra de dinheiro que alguém tem em algum lugar para permitir a compra. Senão, há uma falta de demanda efetiva, definida como necessidades, vontades e desejos, apoiados pela capacidade de pagar. (HARVEY, 2011, p. 91-92)

No entanto, quando complexifiquei a questão desfazendo-me de racionalismos e dicotomias, compreendi a retórica de Canclini a respeito do jogo entre desejos e estruturas, no qual as mercadorias e o consumo funcionam como um ordenamento político na sociedade. “O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 2010, p. 65). Sendo assim, é insensato julgar como passivo o ato de consumir por motivações recônditas, pois os significados incutidos na compra de objetos e

atribuição de funções e usos, “são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social, e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora” (CANCLINI, 2010, p. 65).

### **2.1.1. Estilo de moda x Estilo de jogo**

A representação de um sujeito por um estilo de moda não é impelida somente por uma construção cultural verticalizada, mas também mediatizada. Noutro esporte que integra esse universo de cifras astronômicas e astros, o basquete na liga norte-americana NBA, temos o exemplo do jogador Allen Iverson que articulou o rompimento da padronização do *dress code*, ou “*código de como se vestir*”, imposto pela liga mais importante do mundo, para que os jogadores adotassem um “estilo casual de negócios”. Esse visual era fundamental no tradicional terno e gravata, para melhorar a imagem da liga ante o público. Os jogadores foram proibidos de usar: camisetas regatas, bermudas, camisetas, camisas de times e acessórios esportivos (a não ser que seja apropriado ao evento, como clínicas de basquete), nenhum tipo de acessório para a cabeça (como bandanas, gorros, bonés), correntes, pingentes, medalhões, óculos escuros em locais fechados e fones de ouvido<sup>32</sup>. A determinação gerou revolta entre as superestrelas da NBA, que consideraram o estilo racista e uma tentativa de criminalização do Hip Hop. Armador do Philadelphia 76ers e melhor da posição na temporada 2000-2001, época em que aconteceu o episódio, Iverson continuou usando todos os adereços símbolos do movimento, como forma de resistência ao enquadramento decretado pela NBA. O documentário *Iverson* revela que esse posicionamento do atleta foi uma maneira de denunciar o caso da sua prisão inafiançável, quando ainda jogava na universidade, devido a uma confusão num boliche. O filme conta que não havia nenhuma prova de que o jogador era culpado, mas ele foi condenado a cinco anos de reclusão.

---

<sup>32</sup> Informações tiradas da matéria *O Dress Code na NBA: Um ataque a individualidade ou uma busca pela imagem profissional?*, disponível em: <<https://jornalismoespecializadounesp.wordpress.com/2017/02/24/o-dress-code-na-nba-um-ataque-a-individualidade-ou-uma-busca-pela-imagem-profissional/>> Acessado em: 5 de out. 2017.



Atacante e artilheiro do NIFC, Andrey (À esq.); volante Ítalo, que considera a marca Adidas de “boleiro” (Fotos: Mellyna Reis)

O caso de Iverson é um exemplo do poder da representação que os padrões de moda ditam também no contexto esportivo. Isso fica evidente tanto nas entrevistas no clube, quanto na roda de conversa na escola. Houve um curioso paradoxo, que predominou nas falas dos garotos, no momento em que foram consultados sobre suas inspirações no estilo de jogo e no estilo de se vestir. Entre os nomes mais citados como ídolos estão Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, o espanhol Iniesta, Ronaldinho Gaúcho, o meio-campista alemão Toni Kroos, o goleiro Ter Stegen e o atacante Neymar, cuja preferência se destacou entre os mais jovens. Com exceção do Gaúcho, que teve seu auge na década passada, todos os nomes são contemporâneos – as carreiras estão em evidência nos últimos 12 anos. Alguns garotos indicaram jogadores diretamente relacionados com as posições em que jogam: o lateral-esquerdo Marcelo, dos zagueiros Miranda, Thiago Silva, Mats Hummels, Sérgio Ramos e Puyol, o goleiro italiano Gianluigi Buffon, o meio-campo Paul Pogba e Ronaldo Fenômeno. A proximidade com a Copa da Rússia pode ter influenciado as menções ao goleiro De Gea e às estrelas do clube inglês Liverpool, o egípcio Mohamed Salah e o brasileiro Roberto Firmino, ambos atacantes que



fizeram grandes campanhas antes do mundial. De maneira geral, houve uma preferência categórica por futebolistas europeus ou que atuam por times europeus. Até aí, as indicações seguem a linha de pensamento do sociólogo Ronaldo Helal, que ressalta a performance como fundamental na construção de narrativas de “ídolo”, “mito”, “gênio” e “herói” (HELAL, 1998, p. 141-155).

Quando as perguntas foram deslocadas para aspectos relacionados à imagem, surgiram as variações. Questionados sobre a referência em beleza, os nomes mais lembrados foram de homens brancos – apesar da maioria dos garotos da Baixada serem negros – e europeus, como o ex-jogador inglês, David Beckham, Cristiano Ronaldo (enfaticamente citado também neste quesito) e os brasileiros Alisson (Liverpool), Diego (Flamengo) e Douglas (Grêmio). As ressalvas ficaram por conta dos brasileiros Marcelo (Real Madrid) e Gabriel Jesus (Manchester City), apontados somente pelos garotos do Jardim Nova Era. O que surpreendeu foi a quase unanimidade pelos nomes de Neymar e do lateral-direito Daniel Alves, ambos jogadores do Paris Saint-Germain, como principais inspirações em estilo de se vestir, inclusive para os garotos que adotam um visual mais conservador. Seguem alguns comentários sobre os brasileiros:

“O Neymar usa umas roupinhas muito brabas”. (ALBERTO, 2017)

“Se valoriza muito o Daniel Alves, na aparência. Muito povão” (ÍTALO CONCEIÇÃO, 2017)

“A maioria se veste bem, né? Mas o estilo do nosso craque Neymar é fora de série. Eu me amarro no estilo dele” (DAVI, 2018)

“Gosto do Daniel Alves porque é muito diferente. Ele se veste muito bem” (RENAN, 2017)

“Tem os jogadores que tem um estilo legal... **[Tipo?]** O Neymar. O Neymar às vezes extrapola, mas é o Neymar”. (DANIEL, 2018)

“O Daniel Alves usa uns estilos meio louco, umas roupas misturadas e ainda dá certo” (LUCAS, 2018)

“O estilo do Neymar é sacanagem, porque ele mete mó estilão” (IGOR, 2018)

“O Daniel Alves, porque eu acho o estilo dele maneiro” (FELIPE, 2018)

“Também o Neymar. Ele é fora do normal” (WARLISON, 2018)

O estilo descolado, “diferenciado”, não é a única coisa em comum na dupla de brasileiros destaques do PSG. Neymar e Daniel Alves são muito amigos, ao ponto do atacante interceder pela contratação do lateral para o clube francês, depois de ter sido o protagonista da maior transação financeira da história do futebol mundial – a saída de Neymar do Barcelona foi



viabilizada após o pagamento de uma multa rescisório no valor de 222 bilhões de euros, cerca de R\$ 821 bilhões, em valores de 2017. Nas redes sociais, os dois demonstram suas aptidões para lançar tendências de moda e rentabilizar em cima disso. Também exibem retratos do cotidiano de jogador e da vida privada: festas, eventos sociais, relacionamentos afetivos, bens, amizades influentes, campanhas e ações de publicidade e marketing, entre outros. Profissionalmente, ambos colecionam grandes trunfos: com 36 títulos, entre os quais, três Ligas dos Campeões, duas Copas da Uefa, três Mundiais de Clubes, duas Copas das Confederações e uma Copa América, o baiano de Juazeiro é o maior campeão em atividade no futebol, superando os supercraques Messi e CR7. Já o pupilo da Vila Belmiro, em Santos, está entre os maiores jogadores da atualidade, apesar do desempenho abaixo do esperado na última Copa. Neymar ganhou seis títulos pelo Santos, com destaque para a Copa do Brasil 2010 e a Libertadores de 2011, foi dez vezes campeão pelo Barcelona, com uma Liga dos Campeões e um Mundial de Clubes no currículo, esteve na conquista inédita do ouro olímpico na Rio 2016, já foi finalista do prêmio Bola de Ouro da revista France Football, e dezenas de outros reconhecimentos e polêmicas que cercam sua trajetória.

Toda essa bagagem da dupla ratifica a ponderação da pesquisadora Leda Costa: “(...) apesar de muitos jogadores também serem celebridades é importante considerar que sua performance atlética é parte fundamental da composição de sua imagem pública e da possibilidade de tornar-se um ídolo ou até mesmo um herói” (COSTA, 2018)<sup>33</sup>. No entanto, é válido analisar como o engajamento dos brasileiros, através de seus expressivos números de seguidores em seus perfis na rede social Instagram (Neymar com 106 milhões e Daniel Alves com 21,1 milhões) parece inabalável mesmo em seus períodos de baixa performance futebolística. Há que se observar o dissenso quando acionados pelos garotos da Baixada: são bem mais referenciados pela representação de jogador-celebridade com destaque para o estilo de moda – ou, estilo performático de vida publicizada nas redes sociais – que possuem, do que pelo estilo de jogo.

Ao expressarem não só o apreço, mas também o desejo por conquistarem essa “realidade” e reproduzirem isso a partir do consumo de marcas, os atletas da Baixada legitimam a nossa condição humana de “intercambiarmos objetos para satisfazer necessidades que fixamos culturalmente, para integrarmo-nos com outros e para nos distinguirmos de longe, para

---

<sup>33</sup> Tirado do artigo “Sobre heróis, vilões e Neymar”, escrito pela pesquisadora Leda Costa e publicado no Ludopédio. Disponível em: <<https://www.ludopedio.com.br/arquivancada/sobre-herois-viloes-e-neymar/>> Acesso em: 19 ago 2018.

realizar desejos e para pensar nossa situação no mundo, para controlar o fluxo errático dos desejos e dar-lhe constância ou segurança em instituições e instituições e rituais” (CANCLINI, 2010, p. 71). Outra questão é que jogadores como Neymar e Daniel Alves têm histórias de vida semelhantes à da maioria dos atletas que sonham ascender socialmente a partir do esporte mais popular do país. E não há como negar que a construção social desses sujeitos é indissociável do que representam. “Pode-se levantar questões sobre o poder da representação e sobre como e por que alguns significados são preferidos relativamente a outros” (WOODWARD; 2014, p. 19). Ou seja, a progressão social desses jogadores-celebridades não deve ser considerada como determinante para moldar um estilo de se vestir e, por consequência, conceber a representação de uma imagem. Tendo em vista que “todas as práticas de significação que produzem significados envolvem relações de poder, incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído” (WOODWARD; 2014, p. 19), mesmo que a mobilidade social alcançada por astros do futebol permita o acesso a bens de consumo e marcas, que muitas vezes patrocinam essa representação, as práticas e referências da história individual dos sujeitos impactam nesta construção.

Nem toda forma de consumo é interiorização dos valores de outras classes. O consumo pode falar e fala nos setores populares de suas justas aspirações a uma vida mais digna. Nem toda busca de ascensão social é arrivismo; ela pode ser também uma forma de protesto e expressão de certos direitos elementares. Daí a grande necessidade de uma concepção não-reprodutivista nem culturalista do consumo, capaz de oferecer um marco para a investigação da comunicação/cultura a partir do popular, isto é, que nos permita uma compreensão dos diferentes modos de apropriação cultural, dos diferentes usos sociais da comunicação (BARBERO, 2008, p. 291-292)

Problematizar o papel das representações no contexto dos atletas do NIFC e do Jardim Nova Era é o caminho para entender as implicações de uma sociedade globalizada – que compreende territórios como a Baixada Fluminense – nas vidas desses sujeitos, afinal, “a representação atua simbolicamente para classificar o mundo e nossas relações no seu interior” (WOODWARD apud HALL; 2014, p. 8). Se a cultura molda a identidade dos sujeitos ao atribuir sentidos às experiências, na retórica de Woodward, o próximo passo é refletir as tensões que permeiam o lugar<sup>34</sup> dos atletas na busca por uma trajetória de êxito.

---

<sup>34</sup> “Lugar”, neste caso, tem o sentido de posição social.

## 2.2. A intrinsecidade da pobreza no futebol e o sonho da ascensão social

“No mundo inteiro, futebol não é coisa para pobre. Doa a quem doer. Ingresso é caro em todo lugar. Torcida dividida e entrada a preço de banana estragada só existem no Brasil. O Atlético coloca ingresso a 20 reais e não lota o estádio. Futebol não é público, não é forma de ajuda social”. Em entrevista à sucursal do jornal espanhol *El País*<sup>35</sup>, o ex-presidente do Atlético Mineiro, e atual prefeito de Belo Horizonte (MG), Alexandre Kalil, destilou todo seu preconceito contra as classes que são a base do futebol profissional no Brasil, desde a sua origem na década de 1920. A história dos dois maiores ícones da atualidade, o português Cristiano Ronaldo, de 32 anos, e o argentino Lionel Messi, 30 anos, é mais um retrato dessa estrutura. Dono de cinco Bolas de Ouro, o maior reconhecimento a um jogador de futebol<sup>36</sup>, o CR7, como vende a sua imagem, nasceu no bairro da Quinta do Falcão, no Funchal, ilha da Madeira. A mãe do craque, Dolores Aveiro, externou em sua autobiografia<sup>37</sup> que tentou, por duas vezes, interromper a gravidez em que esperava Ronaldo, o quinto filho de uma família pobre. A um oceano de distância, em Rosário, um garoto argentino que sofria de nanismo fora rejeitado pelo seu clube do coração: *Newell's Old Boys*. Devido à falta de apoio, seu pai e sua mãe resolveram arriscar ir para a Catalunha, onde já vivia uma tia dele, em busca de um tratamento para aquele que anos mais tarde alcançaria a alcunha de gênio, designada a apenas um punhado de nomes na história do futebol. O enredo que nasce na pobreza e alcança o estrelato também é muito comum na história do futebol brasileiro, vide os tão mencionados Neymar, filho de um ex-mecânico que chegou a tentar carreira no futebol, e Daniel Alves, filho de um agricultor rural, que percorria cerca de 20 km para chegar na escola.

A crença que nasce dessas histórias é uma fonte de inspiração para crianças das favelas, subúrbios e rincões no país afora, e também de seus familiares. Como bem descreve o jornalista Breiller Pires, “é um trajeto de mão única idealizado por milhares de garotos pobres no Brasil” (PIRES, 2017). Nem as transformações sociais que o país viveu foram capazes de estagnar o roteiro clichê sobre o sonho de milhares de garotos se tornarem grandes jogadores de futebol

---

<sup>35</sup> A entrevista foi publicada no dia 17 de julho de 2017 e pode ser acessada no endereço: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/14/deportes/1500068233\\_300420.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/14/deportes/1500068233_300420.html)> Acesso em: 19 jul 2017.

<sup>36</sup> Até 2015, o prêmio era entregue pela tradicional revista francesa *France Football*, em parceria com a FIFA. Desde o ano passado que a revista faz a premiação de maneira independente, enquanto a FIFA promove o prêmio ‘The Best’.

<sup>37</sup> Ver “Mãe Coragem”. AVEIRO, Dolores (2014).

profissional. A construção de uma carreira sólida é calcada em diversas realidades, contudo, parte considerável da safra dos “frutos da Baixada” enfrenta mais obstáculos para amadurecer. A começar pelos que, apesar de morar no mesmo território, requerem um deslocamento maior para chegar ao clube, que dá uma ajuda de custo de cerca de R\$ 80 para a passagem e fornece o almoço para os que largam do treino no final das manhãs, de segunda a sábado, e vão direto para a escola. Os dias de jogos e as peneiras funcionam como termômetro das pressões e esperanças que são depositadas nessas jovens vidas. Dezenas de familiares e amigos vão prestigiar, acompanhar, torcer e, por vezes, excedem no apoio. Entre os mais exaltados está o pai do atacante Andrey, uma das estrelas da base do NIFC. Por outro lado, a mãe do atleta, Daniele Dias, camufla a aflição que sente em cada jogo que o filho participa.

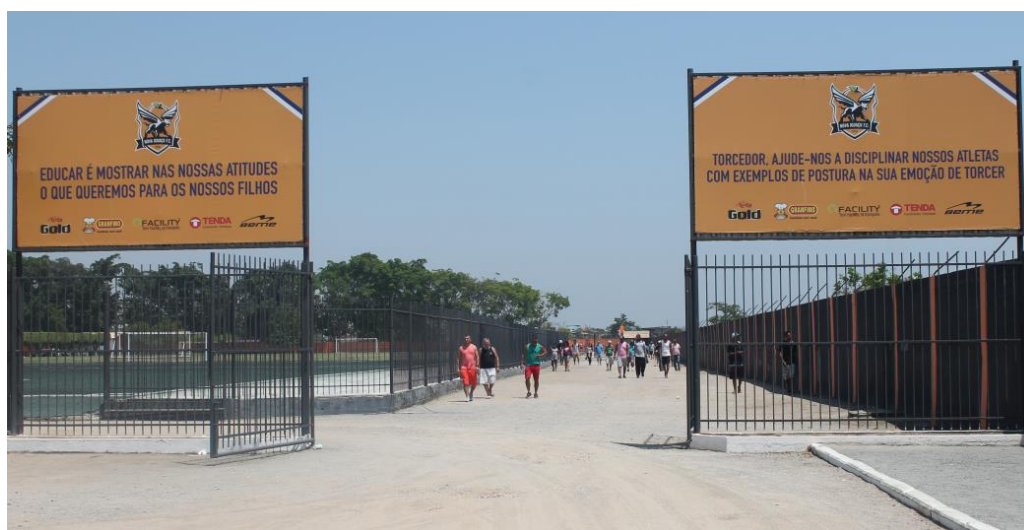
Da nossa parte é todos os incentivos, das coisas boas e incentivo a ele. Mais pra ele ter foco, que o futuro dele é esse, pra ele brilhar lá na frente e vim ter o reconhecimento, que ele não veio pra cá sozinho. [...] Então, a expectativa da gente é essa, que ele brilhe daqui pra frente. O foco dele é esse. Ele fala que dá o sangue dele pra tirar da vida que a gente vive. Então ele fala que o que ele faz é pela família dele. E o foco dele é me tirar do aluguel. (DANIELE, 2017)

Durante os treinos do Nova Iguaçu, o grito de guerra ao final de cada treino, endossado pela junção de mãos no centro da roda, reverbera uma afetividade e companheirismo característicos da ludicidade preservada no esporte. Nas partidas, as comemorações são muito mais semelhantes às praticadas por jogadores profissionais ou, no mínimo, parcialmente reprimidas. Diante da euforia incontrolável dos familiares nessas competições, os garotos são orientados a evitar o excesso de contato com os responsáveis durante os jogos, para minimizar as pressões externas que podem comprometer o desempenho. Isso se tornou uma preocupação constante pela diretoria do NIFC.



Atacante Andrey corre em direção à câmera após marcar o gol de empate contra o Botafogo, em vez de ir para a torcida (Fotos: Mellyna Reis)

Paradoxalmente, a instituição que vive de formar bons atletas para vender a outros clubes maiores, procura blindá-los de suas famílias de onde, julgam, vir uma pressão ainda mais intensa. Este zelo se materializou em placas que foram colocadas no meio do ano de 2017, na entrada para o campo principal do CT, que dá acesso às arquibancadas. O intuito? Moderar os ânimos da torcida, majoritariamente de familiares, muitos dos quais enxergam naqueles garotos a expectativa de uma mudança de vida. “Os pais podem até não falar, mas é o que percebemos aqui. O grande adversário muitas vezes na formação do jogador são os pais, a pressão que eles colocam”, afirmou o assessor, Bernardo Gleizer.



Placas instaladas no acesso ao campo principal (Foto: Mellyna Reis)

A religiosidade é mais um paradigma que marca a trajetória dos garotos. A fé é acionada por grande parte dos atletas, que seguem basicamente as orientações da família. No grupo do NIFC, há uma predominância de evangélicos, doutrina que tem aumentado substancialmente o número de fiéis no estado do Rio. Em entrevista realizada no intervalo de uma partida do Guilherme Embry, a operadora de caixa Daniele Dias, mãe do Andrey, comentou: “o dia que eu não posso tá nos jogos eu fico lá no meu trabalho só em oração, pra que Deus o proteja, ilumine ele cada dia mais, que a carreira dele venha crescer mais e mais. Mas a expectativa é grande, o coração fica a mil”. Esta relação entre “sonho” e “fé” dentro do futebol me faz lembrar de uma música do rapper Emicida. A letra nos remete a um dos casos simbólicos de expressão pública da fé no contexto do futebol, que foi quando Neymar usou uma faixa na cabeça com a frase 100% Jesus nas comemorações da conquista da Liga dos Campeões, pelo Barcelona, e da medalha de ouro nos Jogos Rio 2016.

*Meu treinador é Deus  
Me escalou pra jogar  
Olhou pro banco e disse  
Zica, vai lá!  
Cumprimentei os meus  
Me benzi pra atacar  
Lembrei da frase ali  
Zica, vai lá!*

\*Trecho da música *Zica, vai lá!* – Emicida (2018)

Se fizermos uma tabela (futebolisticamente falando) com a declaração do meio-campo Davi, 16 anos, após participar de um teste no Nova Iguaçu, veremos esse tipo de discurso que tem se tornado mais frequente por parte dos jogadores profissionais também vem sendo reproduzido entre os garotos. “Hoje em dia eu tenho esse sonho que eu quero realizar e eu vou realizar, se Deus quiser” (2018).

As observações levantadas até aqui são categóricas para depreender que há uma moral onírica no seio deste objeto, seja pelas idealizações dos atletas, mas também pelas realizações de jogadores profissionais bem-sucedidos. O posicionamento lúcido do zagueiro Vinícius, 16 anos, corrobora com esta impressão. “A criança no Brasil já nasce vendo o jovem na televisão, vendo os ídolos na Seleção Brasileira e já nasce querendo ser jogador já” (VINÍCIUS, 2018). A perspectiva onírica está presente no discurso do goleiro Renan, que tem planos de cursar uma graduação em Educação Física se o futuro no futebol não for o esperado. “Eu quero conseguir viver disso, profissionalizar e viver disso, viver bem. E conseguir ganhar uma estabilidade pro presente e pro futuro. É o meu sonho, não é algo só por busca profissional. Eu vou pro eu estádio e eu me enxergo jogando, entendeu?” (RENAN, 2017).

Partindo do sonho de ser um grande jogador, passei a questionar os garotos sobre seus sonhos e desejos se alcançarem a realização profissional. O repertório foi bem diversificado do ponto de vista material, com alguns consensos: casa própria, carros e roupas. Os discursos, no entanto, estavam bem afinados no anseio de “levantar a família”. Por exemplo, o volante Ítalo Conceição, morador de Belford Roxo, disse que queria proporcionar “A alegria da minha família. De assim, poder dar uma vida melhor para todos, de ajudar a quem precisa”. Já o lateral Alberto, que passou por outros três clubes antes de aportar Nova Iguaçu (Flamengo, Botafogo e Boavista), foi ainda mais específico: quer deixar o bairro onde mora, em Curicica, na Zona Oeste do Rio. “Fica feio, né? Você morar num lugar assim, né? Pô, cê fica até com medo de sair na rua às vezes. Teve um tempo que, pô, você num podia sair na rua que os caras tavam roubando tudo lá. Aí você num tem como” (ALBERTO, 2017).



Há ainda histórias que parecem ter saído do Player's Tribune. Lançada em 2014 pelo ex-jogador de beisebol, Derek Jeter, e que tem o astro da NBA, Kobe Bryant, como um de seus investidores, a plataforma divulga conteúdos em tom autobiográfico sobre esportistas. Escritas por *ghostwriters* (redatores-fantasmas), histórias como a dos jogadores Paulinho, Gabriel Jesus, o belga de origem congoleza, Romelu Lukaku, e o Daniel Alves, causaram muita comoção ao serem viralizadas na internet. A situação do centroavante Igor Santos Souza, 16 anos, caberia na publicação: ele foi descoberto a partir de um vídeo e trazido do município de Ariquemes, no interior de Rondônia, pela diretoria do Nova Iguaçu. É o único que mora no centro de treinamento do clube, no momento, e recebe o apoio dos colegas de equipe para suportar a distância de casa. Sobre seus sonhos, Igor foi enfático: “Ajudar a minha família e tirar eles de lá”.



Estudantes/atletas da escola Profª Leopoldina após a entrevista (Foto: Mellyna Reis)

O diálogo sobre sonhos também seguiu a linha “levantar a família” com os garotos do Jardim Nova Era, mas eles foram mais espontâneos ao revelar ambições singulares, como reproduzir uma cena de um clipe musical ou abrir um negócio para vender salgados.

**[Mellyna] Se vocês chegassem a se tornar jogadores profissionais, vocês acham que o futebol poderia proporcionar o quê pra vocês? Podem falar o que vocês quiserem.**

[Sequência direta de respostas]

- “Um futuro melhor”.
- “Comprar minha casa”.
- “Dar uma escola boa para os meus filhos. Tipo assim, que ele pode...”
- [Outro garoto interrompe] “Tipo uma faculdade?”

- “É! Que ele pode ensinar as coisas que a gente ainda não sabe, o mais rápido possível.

**[Mellyna] Mas só a escola? Tem mais alguma coisa que você imagina, que você pode ter se você for um jogador de sucesso?**

[Continuação]

- “Ah! Dar uma casa pra minha mãe, né?”

**[Mellyna] Fiquem à vontade. Vocês podem falar o que quiserem.**

- “Casa, carro, mulher, dinheiro, roupas. Tudo! Viagens, conhecer outros países, bastante fama...”

- “Roupa, casa, mulher, dinheiro, carro...”

[...]

- “Eu se fosse jogador queria conhecer o mundo todo! Com dinheiro eu ia fazer tudo!”

- “Ter tudo do bom e do melhor!”

- “Eu ia abrir uma loja de salgados”.

**[Mellyna] Sério mesmo?**

[Colegas comentam]

- “É isso aí! Investimento!”

- “É um investimento!”

- “Padaria também é um bom investimento”.

- “Abria... Igual o Cristiano Ronaldo, uma loja de roupas minhas. Uma loja assim. De chuteiras, até tênis...”

[...]

- “É, ter tudo de bom, né? Criar várias coisas aí, lugares aí... Mulher, dinheiro...”

[Risada coletiva]

- “Viajar o mundo inteiro, ter tudo de bom então!”

- “Com dinheiro? Né não?”

[...]

- “Se eu tivesse bastante dinheiro, eu queria fazer igual o Chris Brown no clipe dele. Pegou um dinheiro assim, a draga começou a... Aí sair um dinheiro lá, jogando! Falei, pô, valeu! Fique, pô, poderia vir só um pouquinho pra mim?”

Não é de agora que o futebol exala o “bálsamo” da riqueza e todas as possibilidades que podem ser compradas e experienciadas quando se detém o capital. O ex-jogador irlandês George Best, que brilhou entre as décadas de 1960 e 1970 no Manchester United, da Inglaterra, disse uma vez: “Gastei 90% do meu dinheiro em bebida, mulheres e carro. O resto eu desperdicei” [ano desconhecido]. Com suas respectivas particularidades, os garotos da Baixada já vislumbram cenários em uma possível abastada carreira como jogador de futebol profissional. Suas colocações mostram “o caminho que um jovem percorre aprendendo e trabalhando para chegar à maturidade determina sua possibilidade de sonhar, molda o conteúdo e dá forma a seus sonhos” (SOCHACZEWSKI, 2012, p.287).



### 2.3. As marcas do colonialismo no futebol pós-moderno

A literatura brasileira é repleta de referências ao esporte que se tornou tão popular no país. Desde a profissionalização, na década de 1930, grandes nomes da literatura já gastavam suas tintas com letras de exaltação e maledicências ao futebol. Olavo Bilac, Lima Barreto, João do Rio... Anos depois, Carlos Drummond de Andrade – a quem recorro para versar esta dissertação –, Vinicius de Moraes, Ferreira Gullar, Eduardo Galeano e até os que se aventuraram para além dos versos, como o pernambucano João Cabral de Melo Neto, que jogou profissionalmente pelo Santa Cruz Futebol Clube, do Recife. Há ainda os que ajudaram o eternizar o futebol, como Gabriel García Marquez, que glorificou o ídolo botafoguense Heleno de Freitas em uma crônica publicada em 1950, no jornal colombiano de Barranquilla, *El Heraldo*. E, claro, Nelson Rodrigues e suas incontáveis obras sobre a “Pátria de Chuteiras”.

Ao longo do século XX, a música popular e o futebol foram-se tornando dois grandes ícones da identidade brasileira. A cristalização dessa imagem do país penetrou o senso-comum e tem nos dias de hoje alcance internacional. Os dois símbolos da nacionalidade incidem de forma direta na maioria da população de modo a elevar sua auto-estima. (HOLLANDA, 2003, p. 25)

Decerto, a história do futebol brasileiro é entrelaçada com a arte, a música, literatura, cinema e cultura popular. Os bailados de Garrincha, Pelé, Ademir de Menezes e Nilton Santos foram verdadeiras “pinturas” imortalizadas nos gramados. Dos cinco títulos mundiais conquistados pela Seleção Brasileira, o de 1994, foi o mais sofrido e também o mais “feito”, pelo futebol truncado que destoava das conquistas “gloriosas”. Dentre os entusiastas desse clássico futebol brasileiro está o cineasta italiano Pier Paolo Pasolini, que se debruçou a compreender as diferenças fundamentais entre o modelo de futebol europeu e sul-americano. Seu artigo mais conhecido, *“Il calcio ‘è’ un linguaggio con i suoi poeti e prosatori”* (em livre tradução, ‘A Linguagem do Futebol’), foi publicado originalmente no jornal italiano *Il Giorno* em 1971, inspirado na vitória do Brasil sobre a Itália na Copa de 1970, realizada no México. O texto tratava o futebol como um sistema de signos, uma linguagem não verbal.

O futebol é um sistema de signos, ou seja uma linguagem. Tem todas as características fundamentais da linguagem por excelência, o que expomos em seguida como termo de comparação, ou seja a linguagem escrita-falada. De fato, as “palavras” da linguagem do futebol se formam exatamente como as palavras da linguagem escrita-falada. Agora, como se formam estas últimas? Se formam através da “dupla articulação”, ou seja através das infinitas combinações dos fonemas que são, em italiano, as vinte e uma letras do alfabeto. Os fonemas, portanto, são as “unidades mínimas” da língua escrita-falada. Queremos nos divertir definindo a unidade mínima

da língua do futebol? Vejamos: “Um homem que usa os pés para chutar a bola”, essa é a unidade mínima: esse “podema” (se queremos continuar nos divertindo). As infinitas possibilidades de combinação dos “podemas” formam as “palavras futebolísticas”, e o conjunto das “palavras futebolísticas” forma um discurso, regulado por autênticas normas sintáticas. Os “podemas” são vinte e dois (quase como os fonemas), as “palavras futebolísticas” são potencialmente infinitas, porque infinitas são as possibilidades de combinação do “podemas” (na prática, os passes de bola entre cada jogador); a sintaxe se expressa na “partida”, que é um autêntico discurso dramático. Os codificadores desta linguagem são os jogadores, nós, nas arquibancadas, somos os intérpretes: assim, possuímos um código comum. Quem não conhece o código do futebol não entende o significado de suas palavras (os passes) nem o sentido de seu discurso (um conjunto de passes). [...] (PASOLINI, 1971)

A analogia que proponho a partir de um entendimento de “futebol arte”, atribuído efusivamente às “míticas” seleções brasileiras, visa compreender novas relações identitárias entre os atletas da Baixada e o futebol nas suas concepções atuais. É possível que o imaginário de outras épocas ainda influencie essa geração? Bem, a possibilidade de revisitar informações, principalmente após a popularização da internet, já se mostrou ser capaz de produzir referências profissionais para os garotos extemporâneas, a exemplo dos Ronaldos Fenômeno e Gaúcho, que a maioria deles não viu jogar. Contudo, poderíamos afirmar que a relação social construída com o futebol pós-moderno seja influenciada pela cultura do consumo?

O processo de globalização acaba tendo, direta ou indiretamente, influência sobre todos os aspectos da existência: a vida econômica, a vida cultural, as relações interpessoais e a própria subjetividade. Ele não se verifica de modo homogêneo, tanto em extensão quanto em profundidade, e o próprio fato de que seja criador da escassez é um dos motivos da impossibilidade da homogeneização. Os indivíduos não são igualmente atingidos por esse fenômeno, cuja difusão encontra obstáculo na diversidade das pessoas e na diversidade dos lugares. Na realidade, a globalização agrava a heterogeneidade, dando-lhe mesmo um caráter ainda mais estrutural (SANTOS, 2001, p. 142-143).

Em um mundo globalizado, no qual o futebol é cada vez mais tratado como um negócio de cifras estratosféricas, a sociedade do consumo definida por Zygmunt Bauman também é estimulada por essa paixão nacional, o que propicia o surgimento de novas representações identitárias, que vão além das premissas desportivas básicas, como a disciplina e o lúdico. De acordo com Eneida Feix (2007; p. 32), “o ser humano precisa do lúdico para se desenvolver, pois, desde criança, através do brincar, vai entendendo o seu mundo, lidando com seus medos, aprendendo seus limites, relacionando-se com o outro, resolvendo situações-problema e criando novas possibilidades”. Neste mundo sem fronteiras, onde as distâncias foram

reduzidas a partir da comunicação global<sup>38</sup>, o capitalismo é um dos fatores que mais favoreceu a construção de novas representações, pois, “dentro da cidade, são seus contextos familiares, de bairro e de trabalho, os que controlam a homogeneidade do consumo, os desvios nos gostos e nos gastos” (CANCLINI, 2010, p. 66). É o que podemos observar em alguns discursos dos atletas:

“Eu acho que o que o futebol profissional pode proporcionar é a mulher, né? Mulher famosa... É as casas” (GILMAR, 2017)

“Eu acho que o que o futebol profissional traz é a fama, muita fama” (MATHEUS, 2017)

“Todo mundo quer, né? Ter fama. Mas às vezes não é muito bom não, por causa da vida social” (MARCOS, 2017)

Os meios de comunicação também desempenham um papel social nesse processo. Em *Globalização Imaginada* (2007), Canclini explica que “a comunicação com o que está além do local pode levar ou a imaginar que as identidades se dissolvem ou a procurar referentes globais indefinidos” e narra o seguinte exemplo:

“Um diretor de teatro, voltando às ruas de Montevideú onde jogava futebol quando criança, recorda que, quando esse esporte era um jogo e não um negócio, também as relações entre os meninos eram diferentes. Quando um deles marcava um gol, era festejado por todos com um abraço grupal” (CANCLINI, 2003, p. 50).

Conclui-se, então, que o “contato corporal” entre jogadores de outras épocas, o qual expressava uma unidade dentro de um bairro ou na rua onde a partida ocorria, tem perdido o sentido físico para uma relação mais abstrata com ‘a virtual arquibancada midiática’, a partir de gestos que hoje são repetidos por jogadores de todo o mundo, o que demonstra o poder exercido pela comunicação na construção de significados, inclusive no futebol.

“Hoje, quem faz um gol, ele e seus companheiros de time, festejam “saudando um público imaginário, uma audiência como se ela estivesse ali presente”. Já não fazem o círculo, mas sim – como se vê nos jogos transmitidos pela televisão – acenam para um público planetário. [...] Nas ruas do México vi meninos correndo, depois do gol, até a beira do campo, perante uma plateia inexistente, mas imaginada, e repetirem, um as acrobacias de Hugo Sánchez, outro o embalo de um bebê feito por Bebeto logo depois de ser pai, outros os saltos rastejantes do “Gusano” Nápoles (CANCLINI apud GALLI, 2003, p. 50)”.

---

<sup>38</sup> Sobre comunicação global, ver *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo* (PAIVA, 2003).

A identidade nacional atrelada ao futebol e construída no período mais obscurantista do país para endossar o nacionalismo através da brilhante seleção canarina que conquistou a Copa do México, em 1970, parece ser pouco apelativa aos sonhos dessa geração. Hoje, o imaginário gira muito mais em torno do espetáculo e dos outros sentidos que o futebol produz, pois “vivemos em uma época – costuma-se dizer – em que as coisas estão se acelerando e se disseminando. O capital está passando por uma nova fase de internacionalização, especialmente em termos financeiros. (...) Um dos resultados dessa situação é a crescente incerteza sobre o que queremos dizer com ‘lugares’ e como nos relacionamos com eles” (MASSEY, 2000, p. 177). Retomando os questionamentos sobre ídolos, resalto aqui a lembrança dos garotos ao nome de Ronaldo Gaúcho. Apelidado de “Bruxo” pela habilidade mágica de driblar a bola, Gaúcho enquanto jogador foi de um brilhantismo no nível de um Garrincha ou do próprio Messi. Assassinado em 1975, na Itália, Pasolini não pode ver a Europa se rendendo à poesia do futebol arte praticado pelo “rei do drible”. Nem o Fenômeno, com o heroico título mundial de 2002, angariou tantos fãs para o futebol europeu quanto às provenientes das aparições de Ronaldinho Gaúcho, especialmente enquanto vestiu as camisas do Barça e Milan. O aumento desse público também está atrelado ao crescimento das TVs por assinatura no Brasil, com a expansão das redes de cabos no final do século passado. Em meados de 2001, a TV por assinatura sofreu uma retração no consumo por conta da crise cambial. Passados dois anos, enquanto a internet caminhava a passos embrionários, o setor retomou o ritmo de crescimento, contemplando cada vez mais domicílios. A entrada da Telmex, como acionista da Net Serviços, e a fusão entre Sky e Directv marcaram esse avanço do serviço.

Paralelamente, os jogos do futebol europeu passaram a ser mais assistidos pelo público brasileiro, ao ponto de “apropriarem” do rótulo de futebol arte. É interessante observar o encantamento dos garotos da Baixada, que já sonham jogar em clubes europeus e seus abastados campeonatos. Esta massificação do futebol do Velho Continente começa a produzir novos sentidos para uma geração, onde o capital obriga a poesia do futebol arte a dar lugar à “prosa”.

Com a modernização contemporânea, todos os lugares se mundializam. Mas há lugares globais simples e lugares globais complexos. Nos primeiros apenas alguns vetores da modernidade atual se instalam. Nos lugares complexos, que geralmente coincidem com as metrópoles, há profusão de vetores: desde os que diretamente representam as lógicas hegemônicas, até os que a elas se opõem. São vetores de todas as ordens, buscando finalidades diversas, às vezes externas, mas entrelaçadas pelo espaço comum. Por isso a cidade grande é um enorme espaço banal, o mais significativo dos lugares. Todos os capitais, todos os trabalhos, todas as técnicas e formas de organização podem aí se instalar, conviver, prosperar. Nos tempos de hoje, a cidade grande é o espaço onde os fracos podem subsistir." (Milton Santos, 2006, p. 218)

Nenhum dos jogadores que entrevistei teve a oportunidade de viajar à Europa. Contudo, a maioria tem o futebol europeu como o maior objetivo de vida profissional. Pasolini não pôde prever que a prosa futebolística eurocêntrica seduziria tantas crianças dos arrabaldes e periferias brasileiros, como o meio-campo Gilmar, que enxerga o velho continente como “diferenciado” e disserta com propriedade sobre um lugar que só conhece por um imaginário. “Lá dá mais dinheiro também e a qualidade de vida é melhor. Prefiro morar na Europa, é bem melhor”, disse. Ao se declarar “primeiramente” torcedor do Barcelona e depois do Botafogo-RJ, o iguaçuano Matheus consegue enxergar um vínculo umbilical com a Baixada, no entanto, prospecta um futuro diferente:

“Eu me identifico [com a Baixada] porque eu nasci aqui mesmo e fui criado aqui, entendeu? A maioria dos meus amigos são daqui, então, acaba pegando um vínculo mesmo. Mas, acredito que se eu fosse pra outro país eu também conseguiria fazer amizades, como fiz aqui.” (MATHEUS, 2017)

A noção de lugar “diferenciado” e “bem melhor pra viver” construída por esses garotos tem traços da influência de um marco historicista, criticado por Boaventura de Souza Santos (2004) por colocar o desenvolvimento europeu como norteador para o restante do mundo, mas também do imaginário criado a partir das mediações culturais entre jovens atletas e jogadores-celebridades e marcas esportivas.

### 3. ÁUDIO-DOCUMENTÁRIO: EXPLORANDO A ALTERIDADE COM NOVOS HORIZONTES METODOLÓGICOS

*“Confesso que o futebol me aturde, porque não sei chegar até o seu mistério”*

- Carlos Drummond de Andrade -

O maior desafio desta dissertação foi produzir um texto coeso e bem respaldado, o qual pudesse ser apreciado tanto pela academia quanto por aqueles que são os verdadeiros donos dessa pesquisa. Com uma década de experiência em produção radiofônica, encontrei neste formato uma saída para explorar a potência dos momentos com os entrevistados e suas declarações, inclusive a alteridade presente nos discursos de garotos que, apesar de jogarem no mesmo clube, possuem histórias de vida tão díspares. Um tanto de *savoir-faire* para valer-se do poder que a linguagem sonora possui e um certo grau de conforto para manuseá-la com mais primor do que em um formato audiovisual – pois os filmes etnográficos são bem mais comuns no campo científico –, foram determinantes para designar o método complementar à linguagem escrita. Há também um pouco de empatia pela narrativa radiofônica, da qual utilizo elementos técnicos de multissensorialidade, afinal, “o rádio ajudou a criar novas práticas culturais e de consumo por toda sociedade brasileira” (CALABRE, 2003, p. 9). Outro ponto considerado foram os recursos disponíveis e a garantia de acesso e inteligibilidade, tanto para os pesquisados quanto para acadêmicos.



Roda de conversa com alunos da E. M. Professora Leopoldina Machado Barbosa de Barros, no bairro de Jardim Nova Era, periferia de Nova Iguaçu (Fotos: Lílian Tropiano e Mellyna Reis)

A finalidade de subverter a pecha de “narradora oficial” ou “o *status* do etnógrafo(a) como melhor intérprete da vida nativa”<sup>39</sup>, como esperado por metodologias clássicas das ciências sociais, é uma oportunidade de potencializar o lugar de fala das fontes. Sem desprezar o percurso e a estrutura da produção científica de maneira geral, mas também cutucando o academicismo que exalta o canônico, acredito ser legítimo perfilhar novos olhares epistêmicos na produção de saberes. Assim como Bourdieu provocou os sociólogos que estudam esporte no artigo *Como é possível ser esportivo?* (BOURDIEU, 1978), sobre as nuances de analisar um objeto no qual considerem-se imersos – e pelo qual tinha menos familiaridade do que com outras temáticas –, ensejo, na busca por outros métodos, explorar detalhes que possam ser invisibilizados a um olhar viciado por referências. Apropriando-se do pensamento de Gustavo Coelho, em *Deixa os garotos brincar* (2016), cujo título despojado remonta às impressões que obtive na entrevista com os garotos do Jardim Nova Era, percebo que:

Se há o reconhecimento, então, de que a primazia da racionalidade cognitivo-instrumental jogou o véu da invisibilidade e da desqualificação sobre saberes que operassem em outras frequências, será preciso reconhecer também que não só a sua gestação opera nessas outras lógicas subalternizadas, mas também sua expressividade pode não se dar pela interpretação verbal representativa de intuito esclarecedor, ferramenta por excelência da dominação do mundo por “atribuição de sentidos” [...] (COELHO, 2016, p. 151)

Desta feita, este áudio-documentário se propõe a ‘dessubalternizar’ esses “saberes que operam em outras frequências”, distanciando-se da superioridade que é lugar-comum na práxis científica. É, por assim dizer, uma aventura idílica construída a partir da confluência entre aptidão técnica e o afetamento inerente ao meu processo etnográfico, que remete a uma frase atribuída a Sigmund Freud [ano desconhecido]: “Existem momentos na vida da gente, em que as palavras perdem o sentido ou parecem inúteis, e, por mais que a gente pense em uma forma de empregá-las elas parecem não servir. Então a gente não diz, apenas sente”.

### **3.1. Sobre “ser afetada” e outras discussões do exercício etnográfico**

Os pormenores do ambiente futebolístico e as próprias dificuldades pessoais para desenvolver a pesquisa de campo me levaram a pensar em estratégias diferenciadas para ouvir

---

<sup>39</sup> Ver *Sobre a autoridade etnográfica*, de James Clifford, em “A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX” (p. 18).



os jovens jogadores do NIFC e os estudantes da Escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina. Assim, foram considerados fatores como a timidez, relativamente comum aos adolescentes em situação de exposição (quando entrevistados), o tempo (no sentido circunstancial de “duração” e “disponibilidade”), a presença de observadores que poderiam inibir a espontaneidade das respostas, o próprio local onde a entrevista foi realizada, entre outros. Também me utilizei de elementos de aproximação para quebrar a formalidade acadêmica, demonstrando intimidade com o universo do futebol e interagindo com uma linguagem (gírias e jargões) acessível àquele grupo, os quais me permitiam alcançar uma fluidez necessária para obter as respostas mais genuínas; a adoção de uma “estética corporal” para representar a minha proximidade com o objeto, indo a campo, eventualmente, vestindo as minhas próprias camisas de clubes e seleções; recorrendo a “pilhérias” que pudesse deixá-los mais à vontade, no intuito de evitar alguma polidez que restringisse a experiência. A intenção dessas estratégias era evitar que a minha presença representasse uma figura institucionalizada, ao ponto de inibir os garotos a expor suas impressões, porque havia uma certa expectativa com aqueles momentos: apesar de se tratar de um trabalho acadêmico, cuja repercussão é uma incógnita, os garotos também demonstravam entender as entrevistas como uma experiência parte do processo de serem jogadores de futebol e futuros profissionais de alto nível.

Não estamos procurando, pelo menos eu não estou, tornar-nos nativos (em qualquer caso, eis uma palavra comprometida) ou copiá-los. Somente os românticos ou os espíões podem achar isso bom. O que procuramos, no sentido mais amplo do termo, que compreende muito mais do que simplesmente falar, é conversar com eles, o que é muito mais difícil, e não apenas com estranhos, do que se reconhece habitualmente. (GEERTZ, Clifford. 1989, p. 10)

A partir do momento que você se apresenta como pesquisadora e utiliza um bloco de anotações, equipamento de gravação e máquina fotográfica para registrar aquela conversa, o caráter institucional é percebido pelos entrevistados. Esta reação pode ser notada em algumas entrevistas, mas destaco a do meio-campo Davi Teixeira Moraes, de 16 anos. Morador de Irajá, na Zona Norte do Rio, ele estava fazendo teste para uma vaga no Nova Iguaçu, depois de ser dispensado do Madureira Esporte Clube, quando foi entrevistado. Davi contou ter escolhido o clube pelas referências positivas que tinha, inclusive quando enfrentou suas equipes em jogos, e teve o apoio de um amigo da categoria sub-20 para participar de uma peneira, como são chamados os testes em massa. Indagado sobre as dificuldades da carreira, o atleta declarou: “É difícil, cara. É difícil sim, mas é um funil, né? Mas a gente tendo fé em Deus e trabalhando firme a cada dia, tenho certeza que Ele lá de cima tá olhando e vai me abençoar e eu com certeza

vou chegar lá”. A “fé em Deus”, o “trabalho firme”, a “benção” e a crença no sucesso expressada no “chegar lá” são elementos bastantes comuns nos discursos atuais de jogadores brasileiros profissionais, após vitórias ou resultados satisfatórios em partidas. Além disso, a postura mais segura que Davi teve ao responder, recorrendo a uma frase de efeito com chavões de religiosidade, meritocracia e dignificação do trabalho, ratifica a ideia de que esses garotos reproduzem desde cedo as representações que o futebol têm para eles: modos de vestir, se posicionar, falar em público, de jogar, etc.

Há que ressaltar que todas as entrevistas com os atletas do NIFC, incluindo o jogador Davi, foram feitas no clube ao longo de um ano e meio, aproximadamente, após os treinos e algumas partidas. Os diálogos foram realizados no restaurante que funciona dentro da sede, um espaço aberto localizado na área social (fora dos gramados), com livre circulação de pessoas, frequentado por familiares, dirigentes e profissionais do clube. Já a dos estudantes da escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina ocorreu em um único dia, no formato de roda de conversa em uma sala de aula reservada, sem a presença de observadores, com exceção de um breve momento<sup>40</sup>. Essas informações são necessárias para entender outro ponto interessante: os lugares específicos em que as entrevistas foram realizadas marcam algumas diferenças entre as declarações feitas pelos atletas do Nova Iguaçu e os da escola da periferia de Nova Iguaçu (Jardim Nova Era). Em geral, os diálogos com atletas do clube renderam algumas falas mais *mediatrainizadas*, como no caso do Davi e dos repetidos discursos sobre o sonho de se tornar jogador profissional, do que entre os garotos da escola, apesar de ambos acontecerem no mesmo território – Baixada Fluminense. Destarte, o exercício empírico não tem a intenção de hierarquizar, nem qualificar as fontes e suas perspectivas, mas compreender as circunstâncias.

---

<sup>40</sup> Já no final, a professora Lilian acompanhou de longe, por pouco tempo, sem interações, apenas para registrar em vídeo. Como os garotos já estavam à vontade, acredito que sua presença não tenha interferido ao ponto de comprometer a experiência.



Atletas do NIFC almoçando pós-treino, no restaurante da sede do clube, onde aconteciam as entrevistas  
(Foto: Mellyna Reis)

Se por um lado confirmo semelhanças no anteparo deste objeto ao comparar o contexto de todos garotos envolvidos na pesquisa, por outro observo que a sede do NIFC ocupa um lugar institucional capaz de influenciar na apresentação dos pontos de vista dos entrevistados, e conseqüentemente, na análise das informações. Vejamos um dos exemplos: enquanto questionava sobre quais as opções de lazer para os jogadores Matheus, Gilmar e Marcos, que foram entrevistados juntos, Matheus expôs que, dentre outras coisas, joga pelada às vezes. A resposta me surpreendeu, uma vez que a prática de outras atividades, principalmente o futebol “informal”, digamos assim, não é vista com bons olhos pelo clube. Mesmo atuando por categorias de base, os atletas possuem uma rotina de alto rendimento, com treinos, competições, acompanhamento técnico e de saúde, pois um clube formador como o Nova Iguaçu depende da venda de talentos para se manter e o desgaste físico ou até uma lesão poderiam atrapalhar o desempenho dos jogadores. Assim explicou o então treinador Júlio Neres, de quem eu presenciei um sermão aos garotos no segundo dia de pesquisa de campo, como citado anteriormente, por descobrir que alguns jogavam pelada “às escondidas”. Na conversa, apenas Matheus admitiu com veemência, inclusive quando retruquei retoricamente, “você joga pelada?”. Marcos e Gilmar demonstraram receio inicialmente, porém, diante da postura firme do amigo em assumir que isso era habitual, Gilmar revelou praticar futevôlei, que é mais comum no Recreio dos Bandeirantes, onde reside, enquanto Marcos admitiu participar das peladas de várzea com o pai, em Miguel Couto, na periferia de Nova Iguaçu. De todo modo,

segundo a orientação técnica, qualquer prática esportiva fora dos treinos pode afetar o desempenho deles.

Em vista disso, julgo que essas respostas mais “ensaiadas”, “constrangidas” ou “desobedientes” dos atletas do NIFC resultam do *locus* em que a entrevista foi feita. Neste caso, a sede do clube como um lugar institucional, onde há regras e as condutas transgressoras podem ser mal vistas ou até punidas; ao mesmo tempo em que se trata, também, de um lugar que define a condição de “jogador” dos garotos, representando uma entidade (o próprio clube) e uma classe (atletas de futebol). Por incompreensão ou inexperiência para estabelecer uma metodologia, não previ as interferências do local das entrevistas nas reações dos garotos, até que o relato de Favret-Saada me provocou essas problematizações: “Embora, durante a pesquisa de campo, não soubesse o que estava fazendo, e tampouco o porquê, surpreendo-me hoje com a clareza das minhas escolhas metodológicas de então: tudo se passou como se tivesse tentado fazer da ‘participação’ um instrumento de conhecimento” (FAVRET-SAADA, 2005, p. 157). A identificação foi imediata. Para entender as diferenças, representações, lugares e conflitos na apreciação das entrevistas, eu deveria dialogar com a sociologia e os estudos culturais. Mas a etnografia foi o caminho viável para adentrar no campo e acessar os pontos de vistas dos pesquisados. Assim, me vali das referências de William Foote-Whyte para iniciar a observação. O diálogo que o autor registrou com seu informante Doc, em *Sociedade de Esquina* (2005), remonta às minhas transformações durante os encontros, cujas mudanças na abordagem aprimoraram o método de entrevistar.

No dia seguinte Doc interpretou a lição da noite anterior. "Bill, vá, devagar com esse palavreado de quem, que, por que, quando, onde. Você faz estas perguntas e as pessoas irão se calar diante de você. Se as pessoas o aceitam, você pode perambular por todo canto e a longo prazo vai ter as respostas que precisa sem fazer perguntas.

Descobri que ele estava certo. Na medida em que sentei e ouvi, obtive respostas para perguntas que nem teria feito se tivesse obtendo informações somente através de entrevistas. Naturalmente não abandonei de todo as perguntas. Aprendi apenas a avaliar a susceptibilidade da pergunta e o meu relacionamento com as pessoas de modo que só fazia perguntas em uma área sensível quando estava seguro de que meu relacionamento com a pessoa era sólido. (FOOTE-WHYTE, William. 2005, p. 303-304)

Como Foote-Whyte, cheguei a debater problemas que me intrigavam e situações casuais envolvendo o futebol com o meu companheiro (informante) e também com algumas fontes. Não sei bem ao certo o impacto que isso acarreta ao trabalho, mas a verdade é que essas discussões serviam como estratégia para manter uma presença proveitosa no campo de pesquisa. Na roda de conversa na escola, por exemplo, contei aos garotos que perdi a

emblemática exibição do hino da Champions League, antes do duelo entre o Paris Saint-Germain e Celtic, no estádio Parc de Princes, na capital francesa, em novembro de 2017. A oportuna viagem para um congresso acadêmico acabou me rendendo mais experiências com o meu objeto, tal qual a reação deste grupo: ficaram espantados, disseram que eu “vacilei” e meio que fui debochada por perder um acontecimento simbólico daquele espetáculo. Esta foi uma das vezes em que, durante as entrevistas, busquei mostrar minha aproximação com o universo do futebol, visando deixá-los mais à vontade com a minha presença e minimizar os efeitos do meu lugar institucional. Acredito que esta troca de ideias tenha sido o que Foote-Whyte considerou ser inerente ao padrão social e “que dificilmente alguém poderia participar sem se juntar à discussão” (FOOTE-WHYTE, 2005, p. 303). Só que, neste caso, participar não seria necessariamente viver o mesmo que os “nativos”, ou seja, uma observação-participante; mas integrar-se àquele meio com o mínimo de aceitação viável para continuar perscrutando as dialéticas do referido objeto. Portanto, as referências de Foote-Whyte foram valiosas para adentrar o campo de pesquisa, contudo, lidar com as variáveis nas bases, analisar e encontrar uma forma equilibrada de compreendê-las demandou um esforço interpretativo que se amparou, dentre outros, no pensamento de Clifford Geertz (1989).

É uma ciência estranha, cujas afirmativas mais marcantes são as que têm a base mais trêmula, na qual chegar a qualquer lugar com um assunto enfocado é intensificar a suspeita, a sua própria e a dos outros, de que você não o está encarando de maneira correta. Mas essa é que é a vida do etnógrafo, além de perseguir pessoas sutis com questões obtusas. (GEERTZ, 1989, p. 20)

Desde o início, a ideia de uma interpretação das culturas proposta pelo antropólogo norte-americano inspirou-me a lograr minha própria descrição densa, com a maior quantidade de detalhes que a tornassem substancialmente resolvida. Até que os desafios e alguns obstáculos começaram a surgir no processo. Sobre os desafios, um dos mais marcantes talvez tenha sido o fato d’eu ser uma pesquisadora mulher em um campo ainda muito masculinizado. Discutirei isso no próximo tópico, com mais profundidade, a partir de um relato pessoal da minha vivência. Os empecilhos, por sua vez, são sinônimos de um projeto político de sucateamento da ciência brasileira, que se agravou drasticamente nos últimos dois anos. Depois de superar o acesso ainda restritivo da pós-graduação *lato sensu*, dei de cara com o martírio de ter que pesquisar sem bolsa – em um aguerrido programa que resiste ante à escassez de verbas –, com limitações de tempo e logística nos períodos em que trabalhei para me manter e dispor de algum recurso para realizar esta produção acadêmica, além de encarar problemas de saúde mental desencadeados pelas turbulências de toda a situação.

Diante deste quadro, encarei as circunstâncias e iniciei a trajetória etnográfica que estava dentro das minhas possibilidades, buscando aproveitar ao máximo as oportunidades de diálogo com os garotos. Um exemplo disso foi a decisão de fazer entrevistas conjuntas com até três atletas do clube, devido às restrições de tempo e logística. Foi aí que comecei a sentir as dificuldades narradas por Geertz.

O que o etnógrafo enfrenta, de fato – a não ser quando (como deve fazer, naturalmente) está seguindo as rotinas mais automatizadas de coletar dados – é uma multiplicidade de estruturas conceptuais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e implícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar. E isso é verdade em todos os níveis de atividade do seu trabalho de campo, mesmo o mais rotineiro: entrevistar informantes, observar rituais, deduzir os termos de parentesco, traçar as linhas de propriedade, fazer o censo doméstico... escrever seu diário. Fazer a etnografia é como tentar ler (no sentido de "construir uma leitura de") um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado. (GEERTZ, 1989, p. 7).

Abertamente falando, notei que há um risco de a rotina etnográfica verter para uma automatização que afetasse a apuração dos dados, sobretudo se considerarmos os percalços aqui mencionados. Por acaso, a partir das entrevistas em conjunto, uma tática adotada também para superar os entraves do exercício etnográfico, pude constatar um contraponto categórico que marcou algumas respostas dos atletas do NIFC. Refiro-me apenas a eles porque a roda de conversa da escola foi o único momento que tive com os garotos do Jardim Nova Era, cujo formato da entrevista e o espaço foram distintos. Ao passo que, no CT do Nova Iguaçu, tornei-me uma figura conhecida para os atletas que me viam frequentando o local, interagindo, comparecendo aos jogos, fazendo perguntas ou fotografando. Depois de um tempo entrevistando, comecei a detectar os pontos relevantes: do mesmo jeito que a minha figura institucional fazia com que eles reproduzissem discursos de jogadores profissionais, também enfatizava os contrastes nas relações que cada um tinha com o futebol, desconstruindo uma ideia até certo ponto preconceituosa, de que eles têm uma visão “homogênea” do futebol – seja por ceder à influência de pensamentos reducionistas ou por subestimar a criticidade devido à pouca idade dos jogadores.

Outra questão é que esses diálogos conjuntos demarcavam as diferenças na forma de se expressar dos garotos, de modo que a facilidade de uns para expor o que pensam e a capacidade de articulação das ideias, interferiam nas respostas dos outros. Isso ficou evidenciado quando havia uma concordância total ou repetição de falas e também na condensação de uma resposta a partir de outra que tinha sido dada. Sinto ainda que houve, em algum grau, inibição por parte

de alguns atletas ante uma “postura mais segura” de seus companheiros de clube, deixando as falas mais “imprecisas” ou “genéricas”. Vejamos o caso da conversa com o zagueiro Vinícius Rodrigues Anjos, do Sub-17\*<sup>41</sup>, e do meio-campista Lucas da Silva Araújo, que integra a equipe do Sub-16 neste ano, porém, já atua com o grupo da categoria acima. As perguntas eram as mesmas para ambos, porém, com a ordem alternada entre quem começava respondendo, a fim de obter opiniões espontâneas e menos referenciadas na fala do outro. No trecho abaixo, o Lucas foi o primeiro a ser interpelado.

**[Mellyna] O que é que você espera que o futebol proporcione para você?** Como eu já disse, tudo do bom e do melhor. Como sempre, eu saio de casa com o objetivo de sempre querer o melhor pra minha vida. Sempre num dia após o outro, sempre melhor. E ser um jogador de alto nível, buscar coisas grandes no mundo do futebol.

**Se você virar um jogador famoso, o que você pode ter, materialmente falando?**

Eu... Bastante restaurantes no meu nome, eu ia fazer várias propagandas, várias casas, muitas coisas.

**Tem algum sonho de consumo que você imagina que só o futebol pode te dar, uma carreira de sucesso no futebol?**

Tenho bastante. Casas, veículos, as coisas que eu gosto. Moto, carro, as casas bem bonitas, aquelas casas com piscina, campo de futebol... Tênis, tudo, ia gostar à beça.

**Isso ia mudar a tua vida hoje e a vida da tua família?**

Isso, bastante. (LUCAS, 16 ANOS)

Ao emendar o questionamento, Vinícius, que estava lesionado na época e ia ao clube apenas para fazer acompanhamento médico, foi mais coeso e pragmático na argumentação, como o fez em vários momentos da entrevista.

**[Mellyna] E você, Vinícius? O que você mais espera que o futebol te proporcione?**

Acho que, primeiramente, o futebol me proporcionou muitas coisas já, né? Porque desde pequeno a gente aprende a correr atrás... Porque a gente tá jogando, aí uma hora a gente não tá jogando, aí aprende a correr atrás, aprender a trabalhar e tal. Mas como você falou, materialmente, eu acho que a carreira de futebol também não dura pra vida toda, né? A gente pode se aposentar com 30, 30 e poucos anos, e pode abrir portas pra outras coisas. Mas em relação a [materialidade]... Eu tenho o sonho de criar uma marca, uma marca de roupa, e ter um armário enorme na minha casa, com muita roupa, muita roupa! Muita camisa, muito boné, muito tênis... Tudo isso! (VINÍCIUS, 17 ANOS)

Não há um padrão na forma de responder ou nas próprias respostas. As variações dos modos de falar ou concatenar argumentos não tiveram relação direta com a idade. Havia, sim, uma

---

<sup>41</sup> A entrevista foi realizada em maio de 2018, no entanto, o zagueiro faz parte do grupo que foi Sub-16 em 2017, subindo de categoria no ano em questão.

tendência entre os garotos quem possuem melhores condições financeiras serem mais críticos e articularem melhor as ideias. Entretanto, ressalto que não os entrevistei mais de uma vez ou fora daquele ambiente para comparar eventuais mudanças nas ideias, no jeito de responder, etc. Ou seja, ainda que eu tenha angariado um volume significativo de fontes, não posso afirmar que tais diferenças seriam reforçadas em novos diálogos. Contudo, acredito que a observação seja um aspecto robusto para avalizar as impressões.

O etnógrafo “inscreve” o discurso social: ele o anota. Ao fazê-lo, ele o transforma de acontecimento passado, que existe apenas em seu próprio momento de ocorrência, em um relato, que existe em sua inscrição e que pode ser consultado novamente. Paul Ricoeur [...] pergunta, “o que a escrita fixa?” [...] o que escrevemos é o *noema* (“pensamento”, “conteúdo”, “substância”) do falar. É o significado do acontecimento de falar, não o acontecimento como acontecimento. [...] o que inscrevemos (ou tentamos fazê-lo) não é o discurso social bruto ao qual não somos atores, não temos acesso direto a não ser marginalmente, ou muito especialmente, mas apenas àquela pequena parte dele que os nossos informantes nos podem levar a compreender. [...] A análise cultural é (ou deveria ser) uma adivinhação dos significados, uma avaliação das conjecturas e não a descoberta do Continente do Significado e o mapeamento da sua paisagem incorporada. (GEERTZ, 1989, p. 14).

Abro um parêntese aqui para acentuar que, apesar de apresentar resultados e acreditar na validação deste trabalho, a “escolha” por esse percurso metodológico passa pela difícil realidade de se fazer pesquisa no país, agravada pelas escassas e fundamentais bolsas de fomento (no meu caso, ausência total). Não podemos incorrer na ‘romantização’ dos percalços, endossando um discurso de sacralização do martírio científico, principalmente neste momento em que o Estado, na figura de um governo ilegítimo, corta investimentos para vilipendiar a universidade pública brasileira. Nesta conjuntura, um esforço hercúleo, por vezes descomunal, diz mais sobre a precarização das condições para produzir saberes, do que sobre uma casta de acadêmicos, cujos níveis de excelência tentamos exasperadamente alcançar. Por fim, a condição *sine qua non* de realizar entrevistas conjuntas fez com que eu investisse em maneiras diferentes de perguntar, de acordo com cada experiência. Considerando que o critério para escolher os entrevistados da vez foi pela disponibilidade e ineditismo, os diálogos conjuntos permitiram visualizar os contrastes nas condições de vida dos atletas do NIFC – em contrapartida às realidades dos garotos do Jardim Nova Era, que eram bem mais próximas.

Os jogadores Vinícius e Lucas são um exemplo dessa disparidade social. Quando questionados sobre as condições financeiras da família, o meio-campista demonstrou mais certeza sobre a informação. “O que eles ganham dá pra gente se manter. Meu pai ganha mil e minha mãe também ganha mil”, revelou Lucas, ao explicar que o pai trabalha consertando pneus e a mãe faz limpeza em bancos. A família mora na região periférica da Pavuna, próximo a São



João de Meriti. Já o zagueiro Vinícius, que reside no centro de Nova Iguaçu, área valorizada do município, mora com o pai, mãe e mais três irmãos. Mesmo sem ter uma noção precisa da renda familiar – acredita que seja em torno de R\$ 5 mil –, diz levar uma vida confortável. “Meu pai é advogado e minha mãe é designer. E eles conseguem manter uma vida boa, nunca faltou nada em casa. Eles trabalham bastante e é isso. Todo mundo tem... Cada um faz a sua parte dentro de casa e a gente consegue se manter”, conta.

Por certo, as desigualdades sociais entre os atletas de um mesmo time não são incomuns. Há anos que o futebol arregimenta jovens de diversos territórios do país, a maioria pobres, em busca do sonho de se tornarem jogadores profissionais. O cruzamento dessas realidades não haveria de ser uma exceção no NIFC. Todavia, essas disparidades reforçam a compreensão de que há um movimento acerca do consumo o qual cabe ser interpretado como fenômeno e seus desdobramentos. No entanto, a antropologia interpretativa de Geertz não é definitiva para refletir sobre este *corpus* e nem a descrição densa poderia ser resolvida, pois, como o antropólogo afirma, “por definição, somente um "nativo" faz a interpretação em primeira mão: é a sua cultura” (GEERTZ, 1989, p. 11).

Para seguir na discussão sobre o exercício etnográfico, é indispensável apontar a guinada que a pesquisa sofreu, despertando em mim uma nova perspectiva sobre o objeto. Isso aconteceu após a despretensiosa roda de conversa na Escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina, quando surgiram diferenças para além das que existiam entre os jogadores do Nova Iguaçu e que resultou na problematização da metodologia escolhida inicialmente. Considero que a ocasião foi muito significativa para me ater somente ao campo que vinha perscrutando (os jogadores do clube), apesar de não haver tempo razoável para aprofundar-me naquele contexto. No entanto, mesmo requerendo uma dedicação extra, avaliei que complexificar essas informações seria enriquecedor, pois, além de haver alunos que são, foram e almejam tornar-se atletas do NIFC, a experiência foi propícia para refletir sobre questões pertinentes àquele universo de aspirantes a jogadores profissionais que vivem/jogam na Baixada e que não tinham sido, até então, levantadas pelo campo. Possivelmente, esta reação é fruto da espontaneidade da roda de conversa, somado ao interesse estimulado por se tratar de uma situação inusitada na escola e, especialmente, pelo ambiente “não-institucional” de uma sala de aula reservada para dialogar à vontade sobre futebol.

O trecho do diálogo em que os garotos do Jardim Nova Era expressam seus desejos e sonhos se vierem a se tornarem jogadores profissionais de grande sucesso, citado no capítulo anterior, foi quando comecei a compreender a proporção do impacto da realidade deles nas

análises empíricas. Como disse antes, as desigualdades sociais já haviam sido evidenciadas pelos atletas do NIFC, mesmo que alguns deles tenham feito de maneira “mais polida”. Na roda de conversa houve um escancaramento de situações invisibilizadas nas respostas de tom mais institucional dos entrevistados do clube. Diante dos mesmos questionamentos, os garotos do Jardim Nova Era expuseram de forma peremptória as adversidades da carreira de jogador de futebol, sendo que, certamente, o contexto deve ser semelhante também aos garotos do NIFC. Foram mencionadas “panelinhas” e uma espécie de “suborno” para que alguns garotos sejam testados. “Tu joga 15 minutinhos, eles jogam os 60 minutos todos por causa que paga pra ir. Porque tem dinheiro mesmo. Aí desanima”, desabafou o zagueiro Lucas Souza. É válido notar que as declarações partiram justamente de garotos que, à época, não carregavam o “peso” de serem federados a alguma instituição.

A reflexão sobre a metodologia utilizada me ajudou a alcançar um entendimento mais completo sobre as diferentes relações de consumo por garotos de um determinado território. A experiência no Jardim Nova Era também permitiu que a reflexão sobre as entrevistas tivesse uma interpretação mais ampla e crítica, possibilitando um debate que considero bem mais engrandecedor. Ao discutir questões ligadas à estética da juventude marginalizada, que se apropria da rua como um “território libertário”, identifiquei semelhanças entre o trabalho de Gustavo Coelho (2016) sobre o pixo e a minha prática de pesquisa com os garotos da Baixada, sejam do Nova Iguaçu Futebol Clube ou do Jardim Nova Era, na periferia iguaçuana. Para lidar com os jovens que são “agentes sociais” do seu objeto, Coelho cita Bauman e Maffesoli ao sustentar que uma epistemologia “do sensível” é mais viável que a dogmática lógica da “atribuição de sentidos”, além de ser mais próxima à realidade pesquisada.

A experiência, seja ela qual for, encerra uma potencialidade cognitiva. A demarcação pode ser uma noção peculiar à política, à moral ou a certa forma de ciência – mas não serve, de modo algum, para a definição do conhecimento. (COELHO apud MAFFESOLI, 2007, p. 199)

Estamos também aprendendo a viver com a revelação de que não se pode articular tudo o que se sabe, e de que compreender – saber como proceder – nem sempre requer a disponibilidade de um preceito verbalizado (COELHO apud BAUMAN, 1998, P. 208)

Inspirada na crítica de Jeanne Favret-Saada, acredito que a ciência – a despeito do desmonte que vivemos no Brasil desde o impeachment da presidenta Dilma Rousseff (PT) – tem todas as condições de avançar metodologicamente, sem comprometer a chancela de produção de conhecimento. “É – parece-me – urgente, reabilitar a velha “sensibilidade”, visto

que estamos mais bem equipados para abordá-la do que os filósofos do século XVII” (FAVRET-SAADA, 2005, p. 155-161). Logo, me pergunto como é possível, em pleno século XXI, considerar uma produção de conhecimento subserviente ao etnocentrismo europeu, dos antropólogos folcloristas, africanistas ou funcionalistas, em um tempo de exaltação e crescimento da Ecologia dos Saberes (Epistemologias do Sul) e estudos decoloniais? Ainda que a maioria das referências venha do ocidente, é fundamental salvaguardar os olhares e perspectivas de quem, historicamente, sempre foi colocado como mero objeto ou fonte de produção de um conhecimento único e verticalizado. “Neste momento já outro paradigma se desenha muito provavelmente no horizonte científico e o processo em que ele surge e se impõe constitui a revolução científica e a ciência que se faz ao serviço deste objectivo é a ciência revolucionária”. (SANTOS, p. 152, 1989)

Ao ouvir de um garoto que ele tem o direito de “não ser humilde” e fazer o que bem entender com o hipotético dinheiro conquistado da ascensão social a partir do futebol, por tudo que ele sofreu para “chegar lá”, é adequado ponderar o que está além do debate sobre consumo e representação: as raras oportunidades de se mover dentro da estrutura capitalista hegemonicamente desigual. Portanto, mesmo que as marcas cultivem este imaginário através de campanhas agressivas de marketing voltadas para despertar o desejo em milhões de aspirantes a jogadores profissionais de futebol em todo o planeta, há que se considerar as múltiplas interpretações para o “menor gesto humano” (TRAVANCAS, 2014, p. 20).

Já faz muito tempo que se vem estudando em outras sociedades as inversões discretas e no entanto fundamentais ali provocadas pelo consumo. Assim o espetacular sucesso da colonização espanhola no seio das etnias indígenas foi alterado pelo uso que dela se fazia: mesmo subjugados, ou até consentindo, muitas vezes esses indígenas usavam as leis, as práticas ou as representações, que lhes eram impostas pela força ou pela sedução, para outros fins que não eram os dos conquistadores. Faziam com elas outras coisas: subvertiam-nas a partir de dentro – não rejeitando-as ou transformando-as (isto acontecia também), mas por cem maneiras a empregá-las a serviço de regras, costumes ou convicções estranhas à colonização da qual não podiam fugir. Eles metaforizavam a ordem dominante: faziam-na funcionar em outro registro. Permaneciam outros no interior do sistema que assimilavam e que os assimilava exteriormente. Modificavam-no sem deixá-lo. Procedimentos de consumo organizavam a sua diferença no próprio espaço organizado pelo ocupante. (CERTEAU, 1996, p. 94-95)

Cabe a nós, que recorremos à metodologia da observação para fazer pesquisa, problematizar o *status* liberal da antropologia, já revelado na “*crise de conscience*” de James Clifford (CLIFFORD, 1998, p. 18), pois, “o desenvolvimento da ciência etnográfica não pode, em última análise, ser compreendido separado de um debate político-epistemológico mais geral sobre a escrita e a representação da alteridade”. (CLIFFORD, 1998, p. 20).

### 3.2. Notas sobre vivências epistemológicas feministas no campo “deles”

No campo das ciências sociais, a produção científica sobre o futebol brasileiro começou a se consolidar com a obra *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*, de Roberto DaMatta, publicada em 1982. “Até a década de 1980, grosso modo, dominava uma perspectiva crítica, influenciada pelo marxismo e também pela Escola de Frankfurt, que considerava o futebol uma variante do ópio dos povos” (LOVISOLO, 2011, p. 11). Na publicação, o antropólogo justifica que a importância desse esporte em nosso país transcende a esfera do entretenimento, pois estaria incluído no meio da ordem social. “O futebol seria popular no Brasil porque permite expressar uma série de problemas nacionais, alternando percepção e elaboração intelectual com emoções e sentimentos concretamente sentidos e vividos” (DaMATTa, 1982, p. 40).

Trago esses dois fragmentos para exemplificar o que a história nos revela: o empirismo nas ciências sociais foi majoritariamente ditado por homens, desde a forma de citar referências –utilizando apenas o sobrenome – às titulações semanticamente masculinas, por exemplo, os “cânones” acadêmicos. Os próprios estudos culturais, que propõem perspectivas mais amplas que a sociologia e a antropologia, têm como principais fontes Stuart Hall, Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero, etc. Isso fica ainda mais evidente quando se trata de um objeto de estudo tão masculinizado quanto o futebol, ainda que uma das maiores autoridades do país nesse campo seja mulher: a antropóloga Simoni Lahud Guedes, que atua no Departamento de Antropologia da Universidade Federal Fluminense. Apesar de muitos considerarem a pesquisadora como a maior referência na área, cujo marco é a sua dissertação de mestrado *O futebol brasileiro: instituição zero*<sup>42</sup> (1977), as figuras de DaMatta, do jornalista Mário Filho e outros nomes masculinos são mais popularizados na literatura acadêmica sobre o futebol. Por outro lado, vivenciei questões paradigmáticas que vão além dos dilemas habituais do trabalho etnográfico. Pesquisar um objeto imerso em um campo de predominância (ainda) masculina requer o que convencionei chamar de “estratégias metodológicas” para viabilizar o fazer científico enquanto mulher e feminista.

O fato d’eu ser uma das pouquíssimas mulheres no espaço do clube e a única a acessar e acompanhar os treinos dentro do gramado, e na condição de pesquisadora, demandou um

---

<sup>42</sup> A dissertação realizada pelo Museu Nacional (UFRJ) resultou no livro *O Brasil no campo de futebol: Estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro*, publicado em 1998, pela Eduff.

posicionamento específico, que certamente não foi imprescindível às centenas de pesquisadores do futebol. Para (re)adentrar em um ambiente de futebol, utilizei d’algumas das táticas que usava nos tempos de repórter esportiva: apresentação, reconhecimento do território, aproximação, delimitação, posicionamento e entrevista. Esses métodos ajudaram a organizar de forma sistêmica o meu trabalho de campo e evitam, na medida do possível, a sexualização da minha figura. Essa medida foi uma maneira que encontrei para facilitar a realização deste trabalho, já que a condição de mulher pode ser uma barreira. Em suas pesquisas, Silvana Goellner confirma que:

O apelo à beleza das jogadoras e a erotização de seus corpos tem como um dos pilares de sustentação o argumento de que, se as moças forem atraente, atrairão público aos estádios e, portanto, ampliarão os recursos captados com os jogos, propagandas, produtos e serviços a girar em torno da modalidade. (GOELLNER, 2005)

Entretanto, esta não é uma situação restrita ao futebol feminino. Na minha vivência no universo esportivo, pude constatar pessoalmente circunstâncias semelhantes enquanto repórter e com colegas de jornalismo, pesquisadoras, torcedoras, etc. Além disso, ao longo do trabalho de campo fui questionada inúmeras vezes sobre ter escolhido um objeto focado no futebol masculino em vez do feminino. Oras, eu me considero não só uma profunda admiradora como militante em defesa do fortalecimento da prática feminina no país, que ainda caminha em ritmo letárgico graças à indolência da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e os demais clubes desportivos em geral. Não há como desprezar que esse tipo de direcionamento esteja atravessado por um prejulgamento sobre a minha capacidade de desenvolver a temática com aptidão, disfarçado de boa vontade para com um segmento do futebol que ainda é culturalmente negligenciado pelos meios de comunicação, “cartolas”<sup>43</sup>, torcida e o próprio capital.

Apesar de estar cada vez mais presente, a mulher ainda causa estranhamento aos homens nesse meio, mesmo eles ocupando uma posição de conforto por serem maioria. Por isso, além da minha apresentação formal e dos meus objetivos para com aquele grupo, é indispensável durante a presença no clube demarcar a atuação e as relações que terei com o meu objeto. O reconhecimento do campo (neste caso, científico) se dá pela identificação dos sujeitos, fontes e informantes, e o do próprio território em que a pesquisa será desenvolvida. A partir daí é

---

<sup>43</sup> O termo “cartola”, da forma em que está empregado no texto, é uma expressão popular da linguagem futebolística, que se refere a diretores, dirigentes ou presidentes de clubes de futebol.

possível ter uma aproximação de fato e os contatos básicos para realizar entrevistas e outras metodologias convencionais.

O posicionamento diz respeito ao meu lugar dentro daquela ambiência. Por ser mulher, os gestos, o lugar de onde observo os treinos e jogos, os momentos em que peguei a câmera para registrar lances interessantes, a abordagem aos jogadores e até a maneira como visto são previamente pensadas para que a função ali desempenhada por mim não seja alvo de uma interpretação errônea, que me impeça de seguir desenvolvendo o trabalho. Não seria isto uma forma de render-se às pressões da misoginia, pois a assiduidade no clube poderia ser confundida com o papel de “olheira”, uma agente infiltrada para observar a instituição ou cooptar jogadores. Mas também, pode ser considerada uma estratégia de sobrevivência e blindagem à minha credibilidade, em um campo (ainda) dominado por homens. Citando a pesquisadora Leda Costa<sup>44</sup>, editora-chefe da Revista Esporte e Sociedade:

Que o esporte e o jornalismo esportivo se tornem mais democráticos e menos resistentes a importantes transformações que têm sido gestadas nos últimos tempos. E para que isso seja possível, é importante que continuemos a falar e contestar todas as formas de preconceito que ainda são notáveis no campo esportivo<sup>45</sup>. (COSTA, 2018)

Há que se reconhecer que o futebol é um dos campos de disputa que mais concentra machismo e misoginia. Mas também há que admitir-se os avanços conquistados por força de muita insistência e empenho das mulheres que, diuturnamente, lutam por seus lugares de fala, em qualquer que sejam os ‘campos’. Por isso, a opção de analisar o futebol na categoria masculina em vez da feminina é, ao mesmo tempo, um ato de resistência e de busca pela amplificação das vozes de mulheres nesta área. É disputar o reconhecimento da legitimidade e potência para produzir saberes neste campo das ciências sociais, dando visibilidade às tensões de gênero que também abrangem esta seara do futebol, como acontece no jornalismo esportivo e no próprio esporte, pois, o machismo segue sendo estrutural em toda sociedade.

Obviamente a história da mulher no Brasil e no mundo não é contada apenas por conquistas e avanços, mas é retratada por retrocessos, conflitos, lutas e mortes. Todos estes fatos, inclusive os atuais, ajudam a compreender que todos os dias, em qualquer

---

<sup>44</sup> Leda Costa atua em três grupos de pesquisa na área: Núcleo de Estudos e Pesquisas Sobre Esporte da UFF (NEPESS); Esporte e Cultura da Faculdade de Comunicação da Uerj, e do Sport-Laboratório de História do Esporte e do Lazer da UFRJ.

<sup>45</sup> Trecho do artigo *Ainda sobre machismo, futebol e jornalismo esportivo*, publicado em 21 de março de 2018, no blog Comunicação, Esporte e Cultura, administrado pelo Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME), da Uerj. Disponível em: <<https://comunicacaoesporte.com/2018/03/21/ainda-sobre-machismo-futebol-e-jornalismo-esportivo/>> Acessado em: 31 de jul de 2018.

lugar do mundo ou em qualquer momento da história, as mulheres lutaram e ainda lutam por seus espaços, seus direitos e sua igualdade de oportunidade para viver com liberdade, a mesma proporcionada aos homens durante o decorrer da história. (AGGIO, 2015)

Claro que o fazer científico não é exclusivo de métodos. Os próprios cânones tiveram e têm suas diferenças nos respectivos exercícios epistemológicos. Portanto, nem todas as mulheres irão se valer das mesmas táticas e estratégias na realização de uma pesquisa sobre o futebol e outros campos de prevalência masculina. É preciso haver um equilíbrio entre a tentativa de ruptura de padrões acadêmicos unilaterais e o risco de ser enquadrada numa outra padronização, que nos sujeite a ficar refém de uma “metodologia da oprimida”. O caráter experimental e pessoal aqui relatado é uma alternativa à conveniente naturalização do machismo acadêmico e patriarcalização histórica do *modus operandi* empírico: um enfrentamento em defesa da pluralização de vozes nas ciências sociais.

#### 4. REFLEXÕES

*“...Para o diabo vá a razão quando o futebol invade o coração”*

- Carlos Drummond de Andrade -

Uma das frases que mais ouvi dos professores do PPCULT quando não tinha começado as “idas ao campo” (literalmente, nos dois sentidos) era de que eu precisava ir de fato ao “campo” e tentar me desprender mais do que foi apresentado no escopo do projeto, pois ali estava apenas uma preliminar do que eu pretendia compreender. Além disso, o aprisionamento às primeiras ideias poderia prejudicar as inúmeras possibilidades de reflexões e olhares para o meu objeto. Então, passei por uma “desintoxicação” de respostas prontas, que desconfigurariam todo o sentido de “pesquisa”. Este processo penoso levou-me, inclusive, a evitar escrever e falar sobre o objeto em eventos científicos, no intuito de minimizar os efeitos das referências que trazemos consigo para qualquer que seja a produção intelectual ou criativa, até debutar no trabalho de campo e durante o mesmo. Certamente, foi útil para chegar a essas considerações.

Convém explicitar que a ideia inicial do projeto era a de que o “fenômeno da ostentação” no futebol referia-se a uma cultura de consumo de marcas, que produziam um sentido de “estratégia de mobilidade social”: os garotos deixaram de compreender o futebol como um esporte, fortemente estimulado para o gênero masculino, para enxergá-lo como a representação de um “imaginário de sucesso” construído por meio de “símbolos” – dentre os quais, as marcas Adidas e Nike –, que são “apropriados” pelos atletas da Baixada já no início de suas carreiras. Porém, comecei a constatar fragilidades no argumento de abandono total de um sentido (“deixaram de compreender o futebol como um esporte”), após reconhecer que há uma certa “reincidência” no desenvolvimento do convívio social na infância e na própria iniciação ao esporte (que também funciona como meio de sociabilidade) no Brasil. Genericamente falando, é comum que crianças do sexo masculino sejam direcionadas quase que em modo automático para o futebol, cujo caráter identitário (ainda) é muito enraizado no país, o que gera uma “naturalização” da empatia pela modalidade. Logo, ignorar esse contexto acarretaria o risco de esvaziamento da análise.

Sendo assim, minhas hipóteses passaram a concentrar-se em: 1) os jogadores do NIFC e do Jardim Nova Era vislumbravam mais o *status* de “jogadores-celebridades” do que atingir o patamar de “grande jogador de futebol”, do ponto de vista técnico; 2) o “fenômeno da ostentação” estava ganhando contornos de “tendência” em um determinado recorte de tempo,



independente da idade, classe ou raça, explicado por fatores sociais. Tais percepções foram reverberadas pelos relatos do meu companheiro, no seu lugar de informante: segundo ele, nas turmas de iniciação esportiva do Sesc Nova Iguaçu, com faixa etária entre 7 e 10 anos, as aulas de futebol eram as preferidas de crianças do sexo masculino. Todavia, o que chamava atenção eram as referências de moda (incluindo aí predominância de chuteiras e uniformes da Adidas e Nike) e comportamentos “viciados” do futebol profissional, como simulações, os populares “migué” (enrolação) e “fominha” (egoísmo) no passe da bola, irritabilidade aflorada e predisposição a brigar; reclamações exageradas, a necessidade de chamar atenção, o questionamento de autoridade em tom de desrespeito, machismo, etc. De maneira geral, uma inclinação a extrapolar limites da razoabilidade para a convivência social. Vale ressaltar que esse mesmo conjunto de comportamentos era observado nas turmas de futsal (uma variação do futebol), com faixa etária de 11 a 14 anos, com predominância também de meninos. Por outro lado, nos demais esportes, a postura dos alunos da iniciação esportiva se mostrava menos “arredia” – não no sentido de “domesticação”: eles eram mais sociáveis, curiosos, com maior senso de coletividade, menos agressivos, se dispunham mais a aprender e colaborar com o outro, aceitavam melhor as críticas, reproduziam menos preconceitos e xingamentos. Eram crianças mais espontâneas com uma maturidade condizente com a respectiva fase da infância.

No meu entendimento prévio, os comportamentos narrados pelo informante e o desejo por um estilo de vida assentado na ostentação, seja de bens ou de produtos, estão correlacionados: ambos se constituem como “símbolos” da representação que o futebol profissional tinha para os atletas da Baixada e que por eles são reproduzidos e/ou apropriados. Isto é, a lógica para os garotos replicarem condutas comuns aos jogadores profissionais – mas que não o faziam com outros esportes – era a mesma para o consumo, onde eles adquiriam ou desejavam aqueles símbolos que o futebol profissional representava. Outro fator que respalda esta interpretação é o fato de que poucos entrevistados demonstraram um interesse espontâneo de atuar na seleção brasileira, enquanto expressavam o desejo quase que unânime e imediato de jogar nos midiáticos clubes europeus, onde atuam a maioria dos jogadores-celebridade: Neymar, Cristiano Ronaldo, Messi, Daniel Alves, Kylian Mbappé, etc. Para o grupo pesquisado, o sonho de se tornar um grande craque, representar o país, virar “herói” ou “ídolo”, ganhar uma Copa do Mundo (um discurso, historicamente, sempre muito potencializado por jogadores), teve o sentido minimizado perante possibilidades mais atrativas que o futebol

passou a significar para eles. Talvez o “imediatismo”<sup>46</sup> corriqueiramente atribuído à *geração Z* – nascidos de 1995 a 2010, a qual pertencem os garotos da Baixada –, e que levou o senso comum a tratá-los como “geração mimada”, corrobore com essa “idealização” da carreira de jogador de futebol de alto nível, um pouco mais distanciada do pensamento predominante em outras épocas. É conveniente alertar que, devido a orientação metodológica que optei por seguir, o debate sobre “geração” não foi perscrutado neste trabalho.

Enfim, durante as discussões epistemológicas para aprimorar a definição do meu objeto, fui aconselhada a declinar da ideia de “estratégia de mobilidade social” e sua relação com as práticas de consumo. Contudo, foram justamente as idas ao campo que me fizeram ratificar a existência de alguma ligação entre as questões. Não cabia deduzir que os garotos ressignificaram absolutamente o futebol para o “fenômeno da ostentação”, ao ponto de sobrepor a concepção de esporte que o mesmo tem – ainda que possivelmente seja o esporte que mais ultrapasse os limites da própria ideia clássica de “esporte” –, subestimando seu cunho identitário, tão entranhado na cultura popular deste e de outros países. Destarte, o consumo de grandes marcas esportivas, como a Adidas e Nike, e a possibilidade de aquisição de bens são “simbólicos” para os garotos da Baixada, pois representam o “anseio de uma mobilidade social” a partir do futebol. Isto se reflete nos discursos dos garotos entrevistados quando falam do “sonho” que é se tornar jogador profissional e os “microsonhos” dentro do objetivo maior: dar uma casa própria para a mãe, morar em um lugar melhor e ter um guarda-roupas cheio de produtos. Nesse caso, é coerente olhar para este quadro como uma “manobra de aproximação” para uma realidade que os garotos perseguem enquanto treinam, e considerar que o “imaginário de sucesso” está mais para “fim”, caso os aspirantes sejam exitosos como jogadores profissionais, do que “meio”. Prova disso está nas preferências distintas da maioria dos entrevistados: enquanto Neymar e Daniel Alves eram os principais parâmetros de estilo de moda – e conseqüentemente de vida –, inúmeros outros jogadores eram “ídolos” pela referência em qualidade técnica e nos quais aqueles jovens atletas se espelhavam.

Seguir este raciocínio é também uma maneira de renunciar preconceitos que desconhecia, já que as hipóteses no preâmbulo da investigação partiam de uma ideia involuntária de “futebol raiz”, baseada num espectro machista (o qual repudio), de que há um jeito “certo” de jogar futebol, desconsiderando as transformações socioculturais que afetam

---

<sup>46</sup> Ainda que não tenha me aprofundado nas discussões sobre o conceito de geração, o “imediatismo” foi amplamente citado nos textos que pesquisei sobre a Geração Z. Ver mais em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/38516548.pdf>> Acessado em: 27 de jul de 2018.

esse e outros esportes. Na internet, há alguns perfis em redes sociais que difundem essa ideia sob a prerrogativa da “zueira”, utilizando-se de um apelo nostálgico para moldar opiniões e exercer influência sobre os aficionados por futebol – eu, incluída<sup>47</sup>. Dentre os exemplos, o “Cenas Lamentáveis” e o “Manual do Jogador Ruim”, os quais fazem uma ode ao futebol dos anos 1990 e tratam-no como modelo para estilo de moda, comportamento, jogo e relações sociais “aceitáveis” para este universo. O prejulgamento feito por esses perfis e inadvertidamente reproduzido por mim, desabona a capacidade crítica desses atletas, como se não pudesse haver uma justificativa lúcida para escolherem o que consumir, principalmente em se tratando de chuteiras, que funcionam como item de necessidade básica para jogar no campo. Do mesmo modo que a contemporânea predileção por chuteiras coloridas não deve ser generalizada, pois há critérios elencados pelos garotos, por exemplo, conforto e visibilidade (técnica ou representativa) dentro do gramado. Tampouco é razoável presumir que a idade ou classe social são suficientes para classificá-los como meros “consumidores dominados”, numa visão imersa no pensamento gramsciano, que precipitadamente especulei.

Reflico que ainda é plausível trabalhar o termo “ostentação” para argumentar a potencialização dos símbolos de prestígio, status e diferença que as transformações socioculturais acarretaram à representação do futebol. No entanto, percebo que é preciso cautela para elucubrar as minhas impressões na observação do fenômeno de consumo de produtos da Adidas e Nike, em virtude das variações de faixa etária, raça, classe social dos garotos que jogam e/ou são da Baixada; e da alteridade que a palavra “ostentação” suscita quando relacionada diretamente aos jogadores-celebridade, sujeitos sociais protagonistas do “imaginário de sucesso”. Saliento que a realização de um levantamento quantitativo sobre a interação dos garotos com as marcas Adidas e Nike nas redes sociais, aventado por mim inicialmente, não se mostrou exequível – inclusive pelas condições em que a pesquisa foi feita. O que não veio a ser um infortúnio, dada a metodologia utilizada para compreender as questões.

Inspirada na dialética multidisciplinar de Canclini (1996) e consciente de que não há uma teoria sociocultural do consumo absoluta, a análise das observações, incluindo as especificidades dos relatos, foi elaborada a partir de pontos de confluência das informações obtidas. Esse recurso me possibilitou assentir o afeto presente nesta experiência etnográfica e ponderar os aspectos mais sensíveis, que podem ser traduzidos no desabafo de Yan Barbosa,

---

<sup>47</sup> Admitir e se desprender dessas referências, por recomendação da banca de qualificação da pesquisa, foi fundamental para atentar sobre tratamento que estava dando ao meu objeto.

aluno da Escola Prof<sup>a</sup> Leopoldina Machado Barbosa de Barros, ex-jogador do NIFC e cria do Jardim Nova Era: “Tudo que o cara passa pra chegar até lá”. A afirmação dita em um dos últimos momentos do exercício antropológico foi determinante para constatar a linha tênue entre o lugar de onde o entendimento de “ostentação” parte (pesquisadora) e os sujeitos que compõem o objeto (pesquisados). Na tessitura de uma vida marcada pela pobreza que contempla boa parte desses garotos, convém pesar as realidades deles e de suas famílias em uma balança mais equilibrada, a fim de evitar uma ideia pejorativa, estigmatizada e presunçosa sobre o fato observado.

Outrossim, enfatizo que os apontamentos aqui reunidos fazem sentido para a Baixada Fluminense e qualquer ilação com estas hipóteses sobre outros territórios podem revelar outros resultados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGGIO, Marina Toscano. *O olhar feminino sobre o futebol: das questões de gênero à reestruturação do habitus no interior da escola*. Dissertação de Mestrado. São Paulo, Centro Universitário de Araraquara, 2005.

BACCEGA, Maria Aparecida. *Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo*. In: CARRASCOZA, João A.; ROCHA, Rose de M. *Consumo midiático e culturas da convergência*. São Paulo: Miró Editorial, 2011. p. 26-44.

BANDEIRA, Lourdes. *A contribuição da crítica feminista à ciência*. In:\_\_\_\_\_. *Revista de Estudos Feministas*, Florianópolis, vol. 16, n. 1, p. 207-228, jan./abr. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v16n1/a20v16n1.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

BARBERO, Jesus Martin. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

BARRETO, Alessandra. *Um olhar sobre a Baixada: usos e representações sobre o poder local e seus atores*. In:\_\_\_\_\_. *Campos*, Universidade Federal de Uberlândia, 5 (2), p. 45-64, 2004.

BARTH, Fredrik. *O Guru, o iniciador e outras variações antropológicas*. LASK, Tomke (org.). Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para Consumo*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Dinah Quesada et. al. *Consumo e cultura. Modos de ser e viver a contemporaneidade*. *Revista Educação, Sociedade e Culturas*, Porto, n. 42, p. 87-109, 2014.

BOURDIEU, Pierre. *A Miséria do mundo*. Com contribuições de A. Accardo et. al. 7ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

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

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

BROHM, Jean-Marie. *Sociología política del deporte*. Ciudad del México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

CALABRE, Lia. *A participação do rádio no cotidiano da sociedade brasileira (1923-1960)*. In:\_\_\_\_\_. ROCHA, João Cezar de Castro (org.). *Nenhum Brasil existe: pequena enciclopédia*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2003. Disponível em: <[http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/a-j/FCRB\\_LiaCalabre\\_Participacao\\_radio\\_cotidiano\\_sociedade\\_brasileira.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/a-j/FCRB_LiaCalabre_Participacao_radio_cotidiano_sociedade_brasileira.pdf)> Acesso em: 4 jul 2018.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais e globalização*. 8ª. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CANCLINI, Néstor García. *Globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2007.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A invenção do cotidiano, Volume 2: Morar, cozinhar*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

CLIFFORD, James. *A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

COELHO, Gustavo. *Deixa os garotos brincar*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Multifoco, 2016.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Tradução: Viviane Ribeiro. 2ª ed. Bauru: EDUSC, 2002.

Da MATTA, Roberto. *Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

De HOLLANDA, Bernardo Buarque. *O descobrimento do futebol: modernismo, regionalismo e paixão esportiva em José Lins do Rego*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro, Pontifícia Universidade Católica (PUC-Rio), 2003.

DOS ANJOS, Luiza; DANTAS, Marina. *Pesquisadoras do futebol: discussões a partir de duas trajetórias*.

In:\_\_\_\_\_. Revista Esporte e Sociedade, Niterói, vol. 28, ano 11, set. 2016. Disponível em: <<http://www.uff.br/esportesociedade/pdf/es2810.pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2017.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

FAVRET-SAADA, Jeanne. *Ser afetado*. Tradução: Paula Siqueira. In:\_\_\_\_\_. Cadernos de campo, São Paulo, vol. 13, p. 155-161, 2005.

FEIX, Eneida. *O Esporte e Lazer da Cidade e as Fases da Vida*.

In:\_\_\_\_\_. Brincar, Jogar, Viver: Programa Esporte e Lazer da Cidade. Brasília, vol. 1, jan. 2007.

GASTALDO, Édison. *Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas*.

In:\_\_\_\_\_. Revista Comunicação, Mídia e Consumo – ESPM, São Paulo, vol. 8, n. 21, p. 39-51, 2011.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. 1ª ed (1989). 13ª reimpressão. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2008.

GOELLNER, Silvana Vilodre. *Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades*.

In:\_\_\_\_\_. Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, São Paulo, vol. 19, n. 2, p. 143-151, abr/jun 2005.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 12ª ed. 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). 15ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

HARVEY, David. *Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

HARVEY, David. *O enigma do capital: e as crises do capitalismo*. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2012

HELAL, Ronaldo. *Mídia, Construção da Derrota e O Mito do Herói*. Revista Motus Corporis (UGF), Universidade Gama Filho, v. 5, n. 2, p. 141-155. Rio de Janeiro, 1998.

HELAL, Ronaldo. *O que é sociologia do esporte*. Coleção Primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 1990.

LÉFÈBVRE, H. *Critique de la vie quotidienne – Livre 1*. Paris: L'Arche, 1958.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2010.

LOVISOLO, Hugo. *Sociologia do esporte (futebol): conversões argumentativas*. HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves (org.) et al. Futebol, jornalismo e ciências sociais: interações. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

MASSEY, Doris. *Um sentido global do lugar*. In: \_\_\_\_\_. ARANTES, Antonio (org.). O espaço da diferença. Campinas: Papius, 2000.

MALINOWSKI, Bronislaw. *Os Argonautas do Pacífico Ocidental*. Nova York: E.P. Dutton & Co. Inc, 1961.

MELO, Victor Andrade de. *Equipamentos culturais na América do Sul: desigualdades*. In: \_\_\_\_\_. PERES, Fabio de Faria (org.) et al. Coleção Sport: História. Rio de Janeiro: Apicuri, 2009.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. 5ª ed., 9ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2008.

ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. Tradução: Paula Montero e Alícia Auzmendi. São Paulo: Ática, 1983.

PAIVA, Raquel. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PEDROSO, Carlos Augusto M. Q. *Equipamentos desportivos municipais do Recife*. Dissertação de Mestrado. Porto, Universidade do Porto, 2010.

PEREIRA, Alexandre Barbosa. *Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da comunicação e informação*. Revista de Estudos Culturais, n. 1. São Paulo: 2013. Disponível em: <<http://www.each.usp.br/revistaec/?q=revista/1/funk-ostenta%C3%A7%C3%A3o-em-s%C3%A3o-paulo-imagina%C3%A7%C3%A3o-consumo-e-novas-tecnologias-da-informa%C3%A7%C3%A3o-e-da>> Acesso em: 17 out 2017.

QUINTANA, Mário. *Lili inventa o mundo*. São Paulo: Global Editora, 2005.

RIGO, Luiz Carlos. *Amizade, pertencimento e relações de poder no futebol de bairro*. In: \_\_\_\_\_. Revista Pensar a Prática, Goiânia, vol. 10, n. 1, 2007.

SANTOS, Boaventura Sousa. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SANTOS, Milton. *A Natureza do espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. 4ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, Milton. *Da Totalidade ao Lugar*. 1ª ed. São Paulo: EDUSP, 2014.

SANTOS, Milton. *O espaço do cidadão*. 7ª ed. São Paulo: EDUSP, 2007.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SILVA, Michelle Nascimento da. *Identidade, pertencimento e sociabilidade no espaço urbano: Observações sobre a percepção dos usuários do bairro Cidade Baixa em Porto Alegre*. Iluminuras, Porto Alegre, v. 14, n. 34, p. 194-210, ago./dez. 2013

SOCHACZEWSKI, Suzanna. *A produção da vida: estudo do papel e do lugar do trabalho na vida contemporânea*. Tese de Doutorado. São Paulo, Universidade de São Paulo (USP). In: \_\_\_\_\_. Educação, trabalho e vida. In: BERNARDO, P. C. (Org.) Juventudes em debate. São Paulo: CUT, 2007.

SOUZA, Marcelo L. *Disputa simbólica e embates políticos na cidade empresarialista*. In: \_\_\_\_\_. VASCONCELOS, Pedro; CORREA, Roberto; Pintaudi, Silvana M. (orgs). A cidade contemporânea: segregação espacial. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

TAVARES, Rosana Carneiro. *O sentimento de pertencimento social como um direito universal*. In: \_\_\_\_\_. Caderno de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas. Florianópolis, ISSN 1984-8951 v.15, n.106, p. 179-201 – jan/jun 2014.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *A experiência do trabalho de campo no universo da comunicação*. In: \_\_\_\_\_. Revista Extraprensa – Cultura e Comunicação na América Latina, São Paulo, vol. 7, n. 2, 2014.

WHYTE, William Foote. *Sociedade de esquina*. Tradução: Maria Lúcia de Oliveira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.