
*2. Transformaciones:
globalización y exclusión*

Globalização, Mundialização e Esporte: o Futebol como Megaevento

— Tarcyanie Cajueiro Santos*

Este trabalho visa compreender como está se estruturando o futebol na época da globalização dos mercados e da mundialização da cultura. Para tanto, traça-se um apanhado histórico deste fenômeno, abordando a introdução e as principais mudanças em sua trajetória de consolidação no Brasil até a época atual, na qual configura-se como um negócio rentável. Nesse sentido, procura-se investigar como as transformações produzidas neste esporte incidem sobre uma cultura cada vez mais internacionalizada, questionando-se, inclusive, se o futebol ainda pode ser caracterizado como um fenômeno intrinsecamente nacional, de modo a confundir-se com a identidade brasileira.

Fenômenos relevantes têm marcado a segunda metade deste século, como é o caso da emergência de uma sociedade global derivada de transformações radicais ocorridas no mundo durante as últimas décadas. Por se tratar de um processo em andamento, o impacto da globalização ainda não pôde ser apurado; no entanto, isso não nos impossibilita de traçarmos uma compreensão relativa deste fenômeno, na medida em que nele vicejamos mudanças estruturais que incidem sobre nossos comportamentos, valores, hábitos, em suma, sobre nossa própria existência.

* Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USPe Doutoranda em Ciências/Jornalismo pela ECA/USP.

Diante de um mundo cuja tecnologia se torna força motriz, organizando a vida dos homens; quando ocorre a passagem de uma economia *high volume* para uma economia *high value*; a sociedade globalizada mostra com toda força os seus tentáculos, conferindo sentidos outros para as problemáticas nacional e cultural.

Aglobalização aparece como um rearranjo de fronteiras da economia, da sociedade e da cultura, “(...) pondo de lado esta engrenagem construtiva entre, de um lado, a política e o sistema jurídico, e, de outro, a circulação econômica e as tradições nacionais dentro da fronteira do Estado territorial” (Habermas, 1999: p. 5). Isso significa que na constelação pós-nacional outras perspectivas estão sendo forjadas.

Apona-se aqui para a desterritorialização de práticas culturais outrora consideradas nacionais, para o intercâmbio de comportamentos e para a consolidação de uma “cultura internacional-popular”, ou seja, de produções espirituais e materiais que já nascem globais (Ortiz, 1994).

Em tal cenário, o que se pretende é compreender como a globalização está se esboçando na esfera cultural, especificamente no futebol, que a partir dos anos 30 e 40 foi incorporado como um dos elementos da nacionalidade brasileira (Ortiz, 1990: p. 20), sendo caracterizado por seus pensadores como portador de uma identidade própria que o singularizaria perante outras nações.

Nesse sentido, cabe perguntar se diante de um mundo globalizado este esporte já perdeu a identificação com a “alma nacional” ou se esta identificação persiste, “servindo” como um produto cultural brasileiro (se é que assim podemos chamá-lo) que, por ser bom, é mundialmente exportado.

Com o advento das indústrias culturais, “o modo de produção industrial aplicado ao domínio da cultura tem a capacidade de impulsioná-la no circuito mundial” (Ortiz, 1994: p. 56), pressupondo um intercâmbio internacional complexo de imagens, produtos e valores, independente de suas origens.

Nesse aspecto, caberia reinterarmos a questão que o próprio Ortiz se coloca: “Sabendo que o processo de desterritorialização é imanente à modernidade, seria convincente estabelecer com tanta clareza esta oposição entre interno e externo?” (*idem*: p. 76). Com a popularidade mundial que o futebol possui e com o processo de mercantilização (os profissionais do esporte chamam de profissionalização) na época de fragmentação das fronteiras, ainda cabe pensar o futebol como uma manifestação imanente à cultura brasileira?

Se, como enfatiza Renato Ortiz, a mundialização da cultura revela-se através do cotidiano, expressando um mecanismo que reorienta a organização das sociedades atuais, através da alimentação, vestuário, filmes, supermercados, o futebol também pode ser expressão dessas mudanças, afinal, a sua abrangência planetária e o seu poder de penetração é de tal modo que todas as grandes companhias do mundo se voltam para ele.

Por conseguinte, cabe demonstrar as mudanças apontadas acima considerando a história do futebol brasileiro.

Assim, em 1894, ano considerado pela historiografia sobre futebol como o de sua introdução oficial no Brasil, ele já estava consolidado na Inglaterra como um esporte, tendo perdido seu caráter predominantemente elitista e universitário, pois penetrara nas camadas operárias deste país. Nessa época, o futebol vinha conquistando adeptos em toda a Europa, entre os países com os quais a Inglaterra mantinha relações comerciais.¹

A constituição do futebol –como esporte– esteve estreitamente ligada, tanto nos países da Europa como no Brasil, à industrialização e ao surgimento das grandes cidades. O futebol, como uma necessidade de aproveitamento esportivo nas horas livres (pelo menos assim se pensava no início do século), não pode ser desvinculado das condições históricas que marcaram o fim do século XIX e o início do século XX.²

Sendo um esporte apenas praticado (digo oficialmente) pela elite, o futebol se constituía como uma prática amadorística que só iria se profissionalizar nos anos 30. Isto decorre de sua imensa popularização no Brasil ao longo da década de 10, concretizando-se nos anos 20, na medida em que as “peladas” (partidas espontâneas, realizadas em campos improvisados ou na praia, jogadas geralmente de pés descalços por jovens de todos os níveis sociais) se tornavam uma prática cada vez maior, chegando a formar equipes entre as camadas de baixa renda.

Devido às próprias características do jogo, o futebol penetrou nas demais camadas da população. Para jogar o futebol, só era preciso uma bola de meia, de papel ou de borracha, um local livre e qualquer número de jogadores. Ademais, conforme alguns autores, foi através dos times de várzea e dos clubes de fábricas que o futebol paulista conheceu o processo de democratização.

Muitos autores apontam que as empresas, especialmente indústrias, desempenharam um papel importante na propagação do futebol no Brasil. O Athletic Club, fundado pelos ingleses em 1904, com o consentimento da fábrica C.I.A. Progresso Industrial Ltda., localizada no subúrbio carioca, bairro de Bangu, que lhe pôs à disposição um campo e importou material necessário para a criação do time, foi o primeiro clube suburbano e menos elitizado do país. Para os pesquisadores, ele representa o momento inicial de todo o processo posterior de democratização do futebol brasileiro, decorrendo mais em virtude de uma contingência do que da intencionalidade da diretoria do clube (cf. Mário Filho: 1964; Anatol Rosenfeld: 1964; Waldenyr Caldas: 1989). Isso quer dizer que o caráter democrático, que possibilitava a inclusão dos operários no clube, era devido à sua tortuosa localização que dificultava o acesso de outros ingleses ao bairro de Bangu.

As fontes utilizadas nesta pesquisa apontam São Paulo e Rio de Janeiro, das décadas de 20 e 30, como Estados que comportaram uma extrema competitividade

de do ponto de vista futebolístico, com a presença de um forte regionalismo no país.

A fim de mostrar sua força, cada um deles criou sua própria federação nacional. Autores como Caldas (*op. cit.*) dizem que a verdadeira disputa do futebol brasileiro começa com a criação, por um lado, da Federação Brasileira de Futebol pelos paulistas, no dia 25 de setembro de 1915; e, por outro, da Federação Brasileira de Esportes, pelos cariocas, em 15 de novembro do mesmo ano. Tais entidades se tornaram oficiais por congregarem o que havia de mais expressivo nos futebolis carioca e paulista, lutando pelo direito de representar oficialmente o futebol brasileiro no exterior, o que só era possível com o reconhecimento da FIFA. Esta apenas reconheceria qualquer associação brasileira se houvesse, no país, a unificação do futebol. Tal fato só ocorreu com a fundação da Confederação Brasileira de Desportos –CBD—, em 18 de junho de 1916, criada para representar internacionalmente o futebol nacional, unificando as duas entidades e dando fim ao impasse político entre São Paulo e Rio de Janeiro.³

No início da década de 20, o futebol se consolidara como o esporte mais popular do Brasil e, nos anos 30, ele já lotava estádios, estimulava rivalidade entre torcedores e produzia seus grandes ídolos, tornando-se um fenômeno de massa, auxiliado pelo jornal, anunciando e escrevendo sobre as competições, e pelo rádio que transmitia as partidas. Segundo Levine (1982: p. 29) “a transição do amadorismo para o profissionalismo foi ajudada substancialmente pelo crescimento na divulgação do rádio em meados dos anos 30, assim como o jornalismo popular, na sua infância, acompanhara a rápida emergência do futebol como esporte nacional antes da primeira Guerra Mundial”.

Até a oficialização do profissionalismo no futebol brasileiro, em 1933, coexistiam no Brasil as práticas amadorística e profissional. Em São Paulo, a APEA e a Liga de Amadores de futebol –LAF—, apesar de permitirem aos jogadores receberem salários dos seus clubes, defendiam um futebol praticado por pessoas que fizessem parte da alta sociedade.

As remunerações iam da oferta de presentes até um profissionalismo não declarado. Nesse caso, podemos dizer que, a partir do momento em que a APEA resolveu cobrar ingressos nos jogos, estavam lançadas no Brasil as bases do profissionalismo. O primeiro clube a assumir que oferecia gratificações aos jogadores foi o Clube de Regatas do Vasco da Gama, em 1923. O fato é que na década de 20, com a divulgação do futebol entre as classes populares, alguns jogadores negros, mestiços e pobres chegaram aos clubes da primeira divisão (Lopes, 1994: p. 70).

Através das competições internacionais e da concorrência entre os clubes para o recrutamento de jogadores fora do Brasil, a presença de jogadores negros e pobres que desejavam fazer do esporte sua profissão torna-se mais visível, de modo que “a primeira Copa do Mundo, a de 1930 no Uruguai, põe em movimento

uma rede internacional de futebol que não vai parar mais de crescer ao longo do tempo” (*idem*).

Com a demanda dos jogadores sul-americanos, na década de 30, para o futebol europeu e em particular o italiano, houve um êxodo daqueles que se consideravam lesados pelo “falso amadorismo”. Conta-nos Lopes que logo após a primeira Copa do Mundo ganha pelo Uruguai, e tendo em vista os preparativos da segunda Copa na Itália, Mussolini passa a estimular o futebol italiano com a promessa de construir um estádio para o clube que conseguisse se tornar campeão nacional. Com isso, os clubes italianos passam a recrutar jogadores no Brasil, Argentina e Uruguai, locais onde havia uma colonização italiana.

Waldenyr Caldas (1994: p. 45) aponta para o fato de que Getúlio Vargas, ao assumir a presidência do Brasil em 1930, apresentou um projeto intitulado “Programa de Reconstrução Nacional”, que visou a melhoria do país e acabou repercutindo beneficentemente para o futebol brasileiro e para os atletas. O item 15 do programa, segundo o autor, foi de suma importância para impedir que os cartolas continuassem com sua pretensão de manter o futebol no amadorismo, sendo um dos detonadores da regulamentação do futebol em 1933.

A crescente popularização e a conseqüente insustentabilidade do amadorismo no futebol fizeram com que a CBD, mesmo com certa relutância, adotasse o profissionalismo já nos idos da década de 30. Esta medida, ao dar formalmente a posição de empregados aos atletas, sob a jurisdição do Ministério do Trabalho, forçou a maioria dos amadores a sair dos clubes, seja porque não podiam, seja porque não queriam competir com os assalariados, grande parte provindos das classes baixas (Levine, *op. cit.*: p. 29).

Porém, se hoje o futebol é um negócio, naquela época e até aproximadamente a década de 50, o profissionalismo não apareceu sem os empecilhos colocados pelos grandes clubes, grande parte devido à cor dos jogadores. Como diz o poeta Armando Xavier:

A democratização do futebol brasileiro foi lenta e reveladora de preconceitos. Só em 1918, por grande pressão da imprensa, a Confederação Brasileira de Esportes (depois CBD, hoje CBF) autorizou o registro de negros nos clubes e entidades. No limiar dos anos 30, com a profissionalização, o negro já era, no esporte, sinônimo de estilo e sobretudo de qualidade (...). Dos traumas gerados pelas derrotas de 1950 e 1954 surgiram as políticas racistas na seleção brasileira. O primado ‘primeiro o homem, depois o craque’ promoveria um processo de ‘limpeza étnica’ que impediria que o mestre Ziza —o maior jogador do futebol brasileiro da sua época— passasse o cetro a Pelé em 1958. Falta de condições emocionais, inadaptação climática, ausência de alma guerreira e inferioridade racial mesmo foram alegações embranquecedoras do futebol (*idem*, 1994: p. 60).

Para muitos, 1933 foi um ano que provocou a maior revolução nos costumes do jogo da bola. De acordo com Helena Júnior, em 1934, ano que foi disputada a Copa do Mundo na Itália, o futebol brasileiro estava dividido.

De um lado, uns poucos que tentavam preservar o amadorismo, um amadorismo disfarçado, é verdade; de outro, os que lutavam pela implementação oficial e geral do profissionalismo, com os jogadores recebendo salários, luvas etc. A CBD, o órgão do futebol brasileiro que era filiado à FIFA, decidiu então tomar partido, para salvar sua participação na Copa da Itália e passou a contratar os jogadores que poderiam formar a nossa seleção (Helena Jr., 1996: p. 24).

Na década de 40, época da Segunda Guerra Mundial, o clima de intenso nacionalismo tornou insustentável a permanência de lojas, restaurantes, indústrias e clubes que levavam nomes estrangeiros. Neste clima, a nacionalização era necessária. Assim, tal como o Germânia, que virou Pinheiros, o Espéria, que passou a se denominar Floresta, o Palestra Itália tornou-se, em 1942, Sociedade Esportiva Palmeiras, posto que o uso de um nome estrangeiro e a ostentação de cores garibaldinas seriam considerados uma provocação pela opinião pública brasileira.

O fim da Segunda Guerra Mundial inaugura um período onde o Estado passa a controlar o esporte. Um exemplo elucidativo deste fato é que a rede de ligas, que se formara de modo disperso desde o início do século, torna-se regulada pelo Estado em 1941 (Lopes & Maresca, 1992: p. 25).

A partir de então, o futebol brasileiro começa a ser considerado um dos melhores do mundo, e nesse clima

vivíamos os anos dourados. Grandes seleções, grandes equipes. O Santos de Pelé, Gilmar, Pepe, Zito e companhia fatura o bicampeonato mundial. Garrincha é alegria do povo, que comparecia em massa ao Maracanã para ver o Botafogo vibrar com os lances daquele jogador de pernas tortas ou com a elegância de Didi e a categoria de Nilton Santos. Com tanto sucesso dentro de campo e com o público em lua-de-mel com o futebol, era praticamente impossível alguém reivindicar alguma mudança de sua estrutura (Brunoro & Afif, 1997: p. 18).

O advento da televisão e sua significativa introdução nos lares brasileiros nas décadas de 60 e 70 ampliou o alcance do futebol, que se já estava popularizado, tornou-se definitivamente um fenômeno em nível nacional. E apesar de por lei proibidos de lucros, os clubes passavam fundos para a CBD, federações regionais, municipalidade e propagandistas (Levine, *op. cit.*: p. 3), mostrando, deste modo, o poder que a penetração televisiva já possuía naquela época.

É, portanto, na década de 60, tendo como auge a Copa do Mundo de 1970, que o Brasil vive o sonho do “futebol-arte”,⁴ considerando o futebol como uma arte e o brasileiro um artista, dadas as características híbridas do nosso povo.⁵ Pa-

ra alguns adeptos desta linha, nós não precisávamos de técnicos nem de rigorosos esquemas táticos, pois a improvisação, o prazer, a individualidade e a relação entre a torcida e o jogador seriam características inatas do futebol brasileiro, que se oporia e seria superior ao “futebol-força” dos europeus; afinal, foi com esse “toque-de-bola” que o Brasil sagrara-se campeão em 1958, 1962 e 1970.

Contudo, após a derrota do Brasil para o “carrossel holandês” (como era denominada a seleção da Holanda), durante a Copa do Mundo de 1974,⁶ acabam-se pondo em dúvida os discursos e as práticas que associavam o nosso futebol com a arte e os nossos jogadores com malabaristas e dançarinos. Talvez não apenas isso como também a consolidação do mercado de bens culturais no Brasil⁷ tenham sido um dos condicionadores da substituição do romantismo futebolístico por um futebol baseado na tática, estratégia, racionalidade e força de conjunto, em 1976, época em que a profissão de atleta profissional foi regulamentada pela lei 6.354.

De acordo com Brunoro & Afif (*op. cit.*: p.18): “Pela primeira vez na história do futebol brasileiro, todos os jogadores profissionais passariam a ter carteira de trabalho e benefícios da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), como férias e Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). Essa lei ainda deu aos jogadores o direito de possuir seu próprio passe depois dos 32 anos de idade”. Conforme alguns autores, mesmo em termos de profissionalismo, esta lei ainda deixa a desejar.

Os anos 80 parecem ser um momento de redefinições e novos contornos, afirmando-se como o início de uma nova fase, em nível nacional, com o movimento pelas Diretas-já; e, do ponto de vista internacional, com a ascensão econômica do Japão, o fim do comunismo na então URSS e com a onda de redemocratização que assola a América Latina. Na perspectiva das tecnologias comunicacionais, aparece o fax, passando a ser rapidamente superado pelos microcomputadores, que se reduzem a laptops acoplados a telefones celulares, anunciando a Era da Informática dos anos 90.

O futebol não fica à deriva, a “democracia corinthiana”, considerada por muitos como um movimento de cunho político, cuja proposta era a de possuir um modelo democrático no futebol, transcendeu os muros do Sport Club Corinthians Paulista para tornar-se um exemplo para outros clubes, como foi o caso do Clube de Regatas Flamengo, que durante a campanha pelas eleições diretas em 1984 apoiou Tancredo Neves, exibindo nos gramados do estádio do Maracanã faixas alusivas a este candidato.

Segundo Waldenyr Caldas (1994), a “democracia corinthiana” foi um movimento bem pensado por seus criadores e líderes – Adilson Monteiro Alves, sociólogo, ex-vice-presidente de futebol do Sport Club Corinthians Paulista e os jogadores Sócrates, Walter Casa-Grande Júnior, Wladimir, Juninho, entre outros. A despeito de Biro-Biro e Leão, ela teve uma adesão quase maciça à sua causa, não

apenas dos jogadores corinthianos, como também dos jogadores pertencentes a outros clubes e das torcidas organizadas para continuar seu projeto democrático: “A ‘democracia corinthiana’ eliminou, pelo menos no departamento de futebol, uma estrutura montada em bases autoritárias, arcaicas e paternalistas, cujo resultado redundava sempre no desrespeito ao jogador profissional” (*idem*: pp. 46-7).

Ainda conforme Caldas, a “democracia corinthiana” conseguiu ir mais longe, na medida em que pessoas como Adilson Monteiro Alves, Sócrates e o jornalista Juca Kfoury, elaboraram um documento intitulado “Profissionalismo no Futebol e a Estrutura Atual”, em 1983. Este documento analisou o autoritarismo e o clientelismo praticado pelos clubes e seus dirigentes, mesmo após a implantação do profissionalismo, repercutindo na atualidade onde ainda vemos uma estrutura arcaica e precária, principalmente quando a comparamos com a estrutura europeia atual.

Por conseguinte, se na Europa o patrocínio de clubes por grandes empresas multinacionais já estava consolidado, permitindo a países de economia contida, como a Espanha, por exemplo, competir em nível de igualdade com ingleses, alemães e italianos; no Brasil, até meados de 1980, ainda era proibido por lei anunciar-se um produto comercial nas camisas dos clubes de futebol. Segundo Alberto Helena Júnior, esta interdição existia porque “de um lado, torcedores e dirigentes dos grandes clubes consideravam um absurdo permitir-se tal mácula. De outro, os anunciantes em potencial temiam que a associação de seu produto com determinado clube provocaria o boicote imediato dos torcedores dos clubes rivais” (Helena Jr. *op. cit.*: p. 94).

Contudo, o fato é que, mesmo com grande resistência por parte das agremiações e de torcedores, os clubes começaram a divulgar o nome de empresas em suas camisas, e o vôlei foi um dos principais condicionantes dessa medida, “pois foi o esporte que saiu na frente nessa área, primeiramente com a Pirelli e, depois, com o time da Atlântica-Boa Vista. Algum tempo depois, outras equipes começaram a agregar o nome da empresa ao time” (Brunoro & Afif, *op. cit.*: p. 33), gerando recursos para a equipe e para as empresas, na medida em que elas passaram a ganhar espaço na mídia espontaneamente.

Através do sucesso do voleibol e o nosso futebol beirando a falência coletiva, com a exportação maciça de nossos craques para engrossarem as safras do futebol do mundo inteiro, além do esvaziamento dos nossos estádios por força de campeonatos mal elaborados e devido ao alto preço dos ingressos, os dirigentes não viram outro caminho pelo qual percorrer, senão o do patrocínio. Assim, “com a regulamentação do patrocínio no futebol e o excelente retorno que ele propiciava, as empresas começaram a ver a importância de ter a marca em destaque na mídia” (*idem*). Todavia, como todo início é penoso, e levando em conta a antiga prática administrativa dos dirigentes e a conseqüente desorganização do futebol brasileiro, os clubes não estavam estruturados profissionalmente como as empre-

sas para entrar neste mercado. Além do mais, a tradição dos clubes, interferindo nos patrocínios, de modo que a marca das companhias só poderia ser usada nas camisas, acarretava uma ação de *marketing* tímida (*idem*).

A grande transformação no futebol em relação ao *marketing* esportivo ocorreu, segundo alguns autores como Brunoro, com o ingresso da Parmalat –multinacional da área de alimentação com sede na Itália— em 1992, que firmou uma co-gestão de sucesso com o Palmeiras. Já em 1993 este clube quebrou seu “jejum”, que durou mais de 16 anos, conquistando o Bi-Campeonato Paulista e o Campeonato Brasileiro. Em decorrência das vitórias, não existe argumento tradicionalista que resista e segundo Brunoro & Afif (*op. cit.*: p. 34),

podemos afirmar que o patrocínio do futebol, no Brasil, possui duas fases: antes e depois da Parmalat. A entrada da multinacional no esporte foi para atender a uma estratégia de *marketing* que visava, inicialmente, melhorar sua imagem institucional. Por experiência própria, vivida na Europa, essa empresa já sabia que o esporte é o melhor caminho para atender suas aspirações.

Neste acordo, a Parmalat emprestaria ao Palmeiras o dinheiro suficiente para montar um super-time, em co-gestão, da administração do futebol do clube. Este, por seu lado, teria um tratamento especial de empresa, com a presença de um profissional da área de esporte, representando a Parmalat e sendo contratado para este fim. No caso, José Carlos Brunoro, ex-astro do vôlei brasileiro, acabou sendo o responsável não apenas no Brasil, abrangendo também esta prática pelo resto do mundo (cf. Helena Jr., *op. cit.*).

Por conseguinte, as profundas transformações por que passara a sociedade pediram maiores mudanças na legislação do futebol. Uma das leis que mais causaram impactos em termos de legislação futebolística só ocorreu em 1993, quando Arthur Antunes Coimbra –o Zico–, ao ocupar o cargo de Secretário dos Esportes do governo federal, elaborou a lei que previa a possibilidade de criação de clubes-empresas no Brasil. Mais conhecida sob o nome de “Lei Zico”, essa lei recebeu o número 8.672/93.

Outro grande acontecimento no mundo futebolístico brasileiro foi a alteração da lei do passe, realizada pelo Ministro dos Esportes, Édson Arantes do Nascimento –o Pelé⁸. Esta lei propicia aos jogadores o direito de serem seus próprios “donos”, através da Resolução 1/96, além da transformação dos clubes em empresas. No entanto, dada a “mentalidade amadorística” dos dirigentes brasileiros, muitos dos quais nos cargos de representantes do Congresso Nacional, Pelé é pressionado, sendo obrigado a alterar a idéia original de sua proposta. Assim, ele cria uma tabela decrescente de idade e carência de anos para a sua aplicação e, com isso, apenas adquiriram direito ao passe livre, em 1997, os jogadores com a idade de 30 anos (deve-se dizer que já com 35 anos os jogadores são considerados velhos); em 1998, os jogadores com 27 anos; em 1999, os jogadores com 26 anos; e, no ano 2.000, todos os jogadores com 25 anos completos. Reiterando Brunoro & Afif (*op. cit.*: p. 19):

Exatamente um ano depois, em setembro de 1997, a Casa Civil do governo federal entrega ao Congresso o Projeto Pelé, que tem como pontos principais a transformação dos departamentos de futebol dos clubes em empresas, o fim do passe de jogadores em dois anos, a possibilidade da criação de empresas de prestação de serviços de arbitragem e a proibição da filiação das ligas às federações.

Como toda proposta, que visa mudanças, esta lei poderá ser, posteriormente, discutida e aprimorada. No entanto, segundo muitos profissionais que atuam na área de esportes, como jornalistas, consultores, etc, a Lei Pelé proporcionará um grande avanço na era dos investimentos globalizados. Suzy Fleury (1998: pp. 48-9) cita em seu livro *Competência Emocional: o caminho da vitória para equipes de futebol* estudos realizados pelo Ministério Extraordinário dos Esportes, que apontam para a sensível melhoria dos lucros no esporte, pois com a aprovação desta lei e sua prática, a presente movimentação esportiva anual de 800 milhões de dólares saltará para 2,5 bilhões de dólares no período de cinco ou seis anos. Repercutindo igualmente na criação de 1 milhão de empregos, na medida em que, com a definitiva profissionalização dos esportes brasileiros haverá um maior desenvolvimento na indústria, no comércio e no setor de serviços.

Apesar da significativa descontinuidade que o futebol brasileiro possui, Levine (*op. cit.*: p. 23] compreende quatro fases em sua história: 1894-1904, quando se manteve restrito aos clubes de imigrantes estrangeiros; 1905-1933, fase amadora, marcada por forte divulgação e pressão para melhorar o nível do futebol; 1933-1950, início do profissionalismo; e a fase pós 1950, onde se vê o reconhecimento do futebol brasileiro internacionalmente. Por meu lado, visualizo um outro marco no futebol brasileiro, o futebol como um investimento que visa resultados, ou seja, um esporte tratado a partir de uma visão mercadológica, com o apoio maciço de patrocinadores e dos *media*, além da alta tecnologia em gramados, estádios, materiais esportivos, especialização das funções na equipe, entre outros. Fase esta que ao meu ver se inicia na década de 90 quando o clube Sociedade Esportiva Palmeiras assina um contrato com a Multinacional italiana Parmalat e a “lei Zico” é aprovada, em 1993. Há uma forte inclinação a se pensar o futebol como um grande negócio e os torcedores como consumidores.

Inserido na época da globalização, o futebol é um *business* e, como tal, passa a transcender a nação da qual faz parte. Prova disso é a intensa perda de importância que os campeonatos regionais vêm sofrendo, de tal forma que alguns já falam em extinguí-los ou pelo menos reduzi-los em função da preferência que os torcedores têm mostrado pelos torneios nacionais pelo fato deles darem acesso aos torneios internacionais, considerados os mais importantes. Além disso, existem as propostas de unificação mundial do calendário futebolístico, visando à internacionalização deste esporte⁹, bem como a crescente inserção de empresas multinacionais que ao controlarem os principais times do país, passam a ter poder ilimitado para negociar contratos de televisão e publicidade.

No último Campeonato Brasileiro, por exemplo, o Corinthians foi o único integrante do Clube dos 13, a principal associação de clubes do Brasil, que se recusou a assinar com a empresa ISL (International Sports Leisure) os direitos de transmissão de seus jogos para o exterior. A HMTF pretende montar ainda neste ano um canal de TV paga para transmitir eventos esportivos na América Latina. A empresa também é sócia da agência Traffic, que comanda a programação esportiva da Bandeirantes. A poderosa ISL, por sua vez, acertou parcerias com o Flamengo e com o Grêmio (*Folha de São Paulo*, 09/01/2000: p. 42).

Com a automação industrial e a redução da jornada de trabalho, a tendência é que as pessoas tenham cada vez mais tempo para o lazer, principalmente na área de esporte, onde haverá um maior desenvolvimento. A revolução na comunicação, refletindo-se nos investimentos empresariais, faz com que o futebol seja pensado por muitos profissionais da área esportiva como um negócio em franca ascensão. E como tal, disputa “consumidores” (torcedores), em um mercado cada vez mais competitivo, composto por outras atividades relacionadas ao lazer humano, tais como a Internet, os jogos para microcomputadores, a televisão, os shows, o teatro e o cinema.

A Copa do Mundo realizada na França em 1998 é um exemplo expressivo desta tendência, não apenas apresentando-se como o marco do término deste século mas, sobretudo, porque consolida o futebol como um megaevento, isto é, estamos vivendo uma era que institui o futebol com um negócio mundializado e rentável. O custo da organização de um evento deste porte girou em torno de 330 milhões de dólares, com 2,5 milhões de ingressos colocados à venda; além disso, cerca de 2 bilhões de pessoas em quase todo o planeta assistiram pela televisão à decisão da Copa, no dia 12 de julho de 1998 (Fleury, *op. cit.*). As partidas foram transmitidas por cerca de 90 emissoras de televisão e 60 de rádio em todo o mundo. Elas tiveram a previsão de utilizarem em conjunto, até o encontro final, 5.760 horas de satélite. No dia trinta de junho já haviam utilizado quase 8.000, aumentando a produção de “features” para responderem à grande audiência que tiveram, como foi o caso da TVjaponesa que atingiu o pico de 90% do Ibope local, segundo o gerente da área Cristian Quidet (*Folha de S. Paulo*, 05/07/1998).

Com quinze países europeus, oito americanos, cinco africanos e quatro asiáticos, esta Copa, composta por 32 seleções, não foi apenas o evento mais assistido de todos os tempos, como também o mais lucrativo. Tal fato, complementado com a nova feição dos jogadores de futebol, agora *garotos-propaganda* de inúmeros produtos, e astros milionários (quando bem sucedidos), geraram críticas por parte de muitos, que excetuando-se a Croácia, considerada a única seleção com o sentido de país, interpretaram este campeonato mais como uma disputa entre marcas de material esportivo do que propriamente entre nações.

Desde os momentos que precederam a Copa do Mundo houve uma acirrada disputa entre empresas fabricantes de material esportivo, como a norte-americana-

na Reebok; as italianas Lotto e Umbro; a alemã Puma, a Kappa, a Aba Sport, a Shamel e a Asics, entre outras¹⁰; contudo, devido aos seus investimentos nos patrocínios das seleções, a alemã Adidas e a norte-americana Nike foram as protagonistas da competição. A Adidas, produtora oficial da bola usada na Copa, forneceu material esportivo para as equipes da Argentina, Alemanha, França, Romênia e Iugoslávia, além do destinado aos árbitros; a Nike, por sua vez, patrocinou o Brasil, a Coreia do Sul, a Holanda, Itália e Nigéria (*Folha de São Paulo*, 07/06/1998).

Tal como na economia, a globalização já se apresenta no futebol, mostrando-se cada vez mais através do intercâmbio de seleções, clubes e atletas pelo mundo. O desenvolvimento deste esporte está ocorrendo devido ao lucro que os seus patrocinados e os *media* dele tiram.

O mercado esportivo, considerando-se as diversas modalidades, movimentou algo em torno de 20 bilhões de dólares em todo o mundo. A Nike, por exemplo, faturou cerca de 6,5 bilhões de dólares em 1996, por meio de suas vendas através do planeta, sendo a líder das marcas de material esportivo, desde 1987, à frente da Reebok e da Adidas, que faturaram, naquele ano, 3,5 bilhões e 2,5 bilhões de dólares, respectivamente. E só para ter uma idéia de como o futebol tornou-se uma fatia significativa de mercado publicitário para os fabricantes de material esportivo, a Nike firmou um contrato de exclusividade com a CBF por dez anos, tornando-se patrocinadora da seleção brasileira por uma cifra estimada em 220 bilhões de dólares. Através desse contrato, ela tem o direito de usar a imagem da seleção brasileira, o que poderá render aos cofres da CBF 400 milhões de dólares se considerarmos os ganhos provenientes dos royalties incidentes sobre a venda dos produtos das empresa (Brunoro & Afif, *op. cit.*: p. 44).

Conforme os especialistas em esporte, mesmo recebendo investimentos de empresas nacionais e estrangeiras, os departamentos de futebol dos clubes brasileiros ainda apresentam uma estrutura organizacional precária. Assim, apesar de ser o esporte mais querido do Brasil e do seu progresso incontestável dentro de campo (nossos jogadores são os melhores do mundo), o futebol ainda é mal dirigido e pessimamente administrado, prejudicando não apenas os atletas e os próprios clubes, como também, os torcedores.

Com a crescente profissionalização, Brunoro & Afif apontam a necessidade de se encarar o futebol de forma séria e com uma “administração racional”, de modo que possa ser planejada toda a sua estrutura a médio prazo.

O espetáculo futebolístico pressupõe que sejam criadas condições necessárias, como bons gramados, estádios que ofereçam segurança, conforto, e mais: “Precisamos montar um calendário com datas organizadas e rígidas para o campeonato nacional, os estaduais e internacionais, a seleção brasileira, as férias e pré-temporadas, o que passa pela redução do número de clubes” (*idem*: 22).

A falta de recursos da maioria dos clubes brasileiros, em parte por causa das dificuldades econômicas do país, em parte devido às práticas amadorísticas dos seus dirigentes, podem ser sanadas, de acordo com esses autores, com o suporte de uma empresa de consultoria. Esta, através de profissionais de alto nível, poderá diagnosticar rapidamente os problemas, proporcionando aos clubes condições de implantar modelos de administração mais seguros e transparentes. Desse modo, as agências de propaganda, com interesse em investir no futebol, e o quadro associativo terão confiança nos clubes, o que não acontece atualmente pois muitas empresas ainda não vêem com bons olhos a estrutura do futebol no país, dada uma série de fatos (mudança de tabelas, adiamento dos jogos, escândalos, excursões fora de hora, etc.), que acabam inibindo as empresas em relação ao patrocínio.

Se nos Estados Unidos o esporte movimenta 87 bilhões de dólares por ano e a NBA (liga de basquete americano), especificamente, fatura 5 bilhões de dólares anualmente, o mercado esportivo brasileiro – o quinto do mundo – tem um faturamento de 6 bilhões de dólares por ano, “somando-se todos os negócios, como ingressos, patrocínios, comércio de materiais esportivos, cotas de televisão, compra e venda de jogadores, etc.” (*idem*: p. 36).

No Brasil, portanto, o futebol ainda está engatinhando, principalmente se comparado com o milionário futebol europeu¹¹. Muitas mudanças deverão ocorrer, sobretudo entre os atletas e os clubes, que deverão estar preparados para a modificação de idéias e atitudes. Dado o sucesso já alcançado em alguns clubes europeus e brasileiros, Brunoro & Afif (*idem*: p. 26) indicam algumas alternativas, tais como a aliança com grandes empresas que desejem adotar a filosofia do *marketing* esportivo para a divulgação institucional ou mesmo de seus produtos; a transformação do futebol em clube-empresa, posto que o time pode passar a receber recursos com a venda de ações na Bolsa de Valores; e a criação do sócio-torcedor.

Por conseguinte, se alguns consideram como inelutável e benéfico a transformação do futebol em um gigantesco negócio, outros consideram esse caminho como o fim de um tempo áureo onde o futebol era jogado e assistido com paixão. Contudo, mais do que um julgamento valorativo, cabe aqui a compreensão desse fenômeno. Creio que devemos nos perguntar não só o porquê da invasão das transnacionais na esfera esportiva, como também sua repercussão atual.

É interessante pensar como o futebol se insere na globalização de mercados, pois como um dos esportes mais populares do mundo, ele não fica imune às transformações que estão ocorrendo. Se analisarmos a literatura existente sobre o futebol veremos que ela tem se modificado. Na época em que o Estado-Nação tinha um grande poder, teorias de caráter nacionalistas foram engendradas em torno do futebol; ora enfocando-o como um elemento agregador e positivo de um país de etnia indecisa, ora de modo negativo, como expressão do nosso atraso e sub-

desenvolvimento. Se o futebol começara a ser incorporado como um dos elementos da nacionalidade brasileira a partir dos anos 30 e 40, é nas décadas posteriores aos anos 50 que ele se sagra definitivamente como esporte nacional e o Brasil como a terra do futebol, graças às vitórias da seleção brasileira em 58, 62 e 70, ao desenvolvimento do mercado cultural no país e ao projetos nacionalistas dos governos¹². Atualmente, o futebol cada vez mais se desprende do nacionalismo e do regionalismo para alcançar o mundo e o profissionalismo tão falado pelos *media* parece ser a nova ideologia ou pelo menos a palavra de ordem do dia.

Dado o forte investimento neste esporte, podemos encontrar nele algumas características da época atual como, por exemplo, a proeminência de uma nova cultura. Ser torcedor é ser *in*, ou seja, é fazer parte de um universo de valores, é estar “antenado” com o mundo. Não é à toa que o número de filiados em torcidas organizadas de futebol, em sua maioria jovens, venha crescendo tanto nas últimas décadas¹³, tampouco que em torno do futebol haja uma grande disputa entre empresas transnacionais; afinal, estas grandes socializadoras estão “fundando uma nova maneira de ‘estar no mundo’, estabelecendo novos valores e legitimações” (Ortiz, 1994: p. 33) e o esporte condensa em torno de si milhares de pessoas que depositam nele um forte investimento emocional.

Nesse sentido, as grandes corporações e os *media* agem como artífices mundiais da cultura, eles são socializadores que fornecem aos homens referenciais culturais para suas identidades. Afinal, em uma propaganda em que aparece Ronaldinho consumindo algo, reflete-se por trás disso, entre outras coisas, a imagem do produto acoplada a um garoto, quase menino, bem sucedido atleta, um dos melhores e mais ricos do mundo. Nela, como em outras propagandas que nos circundam todo o tempo, novos hábitos mundializados estão sendo engendrados. Hábitos estes que secretam um padrão, pois, como diz Ianni (1992: p. 48-9):

Nenhuma mercadoria é inocente. Ela é também signo, símbolo, significado. Carrega valor de uso, valor de troca e recado. Povo o imaginário da audiência, auditório, público, multidão. Diverte, distrai, irrita ilustra, ilude fascina. Carrega padrões e ideais, modos de ser, sentir e imaginar. Trabalha mentes e corações, formando opiniões, idéias e ilusões.

Bibliografia

- Brunoro, J. Carlos & Afif, Antonio 1997. *Futebol 100% Profissional* (São Paulo: Ed. Gente).
- Caldas, Waldenyr 1994 “Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro”. *Revista USP* (São Paulo), Nº 22, junho/julho/agosto.
- Caldas, Waldenyr 1990 (1989). *O pontapé inicial. Memória do futebol brasileiro (1894-1933)* (São Paulo: Ibrasa).
- Elias, Norbert 1990 *O processo civilizador* (Rio de Janeiro: Zahar).
- Filho, M. 1964 (1947) *O Negro no Futebol Brasileiro* (Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti).
- Fleury, Suzy 1998 *Competência emocional. O caminho da vitória para equipes de futebol* (Sao Paulo: Gente).
- Gil, Gilson. “O drama do ‘futebol-arte’: o debate sobre a seleção dos anos 70”, en: *Revista Brasileira de Ciências Sociais* (ANPOCS), no. 25, ano 9, junho de 1994.
- Habermas, Jürgen 1999 “Nos Limites do Estado”, in *Folha de São Paulo*. Domingo, 18/07.
- Helena Jr., Alberto 1996 *Palmeiras: a eterna academia* (Sao Paulo: DBA).
- Ianni, Octavio 1992 *A sociedade global* (Rio de Janeiro: Civilização Brasileira).
- Levine, Robert 1982 “Esporte e sociedade: o caso do futebol brasileiro”, en Meihy, J. C. S. (org.) *Futebol e cultura – colêctanea de estudos* (Sao Paulo: Imprensa Oficial do Estado).
- Lopes, José Sergio Leite Lopes 1994 “A vitória que incorporou a pelada”, in *Revista USP* (São Paulo), no. 22, junho/julho/agosto.
- Lopes, José Sergio Leite & Maresca, S. 1992 “Amorte e a alegria do povo”, *Revista Brasileira de Ciências Sociais* (ANPOCS), nº 20.
- Ortiz, Renato 1985 *Cultura brasileira e identidade nacional* (São Paulo: Brasiliense).
- Ortiz, Renato 1990 (1988) *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural* (São Paulo: Brasiliense).
- Ortiz, Renato 1998 (1994) *Mundialização e Cultura* (São Paulo: Brasiliense).
- Rosenfeld, A. 1993 (1974) *Negro, macumba e futebol* (São Paulo: Perspectiva).

Notas

1. Nos referimos ao futebol formalizado pelo *The Football Association*, uma espécie de CBF inglesa, que deu forma definitiva ao jogo, muito embora suas regras ainda tenham sofrido modificações.
2. Dele faz parte um processo complexo, denominado por Nobert Elias “processo civilizador”. A esse respeito vide: Elias (1990).
3. Este problema foi resolvido com a ajuda do embaixador Lauro Muller, que atuou como mediador de um acordo entre os representantes esportivos dos dois Estados. Ver Brunoro (1997: p.15) e Caldas (1989).
4. Segundo Gil (1994), o futebol-arte, que vai de 1930 a 1974, é considerado uma visão de mundo, que não se restringe ao futebol mas se caracteriza por atingir nossas propostas mais íntimas de nacionalidade, utopia social e cidadania.
5. Sobre as mudanças ocorridas no imaginário futebolístico na década de 70, enfocando “as alterações táticas e técnicas desse esporte tal como foram elaboradas e pensadas pela imprensa especializada e por aqueles dedicados a refletir sobre tal atividade produzindo uma ‘verdade’ com dinâmica própria e sensibilidade original”; ver: Gil, 1994
6. Este esquema de jogo, também conhecido como “laranja mecânica” (apelido em referência ao famoso filme de Stanley Kubrick), foi comandado pelo técnico Renus Michel, que entrou para a história do futebol mundial dado a sua filosofia tática. Mais do que resultados, sobre o qual é fundamentado o “futebol-força”, a equipe holandesa apresentou ao mundo um estilo de jogo diferente, cuja tônica residia a movimentação constante dos atletas. Ao trocarem seguidamente de posições, os atletas confundiam seus adversários (Rodrigo Bueno, *Folha de S. Paulo*, 1998).
7. Segundo Ortiz (1988), as décadas 60 e 70 se definem no Brasil pela consolidação de um mercado de bens culturais e uma outra visão de administrativa por parte do empresariado brasileiro.
8. Para uma leitura do projeto Pelé, bem como da Legislação do futebol brasileiro como um todo, ver Brunoro & Afif (1997).
9. Segundo uma pesquisa feita pelo Datafolha os paulistanos acima de 16 anos gostam mais de competições nacionais e não do Estadual. O Campeonato Paulista aparece atrás da Copa do Brasil e do Campeonato Brasileiro, na ordem das preferências. Dos entrevistados, 90% disseram se interessar pela Copa do Brasil; o Campeonato Brasileiro recebeu o apoio de 88%; já o Campeonato Paulista atrai o interesse de 80% (*Folha. de S. Paulo*, 02/03/1997: p.10).

10. Só para termos uma estimativa da importância do marketing futebolístico revelado nesta Copa, a Lotto patrocinou a Escócia, Inglaterra e Noruega; a Reebok foi responsável pelas seleções da Colômbia, Chile e Paraguai; a Puma vestiu as seleções da Áustria, Bulgária, Camarões, Irã, Marrocos e Tunísia; a Diadora forneceu material para a Bélgica; a Kappa foi fornecedora de material esportivo para a Jamaica e África do Sul; a Aba Sport patrocinou a seleção do México; a Hummel, a Dinamarca; a Shamel a Arábia Saudita e a Asics, o Japão (dados colhidos no Jornal *Folha de S. Paulo*, 02/07/1998).

11. Penso em termos de um mercado globalizado, que pressupõe condutas racionalizadas.

12. Conforme Renato Ortiz, os projetos nacionalistas variaram ao longo da história brasileira: racista no final do século XIX, modernista nos anos 20, autoritário no período getulista, desenvolvimentista nos anos 50 e a partir de 64, com a ditadura militar e sua ideologia de Segurança Nacional.

13. A primeira torcida organizada de futebol em São Paulo foi a Gaviões da Fiel, fundada em 1969.

*Novos Processos de Formação de Jogadores de Futebol e o fenômeno das “escolinhas”:
uma análise crítica do possível*

◀ Carlos Alberto Máximo Pimenta*

“(...). É hoje incontestável que, se desejamos compreender o Brasil, é preciso passar também pelos seus campos de futebol. É preciso compreender os modos pelos quais nos organizamos e nos representamos através do futebol” (Guedes, 1998: p. 15).

Da Investigação: a problemática em questão

No Brasil o futebol adentrou na rota dos “tempos privados”, das negociações e do marketing esportivo.¹ O negócio futebol, pouco a pouco, vem impondo novos procedimentos à formação de atletas, à relação contratual entre atleta e clube (Helal, 1997), às condutas dos torcedores nos estádios (Pimenta, 1999: pp. 131-145), ao gerenciamento das entidades esportivas (Lois & Carvalho, 1998), enfim, o futebol entra no rol das empresas privadas com a intenção de aferir lucros.

Na esteira dessas discussões proponho analisar uma delas: o fenômeno “escolinhas de futebol”. No texto, entendo “escolinhas de futebol” como sendo entidades privadas que passam a ensinar jovens à prática do futebol, mediante contra-prestação econômica, devidamente alinhadas às pretensões mercadológicas do futebol-empresa-lucro.

Aqui se pretende compreender as conseqüências dessa modalidade de iniciação, sob a ótica das Ciências Sociais,² no tocante ao processo de formação do futuro atleta de futebol, bem como demonstrar que o surgimento das “escolinhas”

* Professor de Sociologia e de Antropologia na Universidade de Taubaté, doutorando em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil.

tem relação direta com os empreendimentos traçados pelas políticas desportivas gerenciadas na estrutura da Instituição.³

O mundo do futebol, embora aparente ser uma instituição apartada da realidade, é agregado e influenciado por um amálgama de idéias, valores, ambições, frustrações, tabus, regras, normas, sublimações, memórias, entre outras, que motivam e envolvem projetos individuais e coletivos à sua própria dimensão e potencialidade. E, por ser aparentemente apartado da realidade social, funciona como catalisador de quantidade considerável de massa jovem independentemente de classe social afinado com os sonhos e as ilusões produzidas pelos benefícios da fama, sucesso e status do jogador bem sucedido no futebol profissional.

O objetivo aqui permeado, portanto, é o de mostrar que o processo de modernização em jogo traduz-se em novas relações de subjetividades e de violências, como ocorre atualmente —a grosso modo— no projeto de construção do desenvolvimento da América Latina, em especial no caso brasileiro,⁴ no sentido econômico e político (Democracia Neoliberal).

As “escolinhas” fomentam o surgimento de novos mecanismos de produção de subjetividades e de violência, cujo alcance atinge aspectos de ordem psicológica, sócio-cultural, econômica, etc. Simoni Lahud Guedes (1998: pp. 117-136), ao indagar a construção do “campo” masculino nas “escolinhas de futebol”, mostra com clareza como se constroem, através do simbólico e do cultural, os domínios sociais do corpo masculino.

A indicação de que as pretensões mercadológicas fomentam violências subjetivas é resultado de investigação científica,⁵ em fase preliminar. Os resultados, embora incipientes, foram extraídos de pesquisa de campo e embasados em duas fontes: (a)- entrevistas abertas e questionários e (b)- análise de filmes cinematográficos. No primeiro momento, contataram, aproximadamente, 150 (cento e cinquenta) garotos com idades de 14 a 16 anos, de uma escolinha de futebol sediada na cidade de Taubaté, Estado de São Paulo, franquia do São Paulo Futebol Clube,⁶ entrevistando-se dois jovens e aplicando-se questionário aos demais iniciantes. No segundo momento, fez-se uma observação sistematizada, porém simples, dos filmes “Boleiros” (Giorgetti: 1998),⁷ centrado no capítulo sobre as “escolinhas de futebol” e “Futebol” (Fontes & Salles: 1998),⁸ sob o primeiro programa da série.

Nas entrevistas buscou-se medir, através da memória e do discurso dos jovens iniciantes, o grau de relação entre iniciante-futebol e atleta-expectativas de futuro. Buscou-se, ainda, na forma de questionamento e em caráter referencial, apenas, mapear o perfil sócio-econômico dos alunos filiados as “escolinhas”.

No cruzamento das entrevistas-questionamentos com os filmes *Boleiros* e *futebol* ficou patente, nunca é demais ressaltar, a força da imagem da mídia e do discurso econômico burguês na memória da juventude iniciante. O cruzamento

possibilita, também, o entendimento dos fatores sociais que motivam os desejos, os sonhos e as decepções da juventude com o futebol. O cruzamento possibilita, ainda, dar vida e sentido próprios ao objetivo aqui proposto, ou seja, mostrar que o processo de formação do futuro atleta de futebol, nos moldes da “modernidade”, produz violências subjetivas e objetivas indescritíveis tatuadas pela eternidade na memória da juventude iniciada.

Antes, porém, realiza-se rápida incursão contextual sobre a institucionalização do “jogo de bola”, no Brasil, até chegar no modelo atual. A contextualização, embora rápida, fornece elementos elucidativos de que a estruturação do *simple* *jogo de bola*, tradição inventada (Hobsbawm: 1984), ou melhor, reinventada, no caso brasileiro, por Charles Miller,⁹ caminha intrinsecamente imbricada com o discurso político-econômico-cultural dominante de determinado tempo e sociedade.

Deve-se deixar esclarecido que esse ensaio direciona-se para analisar o fenômeno mercadológico “escolinhas de futebol”, cuja natureza comercial constitui-se de empreendimento empresarial voltado à privatização do lazer, mediante contra-prestação. O modelo em destaque capitaliza o lazer, em especial dos filhos da classe média brasileira e, ao que tudo indica, o futebol poderá deixar de ser esporte popular, tendo em vista que a produção dominante de futuros profissionais de futebol vem assumindo esse formato, contrariando os demais processos de formação de atletas.¹⁰

Ficam, diante das intenções da “modernização do futebol brasileiro”, os seguintes questionamentos: Em que bases sociais as transformações estruturais no futebol brasileiro inventam as “Escolinhas”? O projeto modernizador, em curso, conseguirá modificar o perfil dos atletas profissionais, pensado por Anatol Rosenfeld, Janet Lever e Mário Filho, adequando-os às novas exigências mercadológicas? Face ao descompasso entre este projeto e a realidade social brasileira, o futebol conseguirá abandonar suas características de acontecimento de massa e popular? Por fim, até que ponto as “Escolinhas de Futebol” sustentariam o novo processo e os empreendimentos acerca deste esporte?

De tudo, sabe-se que o “jogo” está apenas no começo, uma vez que diversos fatores e conflitos de interesses entram em campo, tornando o resultado incerto, mesmo com a grande margem de previsibilidade advinda dos bastidores das relações sociais.

Daqui para frente, na expectativa de visualizar respostas plausíveis às dúvidas suscitadas, de buscar o debate sobre “esporte e sociedade” e de fazer uma análise possível para explicar os processos de violência subjetiva impulsionados à juventude, traduzidos e inscritos em sonhos, decepções, frustrações e frustrações, à luz dos tempos de “capitalismo moderno”, usa-se como referência investigatória temática assuntos sobre a instituição futebol.

A “Modernização” do Futebol: contextualização histórica

Para que se possa entender a “modernização” do futebol no Brasil e suas transformações estruturais faz-se imprescindível elaborar pequeno esboço sócio-político da introdução e sua institucionalização, pois nunca é demais aclarar que o esporte não foi e não é algo invertido e destacado dos contornos de nossa vida cotidiana. Esporte, negócio, política, economia, lazer e trabalho fazem parte do mesmo universo, estando intrínsecos na dinâmica das relações institucionais vivenciadas na sociedade em que são parte.

Estando esporte e sociedade imbricados, quais são os fatores sociais que poderiam provocar mudanças estruturais à instituição, no Brasil, no decorrer do século? Implantado no final do século XIX, originário da Inglaterra, institucionaliza-se no limiar desse século com motivações gerenciadas pela lógica, racionalidade, regras e códigos ocidentais. Inicialmente, a prática do “jogo de bola” era restrita aos brancos ricos, europeus e seus filhos, sendo sua estrutura essencialmente amadora e burguesa.¹¹

O futebol trata-se, segundo Anatol Rosenfeld, de um acontecimento associado aos reflexos das ações produzidas nas revoluções francesa e industrial. Rosenfeld sintetiza as motivações que deram suporte à proliferação do futebol, no Brasil:

Só a libertação definitiva dos escravos (1888), a Proclamação da República a ela vinculada e a imigração que a seguir começou de forma poderosa, mais os inícios da indústria e o rápido desenvolvimento das cidades, sobretudo o Rio de Janeiro e São Paulo (...) criaram as condições psicossociais prévias do esporte. Seu triunfo está estreitamente ligado, também na Europa, à industrialização e ao surgimento das grandes cidades (1993: p. 76).

Desde a introdução, em 1894, até, mais ou menos, aos anos trinta, pelo amadorismo se justificava a manutenção da Instituição. Esta situação balizou a relação jogador-dirigente-clubes, o que leva ao questionamento do que obrigou objetivamente alterações substanciais em sua estrutura, a partir deste período. A reversão e a modificação substancial dos seus traçados deve-se a dois motivos: (a) - a profissionalização dos jogadores e (b) - a profissionalização da administração e dos dirigentes esportivos.

À medida que a sociedade modifica seus valores, final da década de 20 e início da década de 30, e o Estado empreende uma política industrial nacionalista, ocorre, no futebol, a transição de esporte amador à condição de profissional. Getúlio Vargas, incentivador da massificação da cultura, utiliza-se desta estratégia, também, para mostrar a construção do Estado Novo. Antunes descreve muito bem qual foi o papel do Estado Novo no gerenciamento de políticas esportivas:

A contribuição do Estado ao esporte foi assegurada pela participação da configuração do sistema administrativo dos clubes, onde o governo intervinha na parte organizacional e burocrática nas associações esportivas, e o Conselho Nacional de Desportos ditava o modelo dos estatutos que deveria ser acatado por clubes de todo o país (1994: p. 102).

Com o surgimento do jogador profissional, o capitalismo “tardio” industrial brasileiro passa a atuar nas relações sociais e o futebol penetra no cotidiano das nossas cidades. No entanto, a administração dos clubes permanece amadora nas mãos de negociantes e industriais que geravam a possibilidade do atleta habilidoso, na *arte da bola*, trabalhar numa indústria ou no comércio e receber altos salários e, acima de tudo, adquirir prestígio social.

O Brasil torna-se, em 1970, a melhor seleção de futebol do mundo e o projeto “desenvolvimentista” dos governos militares propõe, através do futebol, a execução da construção da identidade nacional brasileira. Nesse período vê-se a criação de inúmeros instrumentos para alimentar a estrutura administrativa vigente com feições amadoras, corporativistas e, fortemente, vinculados aos interesses do Estado militar. O Estado subsidiou clubes e campeonatos, construiu estádios, controlou federações, entre outras coisas.¹²

Não vem ao caso, neste texto, questionar ou medir o papel do Estado, no gerenciamento das políticas esportivas, embora se denote que o Estado e o poder econômico, indistintamente da época e de interesses, utilizaram-se do futebol. Interessa, apenas, aqui, reforçar a idéia de que a administração dos clubes e das federações utilizava-se de métodos, indiscutivelmente, amadores e não assumiam a característica de empresa ou de entidade privada com fins lucrativos, nos moldes atuais.

A partir do início e meados dos anos oitenta, o futebol brasileiro sofre modificações gradativas e substanciais em função da crise vivida¹³ e da necessidade emergencial desta superação que se leva à profissionalização generalizada. A “modernização”¹⁴ é de cunho, exclusivamente, mercadológico adequado às sociedades privadas de nossos tempos.

Em outras palavras, o “avanço tecnológico” e “político” brasileiro, declinados por muitos otimistas de plantão, colocam em outros traçados o compromisso do Estado nacional, modificando o comportamento das relações políticas, culturais e sócio-econômicas. Então, a partir dos anos oitenta, podem-se observar novas frentes de empreendimentos, investimentos e visões aos eventos esportivos, aos clubes e às entidades que suportam o futebol profissional.

Nunca é de menos ressaltar que o futebol-emprego remete aos clubes o passaporte para a realização de grandes negócios. Assim, a nomenclatura *dirigente esportivo*, hoje, é imprópria, pois este se constitui em uma nova modalidade de empresário-administrador, o que torna obsoleto o modelo *Estado-Futebol*¹⁵

e, em conseqüência, o jogo-jogador-clube-torcedor se transforma verdadeiramente em objeto de mercado.

Por outra via de argumentação, face ausência financiadora do Estado, como aconteceu durante os governos militares (1964 a 1985), ocorre o esvaziamento do lazer popular. O futebol obriga-se a se inscrever na rota dos empreendimentos capitalistas e a sofrer modificações drásticas tanto quanto ao jogo como quanto aos torcedores, aos clubes e, sobretudo, ao processo de formação dos atletas.¹⁶ Roberto Ramos entende que no futebol: “a vitória e os campeonatos significam lucros. É um grande mercado, que produz e vende espetáculos (...). Contém um enfoque mercantilista” (1984: p. 111).

Nota-se, iniciada a profissionalização, que o formato da Instituição vem se modificando. O *modelo anterior*, direcionado pelo Estado Militar dá lugar ao *modelo atual*, inspirado nas leis do mercado e dos negócios privados. Portanto, o projeto de transformação da estrutura do futebol brasileiro pode ser pensado como reflexo das mudanças no eixo *político* —transição do regime militar ao regime democrático— e *econômico* —da passagem do Estado centralizador ao Estado privado, mínimo—.

Os acontecimentos decisivos e legais que criaram as condições às mudanças na estrutura administrativa do futebol, no sentido histórico e aos marcos que deram início as modificações pensadas, são calcados nos seguintes fatos:

a.) O caso do “Clube dos 13” - A Confederação Brasileira de Futebol, seguindo a tradição autoritária imposta pelos governos militares, em 1987 ignorou o regulamento do campeonato nacional e modificou as regras com a competição em andamento, favorecendo alguns clubes por interesses políticos. Nasce, como oposição aos desmandos da administração da CBF, o movimento *União dos Grandes Clubes Brasileiros*, o chamado *Clube dos 13*, composto pelo São Paulo, Palmeiras, Santos, Corinthians, Flamengo, Fluminense, Vasco, Botafogo, Cruzeiro, Atlético, Grêmio, Internacional e Bahia.

Importante ressaltar que o *Clube dos 13* trouxe, além do questionamento a postura autoritária da CBF, rompimento inicial e tímido com a estrutura *paterna-lista* sustentada no Regime Militar, abrindo espaço ao marketing esportivo e, principalmente, à privatização da administração dos clubes. Os clubes passam a buscar, segundo Lois & Carvalho:

as mais variadas fontes e recursos que possam levá-los a alcançar seus objetivos. A essa busca de recursos, de novos conhecimentos em áreas, como mercadologia, recursos humanos, finanças, etc., que proporcionam o desenvolvimento do esporte, denomina-se marketing esportivo (1998: p. 11).

b.) A “Lei Zico” / Lei nº 8.672/93 - O projeto de Lei interposto por Zico, então Secretário de Esportes do Governo de Fernando Collor de Mello, em 1990, ao

Congresso Nacional, promovia repercussões radicais na organização do futebol, como por exemplo: (1) o fim do escravismo na relação clube/jogador, dando aos jogadores mais autonomia e liberdade no término dos contratos firmados; (2) o rompimento com o modelo intervencionista do Estado às Confederações, às Federações e aos Clubes; (3) o surgimento do clube-empresa; e, (4) as modificações no sistema eleitoral da CBF e a liberdade de filiação. Sabe-se que por força política da CBF e dos Clubes ocorreu, apenas, a valorização do *marketing esportivo* e o surgimento, tímido, do *clube-empresa*.

c.) A “Lei Pelé” ou “Lei do Passe” - No primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, o Ministério Extraordinário dos Esportes, comandado por Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, retomou as discussões originadas pelo projeto de Lei impulsionado por Zico, institucionalizando a extinção do passe, ou seja, o fim do vínculo eterno entre jogador e clube.

d.) O Projeto “Morumbi 2001” - O projeto “*Morumbi 2001*”, a mais audaciosa indicação, no visor empresarial, de que o futebol deve ser um negócio. Em síntese, o estádio está sendo reformado (não é certeza que as intenções do projeto se concretizem) para ter alto padrão de prestação de serviços às pessoas que se aventurarem a assistir a uma partida de futebol e o estádio tem previsão de ar condicionado, acento numerado para todos os espectadores, entradas pagas com cartão eletrônico, vendas de produtos esportivos e outros serviços, um verdadeiro *Shopping*.

Com esses argumentos pode-se grafar que o Futebol se predispõe a ser utilizado pelo poder econômico e atuar como forte instrumento de propaganda do capital entre as massas. A decantada “modernização” obriga drásticas modificações no comportamento dos clubes e no esporte, de maneira geral, tanto no sentido de sobrevivência quanto no fortalecimento do capitalismo vigente. Há, sem sombras de dúvidas, fortes tendências na formação de uma organização empresarial, em torno do futebol, que resultará, cada vez mais, em investimentos maciços na mídia e pela mídia. Luís Fernando Pozzi discorre que:

Nosso mercado esportivo ainda é extremamente concentrado no futebol, com 70% a 75% dos investimentos na mídia esportiva (...), o que equivale a valores anuais em torno de US\$ 500 milhões. Se considerarmos as outras fontes de receita, o futebol movimenta cerca de US\$ 2 bilhões/ano (1999: p. 61).

Como pode ser observado, o mercado e a mídia fazem do futebol um acontecimento lucrativo. Simultaneamente, os clubes passam a realizar parcerias com empresas privadas e surgem as sociedades anônimas, os direitos de arena, as propagandas, os “jogos de azar”, a lei “Zico”, a lei “Pelé”, o projeto “Morumbi 2001”, as “escolinhas de futebol”, enfim, um rol de fatores que reforçam a máxima: o futebol está para a sociedade assim como a sociedade está para o futebol.

Para Ronaldo Helal, mesmo com toda essa transição de modelo, o *negócio futebol* deve:

(...) ir em frente, significando, em última instância, que a modernidade é uma rua de mão única. O segredo do sucesso está em promover a ‘modernização’ administrativa e preservar certos elementos ‘tradicionais’ do espetáculo futebolístico, com a presença de ídolos e o estilo ‘romântico’ de jogo (1994: p. 70).

Em que pese às pretensões de Helal, aos poucos o negócio futebol promove a elitização do espetáculo, do espectador e do jogador. Nesse traçado, o moderno intensifica as substituições necessárias entre esporte popular para atividade restrita às pessoas com bom poder aquisitivo. Em um dos diálogos realizados entre os personagens do filme “Boleiros”, de Ugo Giorgetti, indica-se tal assertiva:

Ex-jogador: “Ary, vamos falar claro: ‘não é se a gente ta ou não nadando em dinheiro, a gente ta é na merda!’”

Treinador profissional: “É, eu vou te contar: ‘Em geral ou você continua no futebol ou você não faz mais nada. Essa é que é a verdade ou você fica no futebol ou fica coçando’.”

Juiz: “Mas até que está melhorando, você pode virar jornalista que nem o Mário Sérgio,¹⁷ tem também as escolinhas de futebol’.”

Treinador da “escolinha”: “Não fala em ‘escolinhas de futebol’, juiz! Não fale em ‘escolinha’ ... porra! Esses moleques vão treinar de carro e acompanhado da mãe. O que é que é? Miss!”

Ao fazer a relação entre a modernização do futebol em nosso país e o objeto de análise desse texto (os jovens “estudantes” das “escolinhas”), aponta-se que no futuro próximo, pelo instrumento da dedução, o perfil dos futuros atletas profissionais de futebol será de origem das classes médias e altas.¹⁸ Em *pesquisa piloto*¹⁹ realizada constatou-se que 78% dos iniciantes são de classe média e seus pais ganham de US\$ 1800 a US\$ 5000, residem em casa própria e advém de centros urbanos não periféricos da cidade.²⁰ Nesse ponto, contraponho aos trabalhos de Mário Filho (1964), Anatol Rosenfeld (1993) e Janet Lever (1983) que muito bem souberam perceber no futebol um forte canal de ascensão social de negros mestiços e pobres, mostra-se que o futebol não mais parece ser um veículo eficaz de mobilidade social. É o que tentarei demonstrar a partir de agora.

Novos Processos de Formação: As “Escolinhas de futebol” como exemplo

O fenômeno “escolinhas de futebol” começa seus primeiros passos em princípio e meados dos anos oitenta, fruto das profundas transformações de cunho *econômico* (o processo de construção dos centros urbanos, impulsionado e refletido pela industrialização), *político* (encaminhamento organizacional ao setor pri-

vado de políticas públicas de lazer) e *cultural* (massificação do lazer e do tempo livre por empreendimentos mercadológicos).

As “escolinhas” só poderiam surgir diante desses caminhos trilhados pela sociedade brasileira que, seguramente, influenciaram modificações no âmbito da cultura. Conseqüentemente, o futebol, um lazer popular, tende a ser apropriado pela lógica econômica: o fim dos campos de várzea,²¹ os novos processos de formação dos futuros atletas e a institucionalização do clube-empresa.

Poderia se dizer que a origem dos iniciantes ao “jogo de bola” surgia das pedradas nas ruas da periferia e das praias, dos campos de várzea e das peneiras²² e os clubes, por sua vez tinham (e ainda têm) sistema de seleção de jogadores para as categorias de base, em formato de peneiras. A narrativa de trecho do filme “Futebol” mostra bem esse sistema:

(...) o garoto tem, em média meia hora para mostrar sua habilidade nas peneiras. (...) O mineiro já examinou mais de 700 meninos e o índice de aproveitamento é igual aos anos anteriores, de cada 1000 garotos só 2 ou 3 são aproveitados.

O jogador de futebol profissional advinha realmente da periferia, dos campos de várzea, das ruas e praias para os clubes. Advinham, posteriormente, também, das equipes de futebol de salão. Inclusive, no visor de investigadores estrangeiros encontra-se o registro de que o jogador brasileiro ainda tem essa origem. Entretanto, atualmente essas afirmações são incorretas, ou no mínimo, merecedoras de reparos, pois com o processo avassalador da urbanização e a organização empresarial em torno do futebol, gradativamente vêm-se inviabilizando “os jogos de bola” improvisados e descontraídos. Aos poucos, o interessado que quiser praticar futebol, compromissado ou não, tem que estar associado a algum clube ou outra pessoa jurídica disciplinadora da formação de futuros atletas.

Hoje, no processo de formação de futuros atletas, pode-se apontar que as denominadas “escolinhas” caracterizam-se em modelo a ser seguido e postulado como modalidade de novas frentes de trabalho (ex-jogadores, professores de educação física, administradores etc.), de reposição de mão de obra à prática do futebol, de ocupação do tempo livre juvenil, entre outras frentes. Faz-se razoável apontar, ainda, que as “escolinhas” surjam em face das complexidades oriundas da realidade social, a partir das condições promovidas pelo “desenvolvimento” industrial e tecnológico condutor de urbanização desarticulada e desorganizada.

De outro modo, tanto o modelo a ser seguido e postulado quanto à limitação dos espaços urbanos à prática livre do futebol (cada vez mais restritos aos condomínios e as propriedades privadas), formam o rol de alguns fatores que impulsionam o surgimento das “escolinhas”.

Portanto, as “escolinhas” nascem porque ocorre: (a)- a diminuição dos espaços, tendo em vista o crescimento populacional vertiginoso dos centros urbanos e em consequência da ocupação territorial; (b)- o futebol e seus agentes passam a incorporar o espírito empresarial e apostam na perspectiva de realização de grandes negócios; (c)- a privatização das políticas públicas de lazer; (d)- a preocupação da classe média com o preenchimento do tempo livre de seus filhos; (e)- a valorização da prática do futebol e, (f)- a formação, distribuição e reposição de mão de obra à manutenção do esporte.

Antes de avançar, pretende-se consignar que as “escolinhas” não são as únicas e exclusivas alternativas à iniciação dos jovens interessados à prática do futebol. Como descrito, anteriormente, há outros métodos de formação de futuros jogadores. No entanto, o que se quer, aqui, demonstrar é que diante dos fatores abordados no texto as “escolinhas” serão, em breve, no caso do Brasil, as maiores fornecedoras da mercadoria cada vez mais rara: o jogador bom de bola.

Na tentativa de ser Jogador: sonhos e delusões

De forma direta, entende-se que o futebol postula ser “rotulado” como um instrumento de fortalecimento das relações capitalistas,²³ criando em sua volta uma indústria: *a indústria do futebol* vai desde a difusão de “escolinhas” até as sociedades anônimas.

Se for correto afirmar que o futebol assume uma das frentes do fortalecimento das relações capitalistas, as “escolinhas” (enquanto local de ensino à prática de “jogar bola com os pés”, mediante contra-prestação econômica) funcionam como veículo de propaganda dos símbolos e dos códigos do capital moderno, ou seja, dinheiro, poder, fama, badalações, competição individualizada, alienação (do ponto de vista da consciência social e da crítica) e esvaziamento do sujeito coletivo. A fala no filme “Futebol” de Vinicius, menino que fez viagem de 800 km para fazer peneira no Clube de Regatas Flamengo (Rio de Janeiro), reporta o quando o futebol é um sonho e substitui as demais instituições de formação do sujeito social:

Por futebol eu faço sacrifício (...). É um sonho! Qualquer garoto quer ser jogador de futebol. Aqui no Brasil, desde pequeno, você já tem futebol na cabeça... Brasil treta campeão! E eu acho que é a profissão que todo mundo quer ter (sic).

Agora, afastando-se da análise sobre as transformações na sociedade e das condições que viabilizaram modificações no processo de formação do jogador profissional, bem como da estrutura do futebol brasileiro, adentra-se para desvendar o porquê desse processo deixar de ser prazeroso, saudável e lúdico, passando a ser atividade frustradora e decepcionante. Portanto, em quais construções sub-

jetivas está calcada a relação “jogo-negócio” para se inscreverem no corpo e na vida social do iniciante sonhos e desilusões com o futebol? Os atrativos do econômico, a mídia e as expectativas de mobilidade social amoldam os sonhos dos iniciantes e iniciados. As desilusões, ou seja, a constatação do fim do sonho, inscrevem-se para o resto da sociabilidade do jovem, no corpo e na vida social, deixando as marcas do insucesso, da baixa estima e da dependência. O depoimento de desespero de Jeosmar, um dentre milhares de jovens que tentam o sonho de ser jogador de futebol profissional, gravado no filme “Futebol”, da GNT, contrasta a busca, o insucesso e a expectativa de realização de seu sonho e aponta para a resposta da questão formulada:

(...). No ano 2000 eu vô ta bem, vô ta de bem com a vida, vô ta jogando, vô ta de carro, vô ta de celular, vô ta de menina bonita do meu lado (...). E vocês estão convidados por que eu vou fazer um churrasco lá em casa no ano 2000. Tudo mundo vai ta lá! Promessa é dívida. Eu to prometendo e eu vou cumprir (sic).

Para a multidão de jovens iniciantes, o futebol é um grande sonho, antes de ser um esporte ou uma arte. O sonho de ser Ronaldo, Rivaldo, Romário, etc., passa o discurso e o imaginário de todos os jovens entrevistados na pesquisa piloto, indistintamente da origem social. 99% dos jovens questionados quando assistem a uma partida de futebol pela TV sonham, um dia, ser um jogador famoso como Ronaldo, Rivaldo ou Romário. Na mesma proporção (99%), os jovens deixariam tudo de lado para obter sucesso na carreira. O contraste entre o desejo e a realidade é infinitamente grande e desproporcional. De cada 1000 jovens interessados somente 2 ou 3 chegam a iniciar e desses iniciantes somente 3% concretizam o grande sonho: ser jogador de futebol famoso.

As entrevistas realizadas confirmam que o jovem iniciante tem esperança e expectativa de se transformar em jogador de fama e prestígio, bem como deixaria escola, família, emprego, etc. para alcançar seu sonho:

(...). Na realização do meu sonho eu deixei de estudar e eu só penso em futebol. É futebol todos os dias cedo, tarde e noite e eu não consigo pensar em mais nada na vida. Pelo futebol eu faço qualquer coisa e qualquer sacrifício²⁴ (sic).

Na mesma esteira de argumentação Fabrício, personagem real do filme “Futebol” da GNT, deixa claro por quais motivos persegue o sonho (seu e de muitos jovens brasileiros) de ser jogador de futebol:

Quando vi os jogadores jogando, os jogadores nê: famosos! Jogadores famosos que estão ai na seleção. Sonhei... até sonhei. A gente imagina fazer as jogadas no sonho. A comemoração, os repórteres correndo, fotografando, a galera cantando o nome: **F A B R Í C I O**. As garotas dando em cima. Isso tudo passa na cabeça da gente. Saindo nas frentes dos jornais, na televisão dan-

do entrevista como jogador. Meu grande sonho é ser um grande jogador de futebol (sic).

O depoimento do empresário carioca Zé Mauro sobre os jovens Edmilson e Jeosmar, no filme *Futebol*, mostra o quanto os iniciantes são iludidos com a perspectiva de serem colocados num grande clube ou de realizar contratos milionários:

(...) são dois jogadores que eu pretende ganhar muito dinheiro com eles. Um jogador de 15-16 anos de excelente nível técnico ele vale hoje US\$ 500 mil dólares para frente. Uma tacada grande você ganha, assim, 5 milhões, 2 milhões, 3 milhões; de repente acontece. (sic)

As frustrações são grandes. Primeiro pela ocorrência de imprevistos. Segundo, por ser a competição muito concorrida. Terceiro, por que a “venda” das esperanças são maiores do que as possibilidades.

Os obstáculos são muitos. Os jogadores dependem da *sorte* (do treinador gostar do estilo de jogo do iniciante, de ter um empresário de prestígio, de ter apadrinhamento no clube, como exemplos), de *azar* (estar num momento infeliz, não sofrer lesões de natureza grave que inviabilize a carreira, entre outros), de *subordinação* (bom menino, boa imagem, humilde, obediência, etc.) e de *perseverança* (não se pode desistir nas primeiras negativas de teste para iniciação), como elementos mínimos ao sucesso.

Os processos seletivos para escolha de jovens que procuram os clubes para realização de testes são muito concorridos e desgastantes. Num período de peneira, em um clube de renome (o exemplo do filme *Futebol* foi o Clube de Regatas Flamengo, do Rio de Janeiro), como ficou consignado, anteriormente, chega a haver quase 1000 jovens candidatos, por vez. Sabe-se que os escolhidos ficam em torno de 1 ou 2 selecionados e, as vezes, nenhuma escolha. A frustração é marcante.

A mídia, os treinadores, os empresários, os dirigentes, enfim, os agentes esportivos funcionam, consciente e inconscientemente, como vendedores de sonhos aos jovens. Por sua vez, a juventude acrítica, esvaziada da sua capacidade de ser sujeito social,²⁵ incorpora a esperança de satisfazer um sonho: ser jogador de futebol famoso e bem sucedido. As possibilidades são mínimas e frustrante. Para Ricardo Melani a máxima de que o futebol é um grande instrumento de “mobilidade social” não é verdadeira:

(...). O modelo de exclusão é claro: No Brasil, por exemplo, apenas 3% total de jogadores profissionais de futebol têm contratos acima de dez salários mínimos; mais de 70% dos jogadores recebem até dois salários (...). A vida glamourosa e milionária do jogador profissional divulgada pela mídia não passa de aparência. Apenas 3% vivem no mundo de Romário, Marcelino Carioca, Ronaldinho e Companhia. (1999: p. 88)

O futebol, na esmagadora maioria das vezes, indica ser mais um (parece ser sensato permear por essa afirmativa) objeto de sonhos, desilusões e frustrações, do que um veículo importante de mobilidade social. Contudo, não se nega que muitos jovens de origem pobre (são os casos dos jogadores famosos citados) chegaram a fama, usufruindo-se de benefícios dos altos salários.

Ultrapassado os elementos subjetivos que estruturam a relação “jogo-negócio”, insiro a temática das “escolinhas” como sendo um elemento complicador para a satisfação dos desejos da juventude em ser jogador de futebol e famoso. A inserção é indicada (do ponto de vista do aumento das dificuldades de satisfação dos sonhos) pela via da exclusão econômica. Embora a possibilidade só se faça totalmente plausível e segura desde que o modelo “escolinha” passe a ser a principal fonte fornecedora de mão de obra às equipes, não se pode duvidar que, diante das transformações da estrutura e de empreendimentos capitalísticos em torno da instituição, quem não tiver capacidade econômica de “*estudar na escola para aprender a jogar bola*” ficará fora e se não ficar de fora, no mínimo, terá muitas dificuldades de acesso ao processo de iniciação nos clubes de futebol profissional.

No Brasil, ainda hoje, vende-se a imagem de que o futebol é excelente canal de mobilidade social às pessoas de baixo poder aquisitivo (negros, mestiços e pobres). As obras de Mário Filho (1964) e Janet Lever (1983), em tempos diferentes, têm o mesmo fio condutor, ou seja, defendem a idéia de que o futebol configura-se como instrumento de mobilidade social. Não deixa de ser um instrumento de mobilidade social. Todavia é muito mais um instrumento de frustração, de desilusão e de sonhos do que de acesso às esperanças construídas diante da expectativa de ser um jogador de futebol famoso.

Contrário às visões de Mário Filho e Janet Lever, acrescido a problemática das chamadas “escolinhas de futebol” que indicam novo perfil ao atleta profissional de futebol, pode-se intuir que os futuros jogadores poderão não mais advir das classes populares, mas sim advir das classes sociais com maior capacidade de suportar os dispêndios da ocupação espacial, temporal e econômica à formação de seus filhos.²⁶

Walter Gama,²⁷ ao pesquisar um grupo de 230 jogadores da divisão de elite do futebol paulista, na atualidade, chegou a conclusão que:

(...). Só 10% dos atletas saem dos campos da várzea, pois a maioria é formada nas escolinhas dos clubes. A família é a principal influência na escolha profissional de 61,30% dos entrevistados. (...) os pobres estão sendo cada dia mais alijados do futebol. A classe média passou a enxergar o futebol como um meio de vida para seus filhos, investindo em ‘escolinhas’ de futebol como quem investe em uma escola de língua. (...) Além disso o futebol moderno exige atletas com base alimentar mais sólida na sua infância, mais acessível à classe média.

Não se pode negar que as “Escolinhas de Futebol” fomentam o surgimento de mais um mecanismo de produção de subjetividade e de violência no processo de formação do futuro atleta profissional e do iniciante, de ordem psicológica, sócio-cultural, econômica, etc., contribuindo a mídia para reforçar as projeções, sonhos e ilusões no imaginário dos jovens que querem, a qualquer custo, ser Romários, Ronaldos, Rivaldos, entre outros milionários famosos.

Conclusão

O processo de formação dos futuros atletas profissionais de futebol, compreendendo nosso tempo e espaço sociais, promove novos formatos de violências, em face da modernização da sociedade e do futebol brasileiro que se alinharam aos interesses mercadológicos da privatização e da empresa/lucro, respectivamente, produzindo, aos olhos e aos sonhos dos iniciantes, a negação da possibilidade do futebol ser, inquestionavelmente, um instrumento de mobilidade social.

Em nenhum instante escamoteou-se que a caminhada para ser jogador de futebol profissional no Brasil é difícil e repleta de entraves. Inclusive, não se negou que, embora difícil à profissionalização, havia mobilidade social às classes populares,²⁸ mesmo de forma tímida. A mobilidade social ao que se indica era e é fechada. Talvez, quem sabe, as “escolinhas de futebol”, se consolidado como modelo indispensável à reposição e à venda da mão de obra do “jogo” funcionaram como um complicador aos sonhos dos jovens iniciantes, pela via do econômico. Por sua vez, a origem do jogador brasileiro poderá sofrer modificações se os futuros craques forem oriundos de “escolinhas”, pois aprendizado passa, necessariamente, pela capacidade econômica do iniciante.

A mobilidade social ao que se indica era e é fechada. Talvez, quem sabe, as “escolinhas de futebol”, se consolidado como modelo indispensável à reposição e à venda da mão de obra do “jogo” funcionaram como um complicador aos sonhos dos jovens iniciantes, pela via do econômico. Por sua vez, a origem do jogador brasileiro poderá sofrer modificações se os futuros craques forem oriundos de “escolinhas”, pois aprendizado passa, necessariamente, pela capacidade econômica do iniciante.

O fenômeno “escolinhas”, com as características aqui apresentadas, mostra-se como um grande negócio. Roberto Rivelino, ex-jogador tricampeão mundial pela Seleção brasileira de 1970, tem uma das mais renomadas “escolinhas”, possuindo mais de oitocentos alunos, entre meninos e meninas. As cotas mensais giram em torno de US\$ 50,00.-²⁹ por aluno.

Outros exemplos mais atualizados são as “escolinhas” de franquia com grandes clubes. Os clubes ganham determinado percentual na renda mensal de suas

representantes e se comprometem a acolher os iniciantes que despontam nas “escolinhas”. Por exemplo, a franquia do São Paulo Futebol Clube, sediada em Taubaté, tem aproximadamente 400 alunos, entre meninos e meninas, que pagam, individualmente, em média, US\$ 45,00.- mensais para aprenderem a jogar futebol ou para eliminar barreiras dos testes de admissão ao futebol profissional.³⁰

A violência à juventude indicada no texto resume-se no *futebol-negócio*, promotor, consciente ou não, da elitização do processo de iniciação e, nesse traçado, o “moderno” intensifica as substituições necessárias e diga-se de passagem que a “modernização” se encontra adaptada aos novos padrões impostos à sociedade brasileira. O futebol nada mais está fazendo do que aderir às regras de mercado, adentrando no esquema empresarial e cuidando a mídia de incorporá-lo, bem como mantê-lo, no imaginário da massa, enquanto atividade popular.

Em se tratando da profissionalização administrativa aqui pensada, surge a possibilidade da indicação de que o futebol atual produz violência subjetiva quando impõe à juventude o desejo, apenas, de tomar assento num mundo de sonhos e de excitações disponível somente à minoria.

Por outra via explicativa, a relação entre o futebol e o Poder Econômico não significa mostrar quantas cumplicidades existem entre esse processo e a formação do atleta, mas significa sim, a afirmação de que a Instituição Futebol compreende o seu momento geográfico, temporal, político e econômico e, sem sombra de dúvidas o cerceamento econômico da prática do lazer popular com o surgimento das “Escolinhas” pode ser explicável diante da decantada “modernização”.

Diante das “modernizações” propostas ao futebol e à sociedade brasileira fica a indicação de algumas possibilidades de indagações:

(a) - O futebol **não foi** (aos olhos dos saudosistas), **não é** (aos olhos dos críticos) e **nem será** (aos olhos dos otimistas) uma atividade exclusivamente lúdica e ingênua. No Brasil a Instituição Futebol, assim como a história da construção do Estado brasileiro, sofre influência dos ventos políticos, econômicos e sócio-culturais projetados pelo pensamento dominante, obrigando-se a se enquadrar ao momento ditado pelo discurso da ordem vigente (Helal, 1997; Lever, 1982; Pimenta, 1997: pp. 46-52; Ramos, 1984; Santos, 1981).

(b) – As “escolinhas”, na contra-ordem da arte de jogar futebol (Rosenfeld, 1993), colocam em risco a malandragem e a alegria do estilo brasileiro de jogar futebol, face aos movimentos empresariais e aos investimentos/retornos na formação do atleta, cuja preocupação é o resultado: lucro.

(c) - A violência subjetiva aflora no movimento de adequação futebol-formação-negócio e na configuração dos instrumentos de formação dos futuros atletas, exigindo-lhes condições econômicas para suportar os custos de sua formação profissional, cerceando a participação daqueles sem esta condição.

(d) – O não cerceamento do acesso popular ao “jogo de bola”, pela improvável não adequação do esporte ao mencionado projeto “modernizador”, poderá amenizar a extinção das práticas tradicionais de formação de atletas profissionais ou não inibir o viés empresarial em curso.

Ultrapassado as indagações, cabe reconhecer que os apontamentos e as análises contidas nesse artigo não são determinantes ou definitivas, mas são, sim, possibilidades latentes que, através do estudo sobre futebol e seus reflexos nos jogos de relações sociais, abre-se uma gama de argumentos para desvendarmos as facetas históricas, sócio-culturais, econômicas, políticas, etc. de nossa sociedade.

Bibliografía

- Antunes, Fátima Martin Rodrigues Ferreira 1994 “O Futebol nas Fábricas”, em *Dossiê Futebol* (São Paulo), nº 22.
- Arce, Gustavo (S/D *El fútbol: mucho más que una pasión, para infantiles, juveniles y mayores* (Buenos Aires: Ministério de Gobierno y Justiça / Instituto Bonaerense del Deporte).
- Baudrillard, Jean 1992 *A Transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos* (Campinas: Papyrus).
- Berthaud, Ginette & Brohm, Jean-Marie 1972 *Sport, Culture et Répression* (París: Librairie François Maspero).
- Bourdieu, Pierre 1998 [1989] *O Poder Simbólico* (Rio de Janeiro: Bertrand Brasil).
- Caldas, Waldenyr 1994 “Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro”, em *Dossiê Futebol* (São Paulo), nº 22.
- Elias, Norbert & Dunning, Eirc 1992 *Deporte y ocio en el proceso de la civilización* (Madrid: Fondo de Cultura Económica).
- Ferrer, Antonio Wanceulen 1982 *Las Escuelas de Fútbol: organización de la función social y de los aspectos físico-técnicos* (Sevilla: Librería Esteban Lanz Mártires).
- Florenzano, José Paulo 1998 *A Rebelião no Futebol Brasileiro*. (São Paulo: MUSA).
- Foucault, Michel 1979 *Microfísica do poder* (Rio de Janeiro: Graal).
- Gramados, Santiago Romero 1997 *El fenómeno de las Escuelas Desportivas Municipales: nuevos Modelos y necesidades de cambio?* (Sevilla: Instituto de Deportes / Ayuntamiento de Sevilla).
- Guattari, Félix 1992 *Caosmose: um novo paradigma estético* (São Paulo: Ed. 34).
- Guedes, Simoni Lahud 1998 *O Brasil no Campo do Futebol: estudos Antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro* (Niterói: EDUFF).
- Diórgenes, Glória 1998 *Cartografias da Cultura e da Violência: gangues, galeras e o movimento hip hop* (São Paulo: Annablume/Secretaria da Cultura e Desporto de Fortaleza).
- Helal, Ronaldo 1994 “Estádios vazios, ausência de ídolos: reflexão sobre a crise do futebol brasileiro”, em *Revista Pesquisa de Campo* (Rio de Janeiro), nº 0.

- Helal, Ronaldo 1997 *Passes e Impasses: futebol cultura de massa no Brasil* (Petrópolis: Vozes).
- Lever, Janet 1983 *A loucura do Futebol* (Rio de Janeiro: Editora Record).
- Linaza, José & Maldonado, Antonio 1987 *Los juegos y Deporte en el desarrollo psicológico del niño* (Barcelona: Anthropolos).
- Lois & Carvalho 1998 *A Co-gestão Esportiva no Futebol: o caso juventude-parmalat* (Passo Fundo: Ediupf).
- Filho, Mário 1964 *O negro no futebol brasileiro* (Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira).
- Mazzoni, Thomaz 1950 *história do Futebol Brasileiro* (São Paulo: Edições Leia).
- Melani, Ricardo 1999 "Futebol e Razão Utilitária", em *Futebol: espetáculo do século* (São Paulo: Musa).
- Morin, Edgar 1986 *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. (Rio de Janeiro: Universitária).
- Murad, Maurício 1996 *Dos pés à cabeça: - elementos básicos de Sociologia do Futebol* (Rio de Janeiro: Irradiação Cultural).
- Murphy, Patrick; Williams, John & Dunning, Eric 1994 *O Futebol no banco dos réus: violência dos espectadores num desporto em mudança* (Oeiras/Portugal: Celta Editora).
- Ortiz, Renato 1983 "Gostos de classe e Estilos de Vida", em *Bourdieu: Coleção Grandes Cientistas Sociais* (São Paulo: Ática).
- Pimenta, Carlos Alberto Máximo 1996 "A Complexidade das Relações Societárias e os Novos Sujeitos: a violência como ponto de partida", em *Revista Ciências Humanas* (Taubaté), vol 2, nº 1.
- Pimenta, Carlos Alberto Máximo 1997 *Torcidas Organizadas de Futebol: violência e auto-afirmação, aspectos da construção das novas relações sociais* (Taubaté: Vogal Editora).
- Pimenta, Carlos Alberto Máximo 1998 "Torcidas Organizadas de Futebol: mimese do despotismo militar", em *Revista Ciências Humanas* (Taubaté), vol 4, nº 1/2.
- Pimenta, Carlos Alberto Máximo 1999 "As transformações na estrutura do futebol brasileiro: o fim das Torcidas Organizadas nos estádios de futebol", em *Futebol: espetáculo do Século* (São Paulo: Musa).
- Pouillart, G. 1987 *Las Activités physiques et sportives: enseigner, animer, entraîner* (Paris: Éditions Amphora).

- Ramos, Roberto 1984 *Futebol: Ideologia do poder* (Petrópolis: Vozes).
- Rodrigues, Nelson 1994 *A pátria em chuteiras: novas crônicas de futebol* (São Paulo: Companhia das Letras).
- Rodrigues, Nelson 1993 *À sombra das chuteiras imortais: crônicas de futebol* (São Paulo: Companhia das Letras).
- Rosenfeld, Anatol 1993 *Negro, Macumba e Futebol* (São Paulo: Perspectiva-EDUSP-Editora da Universidade Estadual de Campinas).
- Santos, Joel Rufino dos 1981 *História política do futebol brasileiro* (São Paulo: Brasiliense).
- Santos, Marco Antonio S. 1999 “Periferia e várzea um espaço de sociabilidade”, em *Futebol: espetáculo do século* (São Paulo: Musa).
- Silva, Elisabeth Murilho da 1996 *As ‘Torcidas Organizadas de Futebol’: Violência e Espectáculo nos Estádios* (São Paulo: Dissertação de ME - PUC/SP).
- Strasser, Carlos 1999 *Democracia & Desigualdad: sobre la “democracia real” a fines del siglo XX* (Buenos Aires: CLACSO/ASDI).
- Toledo, Luiz Henrique de 1994 “Transgressão e violência entre torcedores de futebol”, em *Dossiê Futebol* (São Paulo), nº 22.
- Toledo, Luiz Henrique de 1996 *Torcidas Organizadas de Futebol* (Campinas: Editora Autores Associados/ANPOCS).
- Verdú, Vicente 1980 *El Fútbol: Mitos, Ritos y Símbolos* (Madrid: Alianza Editorial).
- Wacquant, Loïc J.D. 1997 “Da América como o Averso da Utopia”, em *Cultura e Subjetividade: saberes Nômades* (São Paulo: Papyrus Editora).
- Weffort, Francisco 1992 *Qual Democracia?* (São Paulo: Cia. Das Letras).

Filmes

- Giorgetti, Ugo 1998 *Boleiros* (São Paulo: Secretaria do Estado da Cultura do Estado de São Paulo – TV Cultura).
- Fontes, Arthur & Salles, João Moreira 1998 *Futebol* (Rio de Janeiro: GNT).

Notas

1. A Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, no mês de outubro de 1999, realizou seminário denominado *Futebol: Espectáculo do Século*, em

que se discutiu, entre outros assuntos, o tema *Futebol Empresa* e apontou-se para os novos rumos do esporte: os lucros e negócios.

2. A academia brasileira tem de forma esparsa e tímida, porém eficaz, promovido investigações científicas acerca do futebol e das mudanças em sua estrutura. No levantamento dessas investigações pode-se perceber que nos discursos temáticos aflora-se, de uma forma ou de outra, no caso do futebol, à dinâmica esporte e sociedade. Digo que o debate sobre futebol e suas transformações estruturais não é inédito. O que é inédito, sem sombra de dúvida, é a tendência da constituição de núcleos de investigação e da perspectiva de compreensão da sociedade através da leitura da Instituição Futebol.

3. O presente artigo (ensaio) não tem a pretensão de ser considerado como acabado e verdadeiro, pois trata-se de investigação inicial, cujos dados ainda estão em fase de coleta e análise. Porém, as argumentações exaradas no transcurso desse texto são reflexos das informações levantadas em campo.

4. A Democracia tem sido uma das grandes preocupações das Ciências Sociais na América Latina. Nos textos de Francisco Weffort (1992) *Qual Democracia?* (São Paulo: Cia. Das Letras) e de Carlos Strasser (1999) *Democracia & Desigualdad: sobre la "democracia real" a fines del siglo XX* (Buenos Aires: CLACSO/ASDI) pode-se ter uma grande idéia das subjetividades e violências de nossos "tempos democráticos liberais".

5. Trata-se, o presente texto, de um aspecto da investigação que venho desenvolvendo junto ao Programa de Pós-graduação, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sobre o fenômeno das "Escolinhas de Futebol", os sonhos e as ilusões no imaginário da juventude."

6. O São Paulo Futebol Clube é um dos maiores clubes do Brasil, sendo bicampeão interclubes (mundial) nos anos 90-/91, contando, atualmente, com 12 milhões de torcedores.

7. O filme "Boleiros" de Ugo Giorgetti resume-se em produção cinematográfica, envolvendo ex-jogadores de futebol ou desportistas que se reúnem num bar para relembrar "casos" do futebol. Do minuto 27 a 37 do filme, aproximadamente, os desportistas fazem pequena referência à modernização do futebol no Brasil e tomam como exemplo as "escolinhas". Cabe informar que toda vez que for mencionado no texto o filme *Boleiros* refere-se a análise realizada do minuto 27 a 37 do filme.

8. A empresa de televisão brasileira GNT produziu sob a direção de Arthur Fontes e João Moreira Salles o programa de vídeo denominado "Futebol". Trata-se de uma série de três programas e pela narrativa de futuros, atuais e ex-jogadores de futebol vai se constituindo/construindo uma teia de relações complexas, instigantes e comoventes. Nossa atenção prende-se ao denomina-

do “Programa I” que mostra a busca de jovens ao sonho do profissionalismo. Cabe informar que toda vez que for mencionado no texto o filme *Futebol* refere-se a análise realizada do “Programa I” da série.

9. A literatura sobre história do futebol brasileiro (Thomaz Mazzoni e outros) e posteriormente as obras de Ciências Sociais levantadas, devidamente referidas na bibliografia desse artigo, indicam que o futebol foi introduzido no Brasil em 1894, através do filho de britânicos Charles Miller que estudou na Europa e que o “esporte bretão” entra na nossa cultura proliferando entre as massas populares, recebendo características próprias e universais.

10. As obras de Mário Filho, Janet Lever e os filmes “Futebol” e “Boleiros” (se constam nesta) mostram muito bem como são selecionados os iniciantes ao jogo de bola.

11. Ver Mário Filho *Op. Cit.* e Thomaz Mazzoni (1950) *História do Futebol Brasileiro* (São Paulo: Edições Leia).

12. A título de exemplo, no auge da repressão militar, o Estado determina as formas de organização e execução dos caminhos a serem seguidos pelos Clubes, Federações e Confederações de futebol. O Presidente da República, General Emílio Garrastazu Médici, em 1969, cria, juntamente com empresários, a declamada “Loteria Esportiva Nacional” na intenção de produzir receitas para financiar programas de governo e o esporte. Ver as obras de Janet Lever e Joel Rufino dos Santos que se constam nesta.

13. A década de oitenta foi um período em que ocorreu esvaziamento dos estádios de futebol, pela baixa qualidade dos jogos, campeonatos deficitários e desorganizados, entre outros problemas colocando em “xeque” a postura protecionista do Estado Militar, abrindo cada vez mais espaços ao debate sobre a necessidade da profissionalização da estrutura administrativa do futebol no Brasil. Ver: Ronaldo Helal (1994: pp. 61/70; 1997).

14. “Modernização”, aqui, é entendida como momento de transição da administração dos clubes e federações de futebol, de amadoras para profissionais e empresariais, sem, no entanto, adentrarmos nas discussões travadas nas Ciências Sociais sobre “modernidade” e “pós-modernidade”.

15. O *Estado-futebol* pode ser entendido como instituições amadoras subvencionadas pelo Estado, em tese, sem fins lucrativos que compreende o período de 1930 a 1988, aproximadamente.

16. Não se nega aqui que em outros tempos (1930, 1950, 1970, por exemplo) o futebol não sofria influência do capitalismo. Pelo contrário, o futebol só se difundiu no Brasil face ao processo de industrialização. Os marxistas, desde outrora, alertavam que “la influencia del capitalismo sobre el deporte es evidente, ello no significa necesariamente que, en su esencia, el deporte sea um

simple elemento del proceso de producción capitalista, un modo de relación específico de este sistema.” (Berthaud & Brohm, 1978: p. 8).

17. Mário Sérgio foi um grande jogador de futebol brasileiro que atuou no São Paulo Futebol Clube, no Grêmio de Futebol Portoalegrense e outras equipes. Ficou famoso, quando jogador, e recebeu o apelido de “Pistoleiro”, quando numa partida de futebol entre o Esporte Clube São José e o São Paulo Futebol Clube viu-se obrigado a sacar sua arma de fogo e atirar em torcedores revoltados contra a má atuação de seu clube.

18. Não se trata de uma afirmação prematura, embora merece maior aprofundamento e comprovação empírica, porém não se nega que vivemos num momento de empresariamento do lazer e do ócio e em breve poderá ocorrer o cerceamento das classes populares ao processo de formação do atleta profissional de futebol.

19. Toda vez no texto que contiver o termo “pesquisa piloto”, trata-se das entrevistas e questionamentos realizados junto aos alunos da “escolinha” do São Paulo Futebol Clube, franquia Taubaté, realizada em dezembro 1999.

20. Fonte: pesquisa piloto.

21. A várzea é, sem sombra de dúvida, a primeira forma de surgimento de atletas de futebol profissional e a restrição dos espaços de prática de futebol amador traduz-se em especulação imobiliária e em reflexo direto da urbanização desarticulada e acelerada, impulsionadas no período dos governos militares. O trabalho de investigação promovido por Marco Antonio S. Santos (1999: pp. 117-118) demarca as relações futebol, periferia e várzea.

22. “Peneiras” são os processos seletivos de meninos que procuram os clubes para realização de testes, cujo objetivo é escolher os que se destacam ou despontam como prováveis jogadores de futebol. Normalmente, a título de exemplo do grau de dificuldade da escolha, numa peneira de 1.000 interessados seleciona-se 1 ou 2 e muitas vezes nenhum.

23. Óbvio que essa interpretação não é a única possível, face às contradições e complexidades em jogo, mas é plausível tal assertiva, diante da enorme movimentação de capital, entre negociações e investimentos, em torno do futebol.

24. Fonte: pesquisa piloto.

25. Inúmeros pesquisadores vem trabalhando a questão do esvaziamento de *consciência crítica* dos *novos sujeitos sociais*. Ver Pimenta, Carlos Alberto Máximo (1996) “A Complexidade das Relações Societárias e os Novos Sujeitos: a violência como ponto de partida”, em *Revista Ciências Humanas* (Taubaté), vol 2, nº 1.

26. O filme “Boleiros”, de Hugo Giorgetti, mostra muito bem a afirmativa do texto.

27. Fonte: *Jornal do Futebol*, Julho 1994: p 01. A presente pesquisa consta na obra de Carlos Alberto Máximo Pimenta (1997) *op. cit.*.

28. As obras de Mário Filho (1964) e Janet Lever (1983) abordam a temática da mobilidade social aos negros, mestiços e brancos pobres, porém não era objeto de análise das referidas obras a problemática da violência subjetiva e objetiva no processo.

29. Os dados utilizados foram obtidos em pesquisa de campo realizada em 1994. Ver Carlos Alberto Máximo Pimenta (1997) *op. cit.*, p. 55.

30. Fonte: pesquisa piloto.

