

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

Jailson Gentil da Silva

Figueirense Futebol Clube (1999-2010): da identidade popular à mercantilização do futebol.

Florianópolis

2019

Jailson Gentil da Silva

Figueirense Futebol Clube (1999-2010): da identidade popular à mercantilização do futebol.

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em História do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Bacharel e Licenciado em História.

Orientador: Prof. Adriano Luiz Duarte, Dr..

Florianópolis

2019

Ficha de identificação da obra

SILVA, Jailson Gentil da

Figueirense Futebol Clube (1999-2010): da identidade popular à mercantilização do futebol. / Jailson Gentil da SILVA; orientador, Adriano Luiz Duarte, 2019.

70 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Graduação em História, Florianópolis, 2019.

Inclui referências.

1. História. 2. Futebol. 3. Figueirense. 4. Identidade popular. I. Duarte, Adriano Luiz. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em História. III. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
COLEGIADO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA
ATA DE DEFESA DE TCC

Aos seis dias do mês de dezembro do ano de dois mil e dezenove , às nove horas e trinta minutos, na sala 10 do Departamento de História, reuniu-se a Banca Examinadora composta pelos seguintes membros, Prof.: Adriano Luiz Duarte (Orientador(a) e Presidente); Prof. Thiago Santini Breda (Titular); Profª Patrícia Volk Schatz (Suplente), designados pela Portaria Tcc nº 83/HST/CFH/2019, a fim de arguirm sobre o Trabalho de Conclusão de Curso do(a) Acadêmico(a) **Jailson Gentil da Silva** , intitulado: “**Figueirense Futebol Clube (1999-2010): da identidade popular à mercantilização do futebol**”. Aberta a Sessão pelo Senhor Presidente, o acadêmico expôs o seu trabalho. Terminada a exposição dentro do tempo regulamentar, o mesmo foi arguido pelos membros da Banca Examinadora e, em seguida, prestou os esclarecimentos necessários. Após, foram atribuídas, pelos membros da banca as seguintes notas, Prof. Adriano Luiz Duarte, nota 9,5, Prof. Thiago Santini Breda, nota 9,5, Profª Patrícia Volk Schatz., nota 9,0, sendo o acadêmico aprovado com a nota final 9,5. O acadêmico deverá entregar na Coordenadoria do Curso de Graduação em História em versão digital, o Trabalho de Conclusão de Curso em sua forma definitiva, até o dia 20 de fevereiro de 2020. Nada mais havendo a tratar, a presente ata será assinada pelos membros da Banca Examinadora e pelo candidato.

Florianópolis, 6 de dezembro de 2019

Prof. Adriano Luiz Duarte (Orientador):.....*Adriano*.....
Prof. Thiago Santini Breda (Titular):.....*Thiago Santini Breda*.....
Profª. Patrícia Volk Schatz (Suplente):.....*Patrícia Volk Schatz*.....
Jailson Gentil da Silva (Candidato):.....*Jailson*.....



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
Campus Universitário Trindade
CEP 88.040-900 Florianópolis Santa Catarina
FONE (048) 3721-9249 - FAX: (048) 3721-9359

Atesto que o acadêmico (a) Jailson Gentil da Silva ,matrícula n.º 13106652, entregou a versão final de seu TCC cujo título é **Figueirense Futebol Clube (1999-2010): da identidade popular à mercantilização do futebol** , com as devidas correções sugeridas pela banca de defesa.

Florianópolis, 30 de Janeiro de 2020.

Orientador(a)

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, ao Professor Márcio Roberto Voigt pela orientação e serenidade de suas colocações para construção desse trabalho. Mesmo distante geograficamente, sem a sua atenção e dedicação, não seria possível a finalização deste projeto.

A minha família pelo apoio e paciência em toda essa jornada do curso, em especial à minha esposa Soraia e minha filha Júlia. Também de maneira especial à minha mãe Geny, que soube suportar a criação sozinha de dois filhos, conseguindo levar ambos à finalizarem seus cursos acadêmicos. Da mesma forma, minha avó Catarina, que a auxiliou em nossa educação. Aos já falecidos Gentil, meu pai, e Sílvio, meu sogro, a lembrança e o agradecimento pelo exemplo de vida que me deram. Ao meu irmão Janilton e sua esposa Luciana por suportarem todos esses anos de luta, sempre apoiando minhas decisões.

Aos demais familiares, cunhados, concunhados, sobrinhos e sobrinhas, o agradecimento fraterno e verdadeiro, em particular aos meus afilhados e afilhadas, Teo, Isabela Taís e Arthur.

Aos amigos da Cebra, onde trabalhei durante quinze anos e além de companheiros de trabalho, fiz grandes amigos e da mesma forma, estendo aos atuais colegas de trabalho da Intelbras.

Ao companheirismo dos amigos de arquibancada do Figueira, que sofrem juntos, mas não desistem de torcer pelo alvinegro do Estreito.

Ao suporte e desprendimento do Professor Adriano Duarte por aceitar ser o orientador oficial e à Professora Renata Palandri pelas orientações pertinentes na escrita deste trabalho. Também ao corpo docente do Departamento de História da UFSC e seus funcionários que deram todo suporte durante todos esses longos anos acadêmicos. Seus ensinamentos serão levados ao longo de toda vida.

Inúmeras seriam as pessoas que poderia citar que fizeram e fazem parte de minha vida e que de alguma forma contribuíram, e ainda contribuem para minha trajetória, mas com certeza deixaria de fora alguém importante, com carinho deixo registrado meu agradecimento a todos os amigos que compartilharam comigo este caminho.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é propor uma reflexão acerca das implicações que podem ter ocorrido na identidade popular do torcedor do Figueirense a partir da implantação de um modelo de gestão empresarial no clube entre 1999 e 2010. Agremiação cuja origem remonta um bairro pobre, com moradores predominantemente negros da cidade de Florianópolis, numa ligação popular intrínseca entre seus torcedores. Para analisarmos essas mudanças, pretendemos verificar como foi sendo estabelecida no Brasil e em Santa Catarina a popularização do futebol, uma prática inicialmente elitizada. Nesse sentido, a importante relação e utilização do futebol pelos diversos agentes políticos ao longo das diferentes formas de governo que administraram o país ao longo do século XX, consolidando o esporte como grande elemento de uma identidade nacional, precisam ser investigadas. Com as mudanças ocorridas na virada do século XXI para um mundo globalizado, com clubes sendo administrados como empresas e o futebol como negócio, também foram alteradas a relação do torcedor com esporte, da mesma forma que também afetaram a relação dos torcedores brasileiros com o futebol. Tais relações precisam ser estudadas numa ótica multidisciplinar, compreendendo também fatores sociológicos que compõem os vínculos dos torcedores com seus clubes e seleções.

Palavras-chave: Futebol. Figueirense. Identidade popular.

ABSTRACT

The objective of this work is to propose a reflection on the implications that may have occurred in the popular identity of the Figueirense supporter from the implementation of a business management model in the club between 1999 and 2010. Association whose origin goes back to a poor neighborhood, with predominantly black people residents of Florianópolis city in an intrinsic popular connection between their fans. To analyze these modifications, we intend to verify how the popularization of football was established in Brazil and in Santa Catarina, a practice that was initially elite. In this way, the important relationship and use of football by the various political agents throughout the different forms of government that administered the country throughout the 20th century, consolidating this sport as a major element of national identity, needs to be investigated. With the modifies that took place at the turn of the 21st century for a globalized world, with clubs being managed as companies and football as a business, the relationship between fans and sports also changed, in the same way, that they also affected the relationship between Brazilian fans and football. Such relationships need to be studied from a multidisciplinary perspective, also comprising sociological factors that make up the fans' links with their clubs and national selections.

Keywords: Football. Figueirense. Popular identity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 PRIMEIROS CHUTES, A ORIGEM DO FUTEBOL NO BRASIL E NO MUNDO. .	14
1.1 INGLATERRA, O INÍCIO DO FUTEBOL MODERNO.	14
1.2 ORIGENS DO FUTEBOL NO BRASIL.	16
1.3 O INÍCIO DO FUTEBOL EM SANTA CATARINA.	18
1.4 FUNDAÇÃO DO FIGUEIRENSE FUTEBOL CLUBE E SUAS ORIGENS.	21
2 APROPRIAÇÃO POLÍTICA DO FUTEBOL E A CRIAÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL.	25
2.1 O FUTEBOL COMO FATOR DE INTEGRAÇÃO NACIONAL NO ESTADO NOVO.	26
2.2 COPA DE 1950, O POPULISMO DE JK E JANGO: ASSOCIAÇÃO POLÍTICA DO FUTEBOL.	30
2.3 O FUTEBOL DURANTE A DITADURA: LEGITIMAÇÃO, PROPAGANDA POLÍTICA E UFANISMO.	35
3 FIGUEIRENSE: ENTRE A MODERNIZAÇÃO E A IDENTIDADE.	42
3.1 IDENTIDADES DO TORCEDOR DE FUTEBOL.	42
3.2 O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO DO FIGUEIRENSE.	46
3.3 A MERCANTILIZAÇÃO DO FUTEBOL MODERNO E SUAS CONSEQUÊNCIAS NA IDENTIDADE POPULAR DO FIGUEIRENSE.	55
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS	67

INTRODUÇÃO

Ao tratarmos do tema futebol e suas relações com os torcedores, frequentemente vislumbramos inicialmente em nossas memórias as disputas da Copa do Mundo pela seleção brasileira ou jogos decisivos dos nossos clubes do coração, com estádios cheios e a torcida vibrando, relacionando inequivocamente a um espetáculo popular.

No Brasil, o futebol permeia a identidade nacional, sendo o sentimento de brasilidade ainda mais aguçado em períodos de Copa. As ruas são pintadas, bandeiras verde-amarelas são penduradas nas janelas, e em dias de jogos da seleção o país praticamente fica paralisado assistindo as pelepas. Com os clubes, a relação do torcedor muitas vezes é ainda mais passional, o time é a sua nação e carrega uma relação íntima com o cotidiano social do torcedor e suas relações interpessoais.

Mas o início da prática futebolística em terras brasileiras se mostrou, assim como na Europa, inserido num contexto aristocrático elitizado. Introduzido no final do século XIX, encontrou adeptos nas escolas da burguesia das principais capitais, em especial Rio de Janeiro e São Paulo. À medida que aumentava a quantidade de praticantes, também ia aumentando o leque de classes sociais que o esporte alcançava, encontrando muitos adeptos entre os trabalhadores da época. Com isso, a criação de clubes de futebol foi sendo expandida ao longo das primeiras décadas do século XX, e da mesma forma, era necessário organizar os torneios, e as primeiras ligas de clubes que foram assim sendo estabelecidas.

Em Santa Catarina, o desenvolvimento do futebol seguiu as mesmas características da propagação do esporte bretão do restante do país. Inicialmente praticado nos colégios pelas elites locais, foi se difundindo ao longo dos anos 1910 e 1920. Neste contexto que é fundado em 1921, o Figueirense Futebol Clube. Porém, diferente da maioria dos clubes catarinenses surgidos no período, tem sua origem em um bairro marginalizado e popular de Florianópolis. Sua fundação despertou nos moradores dessa localidade a esperança de ascendência na sociedade e orgulho de pertencerem a um clube de futebol.

Apesar da conotação modernizante que perpassou as décadas de 1920 e 1930 na sociedade brasileira, que também influenciou o futebol e sua organização, nas primeiras edições das Copas do Mundo, a seleção brasileira não teve um bom desempenho. Contudo, durante o período do Estado Novo, os esportes em geral, em especial o futebol, receberam atenção especial do governo de Getúlio para divulgação dos ideais nacionalistas. A associação da seleção e do futebol, além de outros componentes da cultura popular como o samba, com os

paradigmas de uma “brasilidade” inerente da mistura das raças, foi utilizado exaustivamente para a valorização da nacionalidade brasileira e criação de uma identidade nacional. Ao mesmo tempo em que aumentava o alcance dos meios de comunicação, principalmente com a popularização do rádio, os ideais varguistas eram transmitidos ao resto do país, assim como a paixão futebolística pelos clubes e pela seleção. Era o início do epíteto do “país do futebol”.

Mesmo a derrota na Copa de 1950, embora tenha suscitado algumas reflexões acerca dessa brasilidade, não diminuiu o interesse do brasileiro pelo futebol, que já havia se enraizado na sociedade como esporte mais popular do país. As seguintes conquistas em 1958 e 1962 da Copa do Mundo, contribuíram em sobremaneira para a consolidação desta paixão nacional. O futebol continuou sendo utilizado politicamente, embora com diferentes resultados para os governantes do período. Nesse contexto do bicampeonato mundial que é criado o primeiro torneio nacional de clubes, a Taça Brasil em 1959. Mesmo que não abrangesse todos os estados, foi importante para o início de uma ampliação dos confrontos interestaduais antes restrito aos clubes do eixo Rio-São Paulo.

Com o golpe civil-militar de 1964, o futebol foi encampado como reflexo do governo militar em seus aspectos econômicos, políticos e sociais. A comissão técnica da seleção brasileira foi aparelhada pelas forças governamentais e a conquista do tricampeonato no México foi utilizada como propaganda governista. Aproveitando o momento esportivo, sob interesse do Estado para maior integração nacional, e com auxílio financeiro dos recursos da recém lançada Loteria Esportiva, é criado em 1971, o campeonato brasileiro de futebol, como destacou Santos (2012) em sua dissertação. O certame foi desde seu início caracterizado pelo paternalismo e utilizado como moeda de troca entre o governo da caserna e os políticos estaduais, extrapolando a quantidade de times participantes, de acordo com os interesses do governo federal e dos políticos regionais.

Com a lenta abertura democrática iniciada nos anos 1980 e consolidada nos anos 1990, conciliada com a crise econômica que o país passava e as mudanças à nível mundial das relações entre o futebol e as corporações empresariais, começou no Brasil um fenômeno que já ocorria na Europa: um processo de empresarização dos clubes de futebol. O futebol contemporâneo em muitos aspectos parece ter se transformado em um grande espetáculo de entretenimento, de certa maneira desvirtuando e afastando as identidades dos torcedores tradicionais, através do movimento modernizante de administração dos clubes, sob a lógica mercantil de consumo globalizante.

No Figueirense, foi implantada em 1999 uma gestão empresarial, pautada nessa lógica mercantil, que em pouco tempo conseguiu levar o clube quase falido do final dos anos 1990, a disputar o principal torneio nacional após 24 anos e permanecer entre os 20 melhores clubes do país por sete anos consecutivos. Da mesma forma, implantou uma estrutura organizacional profissional moderna, com diversas parcerias comerciais, implementando melhorias na estrutura patrimonial, investindo nas categorias de base e conquistando a hegemonia em número de títulos estaduais. Entretanto, ao mesmo tempo em que todo esse processo de empresarialização acontecia, o torcedor comum pode ter sido afetado por toda esta lógica mercantilista implantada.

Nosso enfoque nesse trabalho é analisar a relação do crescimento da visibilidade do Figueirense em âmbito nacional com a implantação do modelo de gestão mercantil e possíveis modificações na representatividade junto ao torcedor comum sob a ótica da história do tempo presente, buscando articulações nos contextos históricos dos campos de atuação econômica, social e políticas, que favoreceram a expansão do futebol enquanto um dos representantes da identidade nacional brasileira. Nesse sentido, nosso objetivo principal se destina a verificar quais implicações da identidade popular do Figueirense possam ter sido alteradas com a instalação deste modelo de administração empresarial, estabelecida entre os anos de 1999 a 2010. Do mesmo modo, procuraremos relacionar os eventos principais do processo político histórico brasileiro e suas relações com o futebol, sua apropriação política, principalmente desde o Estado Novo até a ditadura civil-militar e, a partir da abertura política, examinar como foi se moldando a adequação do futebol as novas formas de exploração mercadológica, configurando também diferentes relações com os torcedores. Entretanto, por se tratar de um trabalho inicial, não pretendemos ocorrer em conclusões mais densas, mas de certa forma prover subsídios para uma discussão posteriormente mais profunda.

Por ser torcedor assíduo do Figueira, desde antes da reformulação de sua administração, acompanhando o time em jogos e competições mesmo sem resultados expressivos, onde até vencer o campeonato estadual era uma tarefa difícil, disputar o campeonato brasileiro com as grandes equipes do país era um sonho distante. Entretanto, apesar de toda satisfação, a percepção de que o perfil dos torcedores que passaram a frequentar o estádio havia sido modificado e a maneira como a direção se referia aos torcedores, agora tratado como cliente, nos chamava a atenção. Nesse sentido, essa inquietação nos despertou o interesse por pesquisar o assunto e desenvolver esse estudo na busca de uma melhor compreensão sobre o assunto.

Buscaremos desenvolver o tema numa certa linha cronológica, dividindo o trabalho em três capítulos principais. Num primeiro momento, recuperar brevemente a origem e difusão do futebol no mundo, no Brasil e em Santa Catarina, principalmente nestes dois últimos até a fundação do Figueirense Futebol Clube e suas origens. Destacar os aspectos sociais e também políticos que cercaram essa expansão do futebol como esporte preferido dos brasileiros. Para tanto, utilizaremos em especial as obras de Machado (2000), Cardoso e Rascke (2014, 2016) e Borges (1996) acerca do futebol catarinense e da fundação do Figueirense, além de arquivos do acervo do próprio clube.

No segundo capítulo, pretendemos analisar e verificar a apropriação do futebol pela política no Brasil, com suas origens na associação da brasilidade aos resultados futebolísticos, auxiliando na criação de uma identidade nacional na Era Vargas, perpassando o período entre a copa de 1950 até o golpe civil-militar de 1964. Também serão examinadas as mudanças das formas de disputa dos campeonatos nacionais e a criação do campeonato brasileiro, efetuados pelo regime militar na tentativa de manter o controle sobre os estados e também sobre a população. Também investigaremos as mudanças ocorridas no futebol brasileiro a partir da abertura política, como se organizou e foi sendo modificado a partir de um contexto de mundo globalizante. Tomaremos como base os textos de Couto (2014), Santos (2012), Guterman (2014), Drumond (2008), entre outros.

O terceiro capítulo, iniciaremos analisando as identidades dos torcedores de futebol, como se relacionam com os clubes, e de que maneira essas relações foram sendo modificadas com a mercantilização no futebol sendo acentuada. Nesse sentido o trabalho de Giulianotti (2012) é importante. Em seguida vamos focar no processo de empresarização do Figueirense a partir de 1999, sob comando de Paulo Prisco Paraíso. Pretendemos descortinar as mudanças ocorridas no clube, tanto no âmbito futebolístico como patrimonial, nos apoiando nos textos de Franzoni (2005), Cardoso e Rascke (2014, 2016) e Rodrigues (2006), também notícias de jornais e revistas, entre outras fontes. No terceiro momento deste capítulo, aprofundaremos o debate acerca de quais consequências o modelo de empresarização implantado no Figueirense Futebol Clube pode ter modificado a relação de identidade do torcedor e suas raízes populares, mesmo com o latente crescimento em nível estadual e nacional do clube.

Em nossa pesquisa percebemos que na Europa, o processo de mercantilização se apresentou mais cedo, em meados dos anos 1960 e 1970, principalmente na Inglaterra, e por isso, o estudo de Giulianotti (2012) é referenciado também em estudos anteriores sobre esse processo, sendo as transformações ocorridas entre os torcedores de futebol mais perceptíveis.

Por estar sendo implantado tardiamente no Brasil, e com algumas características diferenciais, a bibliografia acerca desse tema é mais recorrente a partir do início dos anos 2000, embora já se falasse da modernização do futebol brasileiro desde meados dos anos 1980. Se os estudos em nível nacional sobre o futebol e mais especificamente sobre a mercantilização do jogo tenham aumentado nos últimos anos, sobre o Figueirense as fontes são ainda mais escassas. Assim o livro de Franzoni (2005) que trata especificamente do Figueirense e sua gestão profissional, e a dissertação de Rodrigues (2006), que contém diversas entrevistas dos dirigentes alvinegros do período são relevantes para o nosso estudo.

Ao tratarmos de um tema subjetivo como a identidade do torcedor e suas percepções com as mudanças ocorridas com a empresarização dos clubes, não podemos nos limitar somente aos estudos históricos, procuramos entrelaçar pesquisas dos campos da sociologia, jornalismo, administração entre outras, numa configuração multidisciplinar, necessária para um melhor entendimento das causas e formas como podem estar sendo estruturadas essas modificações. Entendemos que por estarmos numa temporalidade próxima dos eventos estudados, podemos ainda reverberar suas consequências com a nossa própria memória, mas com cuidado necessário de utilizar fontes que possam fornecer ferramentas para uma análise mais ampla do objeto estudado, para não incorrerem no erro de considerarmos apenas nossa intuição acerca dos acontecimentos.

1 PRIMEIROS CHUTES, A ORIGEM DO FUTEBOL NO BRASIL E NO MUNDO.

O futebol é um tema pertinente no Brasil, seja por ter a alcunha de “país do futebol” ou por entender este esporte como mais democrático e popular do mundo. Todavia, é importante ter cautela quanto a esta relação do futebol na sociedade brasileira. Nem sempre sua prática foi difundida e aclamada para todas as esferas e classes sociais.

Vamos nos remeter neste primeiro capítulo às origens do futebol no Brasil e no mundo de uma maneira geral. Buscaremos entender como se caracterizou sua difusão na sociedade e de qual maneira penetrou nas camadas mais populares.

Da mesma forma, pretendemos revelar historicamente a evolução de sua prática também na sociedade catarinense, em especial na cidade de Florianópolis e seus acontecimentos mais marcantes até a fundação do Figueirense Futebol Clube. Sobre o clube, também seus passos iniciais e sua origem popular serão investigados.

1.1 INGLATERRA, O INÍCIO DO FUTEBOL MODERNO.

Embora existam aparições anteriores ao século XIX de prática de esportes praticados com os pés semelhantes ao futebol, – como na Ásia, com mais propriedade na China e Japão, na Grécia, por volta dos anos 1200 – 800 a.C. (com relatos do exercício esportivo muito popular chamado *Epyskiros*) e em diversos outros locais em que também são encontrados vestígios de atividades que lembram o futebol – é na Inglaterra que o esporte passa a ser organizado com regras básicas mais próximas das conhecidas do futebol praticado como conhecemos hoje.

Mesmo que alguns aspectos desses esportes mais antigos possam ter sido repassados e utilizados na prática do futebol moderno, seria demasiado considerar que essas práticas esportivas seriam a origem do futebol atual.

[...] embora não devamos negar que, daquele período, possamos ter herdado algumas “injunções simbólicas”. Historicamente, temos a necessidade de recortar e definir bem o objeto a ser estudado. Isto é, descobrir desde quando podemos falar deste futebol, que hoje praticamos, assistimos, que mobiliza multidões. Se queremos estudar este futebol, é deste futebol que devemos buscar a História. Nesse sentido, foi mesmo na Inglaterra que o futebol moderno surgiu (CARRANO, 2000, p. 14).

Em 1848 na Universidade de Cambridge, as primeiras regras do futebol são concretizadas com intuito de diferenciar ainda mais esse esporte do já praticado rúgbi, criando mais limitações para utilização das mãos durante o jogo. Posteriormente em 1886, é criada a

International Board, órgão responsável por estabelecer e alterar as regras do futebol. Tal responsabilidade é mantida até os dias atuais mesmo com a fundação da FIFA, em 1904. Uma instituição dominante sobre a organização do futebol contemporâneo. Por esses fatores considera-se a Inglaterra o berço do futebol moderno. Porém, tal surgimento não pode ser analisado exclusivamente do ponto de vista geográfico, como alerta Franco Junior (2007, p. 25).

A quem examina o surgimento do futebol moderno impõe-se desde o início a constatação de seu quadro geográfico (Inglaterra), mas nem sempre de seu quadro histórico (Revolução Industrial). Ora, ambos não podem ser dissociados. Não é casual que a Inglaterra tenha sido o berço da Revolução Industrial e do futebol. Os dois fenômenos baseiam-se em competição, produtividade, secularização, igualdade de chances, supremacia do mais hábil, especialização de funções, quantificação de resultados, fixação de regras. Este último ponto é essencial, correspondendo àquilo que Sigmund Freud em fins do século XIX e Norbert Elias em meados do século seguinte chamaram de processo civilizador. Também podemos pensar no estabelecimento das regras futebolísticas como manifestação particular na Inglaterra do então intenso desenvolvimento das instituições, que nada mais são do que regras do jogo social. Ou seja, restrições de comportamento que permitem a vida em sociedade, controlam interesses individuais em nome do bem comum.

Surgido no seio da principal nação expoente da Revolução Industrial em finais do século XIX e início do século XX, a concepção das regras do futebol seguia a ideologia liberal da elite inglesa vigente. A uniformização dessas regras, visava controlar os excessos dos jovens burgueses, disseminando os valores do Império Britânico, de cavalheirismo, boa conduta e honestidade, preparando estes jovens para exercerem papéis de futuros líderes (CARRANO, 2000). “A regulamentação dele fazia parte do processo que desde o século XVIII visava domar e dominar o corpo, submetendo-o ao poder socialmente instalado” (FRANCO JUNIOR, 2007, p.28). O futebol, em sua origem de disseminação da prática, estruturação de regras e instituições de regulamentação, refletem e sintetizam as características da Europa industrial e colonialista desse período (FRANCO JUNIOR, 2007).

1.2 ORIGENS DO FUTEBOL NO BRASIL.

É entre o final do século XIX e início do século XX que o futebol começa a tomar forma no Brasil. Inicialmente em São Paulo, principalmente na capital, com a introdução em 1894 por um jovem estudante, Charles Miller, sendo essa versão a mais comumente aceita e divulgada. Ele trouxera da Inglaterra em sua bagagem, duas bolas de couro, uma bomba para enchê-las, além de uniformes, apito e um livro de regras do esporte (AQUINO, 2002), ficando conhecido como o pioneiro do futebol no Brasil. Segundo Guterman (2014, p. 28), embora tal epíteto possa ser correto, cabe ressaltar que:

Nesse período, destacaram-se as figuras do brasileiro Oscar Cox e do alemão Hans Nobiling. Em certo sentido, Cox, no Rio, e Nobiling, em São Paulo, foram mais importantes para a organização do futebol do que o próprio Charles Miller, a quem se pode atribuir o pioneirismo do futebol no Brasil, mas não sua disseminação de modo organizado. Esse papel coube primeiro a Cox.

No seu retorno à pátria nativa, Charles Miller encontrou um país completamente modificado do que deixara anos antes, tanto na esfera socioeconômica, quanto na política. No campo político, deixou de ser uma monarquia para tornar-se república e no âmbito social, a abolição da escravatura e a inserção de mão de obra de imigrantes, principalmente europeus, se fazia presente (OLIVEIRA, 2012). Em consequência da abolição, a migração de negros do campo para as cidades ocorreu em grande medida.

A capital da república o Rio de Janeiro, assistiu sua população mais que dobrar entre os anos de 1890 e 1920, quando a cidade passou de 520.000 para 1.150.000 habitantes. Uma grande parcela dessas pessoas era composta principalmente por negros, mulatos e brancos pobres de origem europeia, que se amontoavam em cortiços insalubres e violentos na área central e portuária da capital federal da época. Esse crescimento populacional desordenado levou o Rio de Janeiro a atingir índices alarmantes de doenças, tais como a tuberculose, que segundo a revista Brasil Médico de 1895 era a causa de 15% das mortes registradas na cidade. Em 1916 o Rio de Janeiro era o local de maior número de casos de tuberculose no mundo. Diante esse quadro, visando “modernizar” o Rio de Janeiro e livrá-lo da ‘degeneração racial’, o então Presidente da República Rodrigues Alves (1902-1906), determina uma nova política urbana, que estabelecia a abertura de amplos espaços públicos, onde antes existiam ruas estreitas, becos mal iluminados e cortiços infestados de doenças e degeneração moral, como alguns pregoavam. [...] O modelo de reforma urbana, Belle Époque como ficou conhecida, deveria servir de referencial para as demais cidades brasileiras. O Brasil deveria incorporar em seu sistema cultural um conjunto de ‘europeísmos’, que seriam destinados a marcar o imaginário e a memória coletiva [...] (OLIVEIRA, 2012, p. 172, grifo do autor.).

O futebol dessa forma, passa a ser exercitado e difundido num ambiente elitizado, principalmente nas regiões centrais das maiores cidades (HELAL, 1997). Os jogos eram

organizados pelos jovens abastados nos clubes e colégios, cujos universos limitavam a instrução, o lazer e a socialização e que representavam a “primazia” das elites (FRANCO JUNIOR, 2007). Em suma, não somente o futebol recém conhecido, mas a prática esportiva em geral era uma forma de afirmação dos ideais da burguesia perante as demais classes sociais.

Já no início do desenvolvimento do futebol no Brasil, a questão da diferenciação na maneira brasileira de jogar futebol já estava sendo moldada. “O próprio Charles Miller seria o primeiro a ter seu nome acompanhado de adjetivos comumente associados a craques singulares, e junto a isso ele seria reconhecido como um jogador de características ‘brasileiras’” (GUTERMAN, 2014, p.31) especialmente por sua inventividade em criar dribles para ludibriar os marcadores. A “brasilidade de Miller” na sua característica de jogo, fora elogiada em partidas de futebol que disputou na Inglaterra¹.

Entretanto, com o maior envolvimento de praticantes e mais torneios de futebol sendo disputados nas décadas iniciais século XX no Brasil, uma primeira divergência já se fazia presente, a questão da profissionalização dos jogadores.

A entrada de operários no futebol acentua também a mudança de perfil do esporte que já vinha sido operada pelo menos desde 1905: o amadorismo, que serviu para deixar de fora do futebol quem não fosse da aristocracia, estava virando uma intenção só de fachada. [...] A ruptura do futebol, de esporte de elite para esporte de massa, de esporte amador para esporte profissional, se daria mais concretamente na década seguinte, nos anos 1920, quando a Primeira República já dava sinais de desgaste em razão de seu desprezo atávico por tudo que cheirasse a povo (GUTERMAN, 2014, p. 50)

A conquista do Vasco da Gama em 1923 no Rio de Janeiro, formado por atletas em sua maioria por trabalhadores negros e remunerados para a prática do esporte bretão, consistiu, segundo Helal e Gordon (2002) e Guterman (2014), numa mudança no paradigma do até então conhecido “profissionalismo marrom” ou “falso amadorismo”² presente no futebol no país, principalmente no eixo Rio-São Paulo. A controvérsia entre jogadores amadores e profissionais

¹ “Criou um drible que ainda é famoso, a ‘chaleira’ (corruptela de Charles), ou ‘letra’, em que o jogador toca a bola por trás do corpo com o calcanhar” (GUTERMAN, 2014, p. 31).

² “Pela primeira vez, um time composto em sua maioria por jogadores mulatos, negros e de classe social inferior conquistou um título. Desde 1915, alguns jogadores recebiam dinheiro de sócios ricos dos clubes e, em 1917, os clubes de Rio de Janeiro e São Paulo começaram a cobrar ingressos dos espectadores que assistiam as partidas. Isso fez com que esse período fosse conhecido como “profissionalismo marrom” ou “falso amadorismo”. No entanto, como até 1923 os times campeões foram aqueles cujos jogadores eram majoritariamente amadores, o problema do amadorismo marrom não incomodava tanto. A vitória de um time de jogadores remunerados, ao contrário, provocou forte reação dos defensores do amadorismo, que promoveram uma cisão no futebol do Rio de Janeiro, criando uma liga à parte, excluindo o Vasco. Posteriormente, o Vasco foi reintegrado e a liga reunificada, mas o debate em torno do profissionalismo iria precisar de mais dez anos para ser solucionado” (HELAL; GORDON, 2002, p. 40-41)

ampliada, contribuiria também na dificuldade de formação da seleção brasileira de futebol para as disputas de competições internacionais.

Contudo, deve-se estabelecer prudência ao tentar determinar alcunhas próximas ao heroísmo e datações específicas que ofuscam as ligações intrínsecas entre a sociedade brasileira e o futebol. “Pelo contrário, suas significações mais profundas residem no processo de apropriação pelos diversos setores sociais que o transformaram num fenômeno de massas” (FRANCO JUNIOR, 2007, p. 62).

1.3 O INÍCIO DO FUTEBOL EM SANTA CATARINA.

Tendo o Rio de Janeiro como um exemplo mais destacado, as transformações e remodelações das cidades também ocorreram em Florianópolis no início do século XX, buscando deixar para trás o “atraso” imperial e demonstrar a grandeza republicana. A criação de um novo mercado, aterramentos, dragagens, demais obras portuárias, reforma do Palácio do Governo e mudança de nome da cidade para Florianópolis em 1894, em homenagem à Floriano Peixoto, demonstram um investimento mais decisivo no como então passou a ser chamada a antiga Nossa Senhora do Desterro; numa orientação de remodelação urbana e social em algumas áreas centrais da cidade. Transformações no sentido de remodelar e disciplinar os espaços e usos da cidade começaram a se afirmar com a elevação social da elite local de comerciantes que enriqueceram na cidade (ARAÚJO, 1989).

No entanto, [...] as pretensões reformistas ficaram restritas a alguns espaços e, em certa medida, as regiões periféricas continuaram a se utilizar da luz a querosene, padecer com a falta de serviços de água e esgoto, ruas sem calçamento, além do que, na perspectiva da moralidade tão ansiada pelas elites, a população das camadas populares continuou a viver de seu modo (CARDOSO; RASCKE, 2014, p. 24).

Nestas circunstâncias e conjecturas é que se insinuam os primeiros passos do futebol em Santa Catarina, mais precisamente na capital Florianópolis. Também são os jovens da elite ilhoa que o inserem e começam a praticá-lo como novidade alternativa aos esportes náuticos, principalmente as competições de remo na Baía Sul, sempre dependentes dos fatores climáticos para sua realização. Da mesma maneira, se tornara enfadonho frequentar os tradicionais bailes juvenis e tardes dançantes dominicais que aconteciam nos principais clubes da cidade, assim como os passeios monótonos pelas ruas e principalmente em torno da Praça XV de Novembro. Vale salientar que, diferente do que conhecemos hoje, e apesar das condições geográficas favoráveis na Ilha de Santa Catarina, veranear não é um hábito tão antigo, tendo sido iniciado

como prática da elite a partir dos anos 1930. Até então, a pele bronzeada era sinônimo de pobreza, com exceção claro, dos já conhecidos atletas do remo (MACHADO, 2000).

Embora tenha se deparado com certa resistência nos aristocráticos pais dos jovens ilhéus, o futebol inicialmente encontrou praticantes no *Gimnásio Santa Catarina* (atual Colégio Catarinense), escola frequentada pelas elites da capital. De acordo com Machado (2000), foi a partir daí, que o futebol foi se expandindo para as corporações militares, o que ajudou a alavancar sua difusão na capital catarinense. Apesar de não alcançar somente as classes dominantes das cidades, o futebol e suas regras com terminologias em língua inglesa, complicavam a propagação e entendimento até mesmo para os professores e, portanto, encontrava mais dificuldade de assimilação nas classes menos favorecidas.

Paralelamente à divulgação do esporte bretão acontecendo na capital, em 4 de fevereiro de 1904, uma publicação no *Correio do Povo* chamou a atenção e repercutiu em demais cidades do Estado, principalmente por tratar-se de um anúncio incomum para época. Nesse anúncio, um grupo de jovens desportistas da Capital, capitaneados por Alfredo Trompowski, Orlando Formiga e Paulo Demoro, propagam a ideia da fundação de um clube de futebol com o nome de *Sport Club Catharinense*. Era proposta uma reunião para formalização desta intenção, que foi realizada no dia 21 de fevereiro, em um dos mais tradicionais clubes de Florianópolis, o clube 16 de Abril (MACHADO, 2000).

Contudo, pouca coisa foi modificada em termos futebolísticos em Santa Catarina até 1910, quando em 10 de agosto aconteceria oficialmente o primeiro jogo de futebol em solo catarinense. Ocorrido na Praça Marechal Osório, antigo campo do Manejo, local onde encontra-se hoje o Instituto Estadual de Educação, enfrentaram-se alunos do *Gimnásio Santa Catarina* e um grupo de amadores paulistas, composto por jovens recém-formados em direito. Tal evento foi cercado de pompa, anunciado nos periódicos da capital, com presença de autoridades e um grande número de torcedores. Mais empolgante ainda ficou o evento com a vitória dos catarinenses sobre os paulistas pelo placar de 2x1. Essa empolgação deve-se ao fato de o futebol entre paulistas e cariocas ser praticado há mais tempo, servindo de referência para os jovens barrigas-verdes (DASSILVA; GASPERIN, 2010).

Segundo Machado (2000), a dificuldade na interpretação do jogo e de seus termos continuava presente, dificultando a disseminação do esporte. Foram necessárias mudanças estratégicas por parte dos jovens futebolistas da ilha, que invariavelmente evitavam a presença dos atletas do remo, para que a empreitada de formação de novos times de futebol obtivesse sucesso. Assim sendo, melhor organizado e com a adesão dos remadores, o futebol em Santa

Catarina começou a dar sinais de evolução no final de 1911 e no decorrer de 1912. Despontam na capital catarinense o *Brazilian*, o Anita Garibaldi e o *Foot-Ball Club*, após brevíssimo período de vida do *Sport Club Catharinense*. Com o êxito desses novos times, o futebol começa a ganhar espaço na imprensa local e, somando-se a consequente receptividade positiva dos leitores à pauta futebolística, os editores passam a procurar mais notícias sobre o recente esporte.

Nesse período, surgem notícias de criação de outros times de futebol no interior catarinense, como o *Itajaihense Foot-Ball Club* em 1911, na cidade de Itajaí e o *Sport Club Brusquense* em 1913 (depois Carlos Renaux), em Brusque. Ainda na capital, nesse mesmo ano de 1913, surgia o *Humaitá*, que em virtude do desenvolvimento e propagação pela imprensa dos jogos e até treinos, participou de uma das primeiras rivalidades do futebol florianopolitano, com o já conhecido Anita Garibaldi. Posteriormente, com o declínio do Anita (que trocara de nome em 1914 para Club Sportivo Florianópolis) sua rivalidade estendeu-se para o *Sport Club Palmeiras*, fundado em 1915 (BORGES, 1996).

No decorrer da segunda metade da década de 1910, ocorre uma expansão na quantidade de agremiações futebolísticas em Santa Catarina. Em 1918, surge o *Sport Club Paysandu*, em Brusque e o Hercílio Luz, em Tubarão. O ano de 1919 marca o aparecimento da Sociedade Esportiva Blumenauense, em Blumenau e no mesmo ano na cidade de Itajaí são fundados o Marcílio Dias e o Almirante Barroso (DASSILVA; GASPERIN, 2010).

A medida que crescia o número de clubes, a necessidade da criação de uma liga oficial que organizasse os jogos de futebol em Santa Catarina amadurecia a cada ano. Tendo sido germinada já em 1914, através de Eugênio Bruck, em Florianópolis, e embora houvesse recebido apoio da maioria das agremiações que encontravam necessidade da execução de um calendário de jogos e não somente amistosos esporádicos, não conseguiu gerar êxito pela desorganização dos próprios clubes e do futebol catarinense do período (MACHADO, 2000). Somente em 1924, no dia 12 de abril, aconteceria a criação oficial da Liga Santa Catarina de Desportos Terrestres (LSCDT), nas dependências do Ginásio Catarinense em Florianópolis, permanecendo como sede da entidade até 1927. São partícipes da inauguração e clubes fundadores da nova instituição apenas clubes da capital catarinense: Avaí, Internato, Externato Figueirense e Trabalhista. Isso ocorre em face da “facilidade que tiveram em se inscrever na entidade e à relativa pressa dos dirigentes da Ilha em formar uma liga” (MACHADO, 2000, p. 71).

1.4 FUNDAÇÃO DO FIGUEIRENSE FUTEBOL CLUBE E SUAS ORIGENS.

Em meio ao entusiasmo que decorria da prática do esporte bretão na capital catarinense, era fundado em 12 de junho de 1921, o Figueirense Foot-Ball Club. A iniciativa da criação de uma nova agremiação de futebol na capital encontrou por entre os amantes e praticantes do novo esporte inúmeras adesões. A ideia foi difundida pelos amigos Trajano Margarida, Jorge Albino Ramos, João Savas Siridakis e Domingos Joaquim Veloso (CARDOSO; RASCHE, 2016).

No dia anterior, 11 de junho, já se havia realizado uma pré-reunião na barbearia do Sr. Jorge Ramos, na esquina da rua Pedro Ivo com Conselheiro Mafra. A fundação do clube ocorreria no dia posterior, em uma reunião na residência de Ulisses Carlos Tolentino, localizada na confluência das ruas Padre Roma e Conselheiro Mafra, no bairro da Figueira, no centro da capital catarinense. Nesta assembleia foi definido o nome da nova agremiação, Figueirense, em homenagem ao bairro onde residiam a maioria dos fundadores, a adoção das cores preto e branco como oficiais do clube, e também a organização da diretoria. João dos Passos Xavier foi o escolhido para ser o primeiro presidente do Figueirense³. A composição da primeira diretoria do clube “chama a atenção, visto envolver homens de diversos ramos, como percebemos em Jorge A. Ramos que era barbeiro e Trajano Margarida, orador, ‘intelectual negro’ de renome na cidade” (CARDOSO; RASCHE, 2014, p. 31)

Embora, segundo Machado (2000), exista vestígio da tentativa de criação de um clube de futebol chamado Figueirense, de mesma origem do atual Figueirense Futebol Clube, em publicação de jornal⁴ datada de 10 de dezembro de 1916, não ocorreram mais quaisquer registros sobre seus jogos ou demais pormenores de sua existência, o que o levou a concluir que não passou de uma tentativa frustrada, não tendo sua formação ultrapassado de uma breve tentativa.

Na edição de segunda-feira, 11 de julho de 1921 do jornal *O Estado*, aparece a primeira notícia vinculada em periódicos sobre o novo clube, sob o título *Figueirense Foot-Ball Club*⁵.

³ Tiveram parte nesta reunião também: Ulisses Carlos Tolentino, Heleodoro Ventura, Higino Ludovico da Silva, Jorge Albino Ramos, Balbino Felisbino da Silva, Bruno Ventura, Jorge Araújo Figueiredo, Domingos Joaquim Veloso, João Savas Siridakis, Carlito Honório Silveira da Silva, Leopoldo Silva, Raimundo Nascimento, Pedro Xavier, João Soares, Manoel Xavier, Alberto Moritz, Delgídio Dutra Filho, Agenor Póvoas, Joaquim Manoel Fraga, Pedro Francisco Neves e Walfredo Silva (BORGES, 1996).

⁴ Nem no próprio livro de Machado (2000), *História do futebol catarinense*, tampouco no acervo do Memorial do Figueirense Futebol Clube, encontram-se referências à qual periódico esta notícia foi publicada.

⁵ Franco Junior (2007), destaca que não foi casual a adoção nomes ingleses para vários clubes na América Latina, influenciado pela preponderância da cultura britânica no início do século XX. Como exemplos cita: na Argentina

Em gentil circular foi-nos comunicado a fundação, nesta Capital, de um Club de Foot-Ball, que tomou o nome acima, e cuja Diretoria ficou assim constituída. Presidente João Xavier, vice- Heleonor Ventura, 1º secretário – Trajano Margarida, 2º secretário – Balbino Silva, Thesoureiro Bruno Ventura, 2º Jorge Albino Ramos, Procuradores – Carlito Honorio e Agenor Dutra.

Ademais, o nome da nova agremiação, sugerido por João Savas Siridakis, mais conhecido como “Janga”, remete ao bairro de sua origem – bairro da Figueira – e também a uma figueira existente na localidade, “pois nada mais justo do que homenagear o bairro tão discriminado pelas elites e todos os seus moradores que haviam comparecido naquela oportunidade” (FELIPPE, 2001 apud CARDOSO; RASCHE, 2016, p. 110).

O Figueirense foi fundado em um dos bairros com maior incidência de pessoas de origem africana em Florianópolis, ocupado por marinheiros e pessoas extremamente humildes e também considerado reduto de prostitutas (CARDOSO; RASCHE, 2014). Ainda, segundo Fernando Henrique Cardoso (apud. CARDOSO; RASCHE, 2014) tais personagens do bairro da Figueira, formavam uma aglomeração de pessoas sem ligação com as elites locais.

O bairro mal visto, desprezado pelos olhares higienistas, modernizadores e reformadores, possuía uma agremiação esportiva, até então fato comum às realidades das elites de remo e futebol do país, mais ainda pouco comum para as classes populares, pobres e oriundas da escravidão. [...] A trajetória inicial do Figueirense foi marcada pela presença das camadas populares, seja em sua fundação, em sua torcida ou em seus atletas. Muitos homens de origem africana defenderam a camisa do clube. O esporte transbordou a presença africana na cidade (CARDOSO; RASCHE, 2014, p. 35).

O primeiro jogo do novo clube que se tem registro, acontece em 14 de agosto de 1921, contra o Rio Branco do bairro de Coqueiros, também da capital, sendo vencido pelo Figueirense pelo placar de 3 a 2. O primeiro hino do clube, com letra escrita por Trajano Margarida, foi publicado pelo Jornal República nº 947 no dia 24 de dezembro de 1921. Já um dos primeiros registros fotográficos da equipe alvinegra, data de 22 de julho de 1923, com a formação do esquadrão vencedor por 2 a 1 contra o time do Gymnásio Catharinense (FIGUEIRENSE, 2011).

(Banfield, Boca Juniors, Newell’s Old Boys, River Plate, Vélez Sárfield), no Brasil (Corinthians de São Paulo, Arsenal do Mato Grosso, River do Piauí, Tranways de Pernambuco), no Chile (Everton, Green Cross, Wanders), na Bolívia (The Strongest), no Peru (Sporting Cristal). Podemos interpretar, no contexto colocado por Franco Junior, que o nome *Figueirense Foot-Ball Club*, apesar de se referir ao local de origem do clube, também sofreu dessa influência inglesa corrente na composição de sua nomenclatura. Embora não tenhamos localizado fontes que comprovem essa suposição, da mesma forma, não encontramos nenhuma referência que a contradiz. Posteriormente o nome foi aportuguesado para Figueirense Futebol Clube, novamente não encontramos o motivo, nem a data da modificação do nome de batismo.

FIGURA 1: Casa onde foi realizada a primeira reunião para fundação do Figueirense

FONTE: Figueirense Futebol Clube⁶

A história também registra na edição de número 1628 do jornal *República*, de Florianópolis, em 18 de abril de 1924, o primeiro clássico e também a primeira vitória do Figueirense sobre seu rival Avaí Futebol Clube, nascido de dissidentes do clube da Figueira⁷, cuja narrativa demonstra a raça e a determinação dos jogadores alvinegros desde os primórdios da fundação do clube. Uma virada de placar emocionante, após estar perdendo por 3 a 0 e conseguir a virada para 4 a 3 faltando apenas 4 minutos para o final da partida, culminando com a desistência e abandono do campo de jogo dos adversários.

Da mesma forma vencedora foi que, a partir da criação da Liga Santa Catarina de Desportos Terrestres, em 1924, estabeleceu-se a organização do primeiro campeonato oficial em solo catarinense, o Torneio Início, jogado no campo do Ginásio Catarinense em Florianópolis, com a participação dos clubes criadores da liga. Ao vencer novamente na final o

⁶ FIGUEIRENSE FUTEBOL CLUBE. **Figueirense: 90 anos de glória, amor e paixão.** Florianópolis: Natal, 2011. p. 15.

⁷ Para saber mais ver: BORGES, Maury Dal Grande. **85 anos de Bola - A memória do futebol catarinense.** Florianópolis: loesc, 1996. p. 47.

rival alvi-anil, o Figueirense sagrou-se o primeiro campeão de uma competição oficial em Santa Catarina.

Desde este primeiro título, o Figueirense Futebol Clube se consagra como um dos grandes clubes de Santa Catarina. Sendo atualmente o maior campeão estadual, completando com a conquista em 2018 o seu 18º título catarinense, ao derrotar a Chapecoense em partida única realizada em Chapecó, pelo placar de 2 a 0. Além dessas vitórias estaduais, também é o clube catarinense com mais participações em campeonatos brasileiros da 1ª divisão. Ainda possui a conquista internacional da Copa Mercosul de 1995 e também nas categorias de base é o único clube catarinense detentor do título da principal competição do país, a Copa São Paulo de Futebol Junior, no ano de 2008.

Embora ocorressem dificuldades ao longo de seus 98 anos de história, o desígnio dos amigos no início da década de 1920, – para ademais de sua criação num “território negro” da capital catarinense, identificada desde de sua fundação com as camadas mais populares da população – demonstrou-se vitoriosa e sobrevivente aos percalços dos primórdios do futebol em Santa Catarina.

2 APROPRIAÇÃO POLÍTICA DO FUTEBOL E A CRIAÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL.

O futebol no Brasil alcançou grande popularidade já no início do século XX, não muito distante de sua introdução inicial, embora tenha tido seu preâmbulo nas elites aristocráticas. Ao estabelecer-se como um fenômeno de massas, também adquire relevância política que pode ser explorada pelos governantes para afirmação de suas ideologias.

Durante o Estado Novo, o futebol foi utilizado para criação de uma identidade nacional brasileira, baseada na mistura das raças. O controle dos meios de comunicação, especialmente o rádio, e a exploração da seleção brasileira, eram ambos atreladas à exaltação da figura de Vargas e suas deliberações, ao mesmo tempo que consistiam em aparatos de controle social.

A derrota na Copa de 1950, trouxera duras consequências para construção da identificação da “brasilidade” com o futebol iniciada nos anos anteriores. Entretanto, a retomada da autoestima do brasileiro com a conquista do mundial de 1958, é incorporada pelo projeto político desenvolvimentista de JK. Também marca o início de uma tentativa de integração nacional através do futebol, com a criação da Taça Brasil. Infelizmente para João Goulart, devido as conjunturas políticas e econômicas, a vitória na Copa de 1962, embora possa ter retardado, não foi suficiente para impedir sua deposição e aplicação do golpe civil-militar de 1964.

A partir da ditadura militar, é estabelecido o aparelhamento militar das instituições nacionais e a repressão assola o país. O futebol, da mesma forma, não fugiria a regra. Os militares usufruem do triunfo na Copa do México para exaltação da política econômica do regime e de seu plano ideológico. A seleção brasileira seria o símbolo da competência da caserna. Nesse contexto, o campeonato nacional de clubes é criado e utilizado pela ditadura na lógica dos interesses políticos, como contenção dos avanços da oposição. À medida que era iniciada a retomada da democracia e a liberdade de expressão dos brasileiros é devolvida, suas aspirações também são identificadas no futebol.

2.1 O FUTEBOL COMO FATOR DE INTEGRAÇÃO NACIONAL NO ESTADO NOVO.

No início dos anos 1920, o futebol já apresentava seu vigor mobilizador no Brasil, e as questões de “brasilidade” “identidade nacional”, “moderno”, “nacionalismo”, eram quesitos em discussão entre intelectuais da época. A Semana de Arte Moderna de 1922 tratou desses temas com peculiaridade impar em relação ao futebol, como destaca Nascimento (2006, p. 36).

Para os modernistas, o futebol poderia ser absorvido através da “antropofagia cultural”, com o povo brasileiro deglutindo o “vindo de fora” e transformando em algo devidamente adaptado às peculiaridades da cultura e do povo. Como fica posto ao longo do Manifesto Antropofágico, os modernistas estavam comprometidos com uma discussão ligada a temas que tratassem do nacional, temática pouco explorada até então. Para tanto, trataram de elaborar um arquétipo do que viria a ser o brasileiro para a partir deste arquétipo elaborar os traços do que viria a ser o “nacional”. Tratou-se, portanto, de elaborar um protótipo sobre a nacionalidade a partir do interior, aludindo a personagens entendidos como tipicamente nacionais, caso do bandeirante (o desbravador das terras brasileiras), do índio (nativo da terra desde antes da chegada do europeu) e do mulato (este sendo o resultado da mistura étnica promovida na formação do Brasil), e não mais se espelhando no estrangeiro[...] (Grifo do autor).

Entretanto, devemos problematizar a noção de *modernização do futebol* do qual pretendemos debater e seus significados em diferentes contextos históricos. Quando da popularização do futebol, nesses idos anos 1920 e início dos anos de 1930, a profissionalização dos jogadores era o tom *modernizante* para o período, – contribuindo inclusive no aumento e aproximação desse esporte nas camadas mais populares – na virada do século XXI, é a profissionalização das administrações e a criação de clube-empresas, voltadas mais para o mercado globalizado, que estão em voga e que podem modificar a relação do torcedor comum com o clube, e por conseguinte, também a sua relação com o futebol (HELAL; GORDON, 2002).

Em razão da instabilidade política nacional no início dos anos 1930, é apenas no período mais próximo do estabelecimento do Estado Novo que o governo descortina maiores possibilidades de utilização do esporte para afirmação de seus interesses. Em seu projeto nacionalista, o futebol pôde ser visto como uma forma de controle social relevante, assim como ocorreu na Inglaterra com a expansão urbana e industrialização das cidades (GUTERMAN, 2014). O apoio governamental ao futebol e aos desportos em geral, assim como suas ações no campo dos direitos trabalhistas, tinham como intenção principal alargar o seu sustentáculo social, na tentativa de afastar as oligarquias, e consolidar as posições políticas do governo de disseminação do ideário nacionalista (FRANCO JUNIOR, 2007).

Não somente os esportes e o futebol em particular, mas outras manifestações culturais populares também são incorporadas ao projeto nacionalista estado-novista de exaltação da “brasilidade”. Entretanto, essas manifestações passam a ser subordinadas às regras provenientes do Palácio do Catete, como uma forma do Estado em impor controle a elas. Uma das mais importantes representações populares, “o samba começou a ser usado para repudiar o comunismo e exaltar os valores nacionais” (GUTERMAN, 2014, p. 72). Convém ressaltar que essas “apropriações” não podem ser consideradas somente emanadas do Estado e assimiladas pela população num viés de mão única. Como bem coloca Drumond (2008, p. 73), é necessário compreender que:

[...] não se deve achar que a produção cultural do Estado foi ditada “de cima para baixo”, imposta pelos meios oficiais. A ideologia oficial deve ser vista como resultado de um sistema de troca de idéias já presentes em meio à sociedade, como uma negociação entre produtores e receptores; não como uma visão pré-estabelecida a ser absorvida e adotada por uma massa maleável a ser manipulada. Não apenas a cultura de elite foi absorvida e re-adaptada pelas camadas mais populares, mas a cultura popular também teve contato com as elites culturais, que foram influenciadas por ela, e, por muitas vezes, adotaram e adequaram produtos culturais de acordo com seu *habitus*. Como exemplo desse processo de trocas, pode-se apontar, no Brasil, o futebol e o samba [...]. Vale notar que o futebol e o samba, [...] têm grande semelhança no processo de assimilação como ícone identificador da nação. Na realidade, o samba, no Brasil, e o tango, na Argentina, fizeram o percurso oposto ao do futebol[...]. Ambos foram manifestações culturais de grupos sociais populares que foram absorvidas pelas elites, enquanto o futebol surgiu com as elites e foi assimilado pelas camadas mais populares (Grifo do autor).

Se nas primeiras Copas do mundo de futebol, em 1930 e 1934, as desavenças entre Rio de Janeiro e São Paulo por conta da primazia do controle administrativo do futebol e em torno da seleção, não permitiram ao selecionado nacional contar com sua força máxima, na copa de 1938, a ser disputada na França, o cenário se alterou completamente com a intervenção e apoio do governo getulista⁸. Era importante para as pretensões governistas ressaltar a noção de identidade nacional ao povo brasileiro, seu espírito de brasilidade deveria ser exaltado. Num período de popularização ainda mais forte do futebol, tal identidade permitia a interlocução em diferentes grupos sociais e a utilização do esporte como objeto de confirmação das teorias raciais da época (COUTO, 2014). Era o momento de demonstrar a superioridade da

⁸ Maiores informações sobre a influência do governo na preparação e na participação da seleção brasileira na Copa de 1938, pode ser verificada em: NASCIMENTO, Paulo Henrique. **Futebol e identidade nacional brasileira: o caso da Copa do Mundo de 1938**. Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de título de bacharel em História, à Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de História, Direito e Serviço Social. Franca, 2006.

miscigenação da “raça brasileira” sobre os europeus. O futebol como o samba, acabam por funcionar como sintetizadores dessa brasilidade única (NASCIMENTO, 2006).

É a partir da copa do mundo de 1938, transmitida pelo rádio para a população, e largamente acompanhada pelos periódicos da época, que o Brasil inicia o processo de percepção de sua singularidade a partir do futebol. Ainda, segundo Guterman (2014), pode ser considerado um marco histórico da descoberta do Brasil como o “país do futebol”.

A importância dada pelo Estado para a participação do selecionado brasileiro nesta copa, é evidenciado pela escolha da filha de Getúlio, Alzira Vargas, como “madrinha” da seleção. Embora o título de campeão do mundo não tenha sido conquistado, o intento governista alcançava êxito, pois, no imaginário nacional, a campanha nos campos franceses despertou a “brasilidade” e o orgulho nacionalista penetrava nas camadas mais populares.

Apesar da maioria esmagadora de jogadores do Rio de Janeiro, a seleção foi celebrada pelos governantes como expressão da unidade nacional. O negro Leônidas foi a grande estrela brasileira, jogador aclamado como destaque individual da Copa e artilheiro da competição, com oito gols. E o resultado — terceiro lugar[...] — foi considerado uma vitória particular de Getúlio Vargas e de seu regime autoritário. A partir de então, ao mesmo tempo em que se consolidava a figura do presidente, outros heróis nacionais despontavam com a difusão do futebol através dos meios de comunicação. Além de Friedenreich e Domingos da Guia, nomes como os de Romeu Pellicari, Luizinho, Fausto, Servílio, Zizinho, Heleno de Freitas. Brandão. Jair da Rosa Pinto, Tim Perácio, Patesko e Ademir de Menezes eram objeto de culto pela comunhão de fiéis de seus respectivos clubes. E representavam uma possibilidade de ascensão dos membros dos grupos subalternos da sociedade brasileira (FRANCO JUNIOR, 2007, p. 115).

Após a Revolução Constitucionalista, Getúlio, durante seu mandato provisório, tentou reaproximar os estados do Rio de Janeiro e São Paulo com a criação do torneio Rio-SP de futebol, em 1933 (DRUMOND, 2008). A divergência política existente no início dos anos de 1930 igualmente era evidenciada no campo esportivo, o cisma proveniente da disputa do controle do futebol brasileiro — que também ficou conhecido como “dissídio esportivo”⁹ e influenciou a formação da seleção brasileira nas duas primeiras copas do mundo — só viria a ser resolvido em 1941 com a criação da Confederação Nacional de Desportos, a CND. Um órgão estatal com a intenção de gerenciar e amparar os esportes amadores, além de administrar os estatutos de todas as federações esportivas brasileiras. Criado segundo a lógica das medidas de fiscalização e normatização para ratificação do regime do Estado Novo, e perfilado com o

⁹Para mais detalhes sobre o dissídio esportivo espalhado no país entre 1933-1937, ver DRUMOND, Maurício. Os gramados do Catete: futebol e política na Era Vargas (1930-1945). In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira; SANTOS, Ricardo Pinto. **Memória social dos esportes: futebol e política: a construção de uma identidade nacional**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 107-132.

discurso de unidade nacional (FRANCO JUNIOR, 2007). No entanto, é com o futebol que o Estado estava mais preocupado, e a criação da CND, devolveu para CBD e os dirigentes alinhados ao governo getulista o comando do futebol nacional após o dissídio instalado anteriormente. As falas de Getúlio deixam bem claro seu vislumbre sobre a importância do controle do esporte e do futebol, para a efetivação de seu plano governamental.

O projeto getulista abrangia o esporte como central para transformação do brasileiro e também para superação das diferenças políticas, duas das circunstâncias fundamentais para a consolidação do regime. “Compreendo que os desportos, sobretudo o futebol, exercem uma função social importante”, declarou Getúlio, conforme registro de João Lyra Filho [...] “A paixão desportiva tem poder miraculoso para conciliar até o ânimo dos integralistas com o dos comunistas, ou pelo menos para amortecer transitoriamente suas incompatibilidades ideológicas”, continuou o presidente, para em seguida manifestar sua preocupação em ter as rédeas de uma força social e cultural tão formidável: “É preciso coordenar e disciplinar essas forças, que se avigoram a unidade da consciência nacional” (GUTERMAN, 2014, p. 71-72)

Nesse período, com a expansão dos meios de comunicação, o rádio surge como grande elemento de ligação do torcedor com o futebol. Também foi extensamente utilizado como elo de ligação entre o governante e a população durante o Estado Novo. Esta conexão seria ainda mais aprofundada após a criação em 1939 do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) que permitiu o estreitamento das relações entre Getúlio e o povo, em especial os trabalhadores. O uso de praças esportivas para eventos cívicos, como estádios de futebol, tornou-se algo recorrente durante o período estado-novista. Eventos de proporções imponentes, em especial o 1º de maio, dia do Trabalho, que contavam com a participação de Getúlio e movimentavam grande quantidade de pessoas.

O estádio ficava lotado de pessoas que se dirigiam de todos os cantos da cidade, em linhas especiais gratuitas de ônibus e de bondes. A entrada era franca, tudo era feito de modo a incentivar a presença popular nas arquibancadas do então maior estádio da capital brasileira — *São Januário*¹⁰. Getúlio adentrava o gramado do estádio em carro aberto, normalmente acompanhado do Ministro do Trabalho e de alguns membros de seu gabinete. Era tocado o Hino Nacional, seguido de discursos e de desfiles de atletas militares e operários. O evento era grandioso, transmitido pelo DIP para todo o país, além de ser traduzido em outros idiomas e retransmitido ao exterior. Nestas cerimônias, Vargas assinava publicamente algum decreto em benefício dos trabalhadores – como o que instituiu o salário mínimo, em 1940 –, e se retirava do estádio de forma triunfal, saudado pelo povo, que *atira-lhe flores, desfalda bandeiras, ergue vivas, numa apoteose que demora vários minutos*¹¹ (DRUMOND, 2008, p. 86-87).

¹⁰ Grifo nosso. Em São Paulo, o estádio do Pacaembu também era utilizado para esses eventos cívicos.

¹¹ Grifo do autor.

Nesses eventos, Getúlio evidenciava a ligação do líder da nação relacionado como um pai de uma grande família (COUTO, 2014). Seus discursos, tanto nessas festividades e particularmente no rádio com o programa “A Hora do Brasil”, exaltavam a representação da imagem do governante difundida por toda parte do território nacional. Com seu propenso caráter “onipresente”, ao propagar sua mensagem no dia-a-dia de milhares de pessoas através das transmissões radiofônicas e em discursos nas cerimônias cívicas, Getúlio abarcava “em perfeita sincronia, dois elementos importantes do imaginário coletivo do trabalhador: a paixão pelo futebol e a idolatria pelo seu líder” (COUTO, 2014, p. 46).

2.2 COPA DE 1950, O POPULISMO DE JK E JANGO: ASSOCIAÇÃO POLÍTICA DO FUTEBOL.

A Segunda Guerra Mundial adiou os planos de realização da Copa do mundo de futebol em território brasileiro para 1950. Getúlio Vargas não estava mais no Catete, mas ainda influenciava os rumos da nação, ao apoiar o eleito Eurico Gaspar Dutra para presidente. Embora chamado de período democrático (1945-1964), esta não foi uma época de estabilidade política (GUTERMAN, 2014), porém a Copa no Brasil, com a construção do maior estádio de futebol na época, o Maracanã, mantém o futebol inserido no ideal nacionalista e trabalhista varguista.

Iniciado na Era Vargas, as transformações de consumo e crescimento econômico nas grandes cidades brasileiras – resultando na criação de camadas médias e populares nas periferias dessas cidades – continuou agora, também sob influência dos avanços tecnológicos do pós-guerra (COUTO, 2014). “Assim, o Brasil da Copa de 1950 seria o país que não somente mostraria sua força no esporte mais popular do planeta, mas também seria capaz de erguer, do nada, o maior estádio do mundo” (GUTERMAN, 2014, p.90). Desta forma a realização do campeonato mundial de futebol no Brasil além de auxiliar no plano de expansão do futebol esboçado pela FIFA, inclui, do ponto de vista do governo brasileiro recém saído do regime ditatorial de Vargas, um momento de “afirmação no contexto político internacional como uma das grandes nações democráticas” (COUTO, 2014, p. 70).

Porém o resultado em campo não poderia ser mais trágico: a derrota para o Uruguai, de virada, num Maracanã lotado, descortinou os paradigmas racistas com o questionamento da “brasilidade” e da miscigenação racial até então considerados e divulgados como fatores agregadores diferenciais da identidade nacional.

Um dos questionamentos mais discutidos foi suscitado pela presença dos jogadores negros na seleção – ou seja, aquilo que era tido como trunfo passou a ser visto como fardo. Barbosa e Bigode eram negros e foram responsabilizados diretamente pela inesperada derrota, além do zagueiro Juvenal, que também falhou. A derrota não era apenas da seleção, mas aparentemente também de um projeto de país, de um sentido de comunidade que se estava construindo, tendo o futebol como símbolo e a mulatidade freyreana como representação. [...] Seria preciso quase uma década para cauterizar essa ferida, cuja origem remonta à própria estrutura vertical, rigidamente hierárquica, de uma sociedade brasileira mal saída de quatro séculos de escravidão. O negro despertava (e ainda desperta) no Brasil sentimentos ambíguos. Serve para explicar o sucesso e o fracasso do país. E 1950 foi a prova definitiva disso (GUTERMAN, 2014, p. 99-100).

Entretanto, “a derrota da nacionalidade no terreno de jogo favoreceu a vitória do nacionalismo no terreno político” (FRANCO JUNOR, 2007, p. 91), e Getúlio foi eleito presidente em outubro de 1950. Mas o insucesso na Copa teve consequências na confiança que a nova administração getulista tinha a respeito do futebol enquanto símbolo da cultura *sui generis* brasileira, “o país do futebol” parecia como um engodo nesses tempos. Contudo, o esporte bretão já estava enraizado na cultura nacional e nos costumes da população. Tomava forma igualmente nessa época a divulgação de produtos, empresas e pessoas com as simbologias futebolísticas.

A relação de proporcionalidade entre as adesões às práticas e aos espetáculos esportivos, pensadas a partir das classes sociais, auxilia na compreensão dos significados que o futebol passava a assumir no cenário esportivo brasileiro que se conformava nos anos 1950. Neste período, a consolidação de uma sociedade urbano-industrial possibilitou a formação de um mercado consumidor de espetáculos e produtos esportivos direcionados aos diferentes segmentos sociais que se estruturavam nas cidades brasileiras. O futebol, especialmente no Brasil, “contrariou” algumas regras do mercado, pois foi apropriado nos diversos extratos sociais, tornando-se o esporte mais “consumido” por todas as classes. Essa democratização experimentada pelo futebol brasileiro pode ser, em certa medida, explicada pela conformação de sólidos vínculos identitários entre os torcedores de uma mesma agremiação, sentimento denominado por Arlei Damo de *pertencimento clubístico* (COUTO, 2014, p. 74, grifo do autor).

Embora arrefecido pós *Maracanazzo*¹² durante o segundo governo de Getúlio, o futebol ainda era reconhecido como elemento importante de ligação entre os governantes e a população. Anteriormente a sua chegada à presidência, em 1956, Juscelino Kubitschek enquanto governador de Minas Gerais, já tinha conhecimento da importância política e da comoção que a disputa de uma Copa do Mundo despertava na sociedade brasileira. Às vésperas da realização do jogo decisivo entre Brasil e Hungria na Copa de 1954, na Suíça, o político envia uma mensagem otimista de exaltação da seleção ao chefe da delegação brasileira, mesmo

¹² Termo conhecido para se referir a derrota da seleção brasileira de futebol na final da Copa de 1950.

sabendo da evidente primazia do selecionado húngaro e da provável eliminação do escrete nacional. Como salienta Couto (2014, p. 83) “se a seleção de futebol assumia metonimicamente – nas crônicas esportivas – a representação do ‘povo brasileiro’, os políticos também encontravam um importante espaço para autopromoção e a difusão de suas ideologias”.

Juscelino, portanto, dava continuidade a apropriação do futebol direcionado pelos interesses do Estado, que incorporavam ideais nacionalistas, recuperação da autoestima dos brasileiros e afirmação internacional, de uma maneira similar ao empregado durante o Estado Novo. Num momento de crescimento do Brasil na conjuntura econômica latino-americana e de alargamento exponencial da indústria brasileira, a conquista da Copa do Mundo na Suécia, em 1958, encaixou-se perfeitamente nas pretensões de JK. O *complexo de vira-latas*¹³ que decorria desde a fatídica derrota de 1950, parecia ter sido expurgado e o presidente tratou de canalizar o poder mobilizador do triunfo futebolístico correlacionando-o ao seu programa de governo, à imagem de modernidade de sua administração e o sucesso da corrente edificação da nova capital federal, Brasília.

O crescimento econômico decorrente do acelerado processo de industrialização, alavancado, sobretudo, pela expansão do capital internacional, forçou a população a adotar novos hábitos de consumo que viriam a ser acompanhados de amplas transformações nos padrões culturais e estéticos da época. Os ideais do desenvolvimentismo kubitschequiano podiam ser percebidos tanto nos projetos conduzidos pelo Estado – a exemplo da arquitetura modernista da nova capital – como no reconhecimento de novos valores simbólicos, culturais e políticos que passaram a permear a sociedade brasileira. No campo musical, por exemplo, o surgimento da *bossa nova* dentro do restrito círculo de compositores da Zona Sul carioca marcou o rompimento com a velha tradição do samba, ‘inadequada’ aos novos tempos. A atitude experimental e a aproximação com ritmos do exterior, especialmente com o *jazz* norte-americano, sinalizavam a ‘afirmação’ da nova música brasileira com o projeto desenvolvimentista empreendido no governo JK (COUTO, 2014, p. 85-86, grifo do autor).

Também em 1956, tal qual o país com JK, assume um novo presidente na Confederação Brasileira de Desportos, João Havelange. Ele impõe uma organização empresarial e técnica em relação à seleção brasileira. Com o auxílio de Paulo Machado de Carvalho, foi montada pela primeira vez uma estrutura profissional de preparação do escrete canarinho para uma copa do Mundo. Os louros da vitória na Suécia propagados nos meios de comunicação e direcionados na figura de JK e outros políticos brasileiros, da mesma forma

¹³ “[...] Por ‘complexo de vira-latas’ entendo eu a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo. Isto em todos os setores e, sobretudo, no futebol[...]”. Expressão utilizada por Nelson Rodrigues em crônica publicada na revista *Manchete* em 31/05/1958, pouco antes do embarque da seleção brasileira para a disputa da Copa de 1958 e republicado no livro: RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras mortais**. Crônicas de futebol. São Paulo: Cia. das Letras, 1993. p. 51- 52.

foram ampliadas à CBD e seus dirigentes (GUTERMAN, 2014). “O modelo de gestão governamental fundamentado no ‘planejamento estratégico’ das ações havia chegado ao futebol” (COUTO, 2014, p. 86).

Contudo,

A inexistência de uma competição nacional de times revelava importantes características do futebol brasileiro e do próprio país. De um lado, as federações e os clubes sentiam-se livres e poderosos nos seus feudos estaduais, embora fossem instituições com isenções fiscais e que com frequência desfrutavam de instalações cedidas ou subvencionadas pelos poderes públicos. De outro lado, a organização de uma competição nacional de clubes num país de dimensões continentais requeria planejamento mais eficiente e melhoria do sistema de transportes (FRANCO JUNIOR, 2007, p. 131).

Nesse contexto, é criado em 1959 o primeiro torneio nacional de clubes¹⁴, a Taça Brasil, devido à necessidade de apontar um clube brasileiro à disputa da Copa Campões da América, atual Taça Libertadores (NASCIMENTO, 2012). O aproveitamento do torneio Rio-São Paulo – única competição interestadual entre times na época – para designação do representante brasileiro no certame intercontinental, além de não atender os preceitos colocados pela Confederação Sul-americana da indicação dos campeões nacionais, não era interessante para as aspirações políticas de Havelange, pois a escolha estaria restrita aos estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

A iniciativa do novo torneio pretendia abarcar paulatinamente representantes de todos os estados, mais o Distrito Federal, com a classificação de cada campeão estadual. Por motivos de economia, a disputa é regionalizada, em fases eliminatórias, seguindo os moldes da competição entre seleções estaduais. Em seu primeiro ano contou com a participação de 16 clubes¹⁵, tendo como campeão o Esporte Clube Bahia. A competição foi disputada até 1968, com poucas alterações em sua fórmula inicial, e com pouco revezamento de participantes, devido a hegemonia que vários times exerciam em seus estados (SANTOS, 2012).

Passados os anos de entusiasmo com a gestão JK, o Brasil mergulha em mais um período de incertezas políticas e econômicas a partir de 1961, principalmente pelo legado da falta de capacidade do governo em resolver as questões agrárias e do grande descontrole dos

¹⁴ Embora existissem competições nacionais entre seleções estaduais que movimentavam grande público, não havia nenhum torneio que contasse com a participação de clubes de várias regiões do Brasil.

¹⁵ Disputaram a primeira edição da Taça Brasil os seguintes clubes: CSA (Alagoas), Bahia (Bahia), Ceará (Ceará), Rio Branco (Espírito Santo), Vasco (Guanabara), Ferroviário (Maranhão), Atlético (Minas Gerais), Tuna Luso (Pará), Auto Esporte (Paraíba), Atlético (Paraná), Sport (Pernambuco), Manufatura (Rio de Janeiro), ABC (Rio Grande do Norte), Grêmio (Rio Grande do Sul), Hercílio Luz (Santa Catarina) e Santos (São Paulo).

gastos públicos. Entre a renúncia de Jânio Quadros e as subsequentes tentativas da direita brasileira de evitar a posse de João Goulart, a seleção brasileira de futebol conquista o bicampeonato mundial no Chile, em 1962. O momento de vitória foi aproveitado por Jango na tentativa de capitalizar votos para o PTB nas eleições parlamentares, municipais e estaduais que se avizinhavam em outubro deste mesmo ano (GUTERMAN, 2014). Ao receber os campeões do mundo em Brasília, assim como havia feito Juscelino quando da conquista da Copa de 1958, o ambiente era de total exaltação.

[...] E então o presidente ergueu a taça, ao lado de Zagallo, como se fosse um integrante da seleção. Esta imagem, somada àquela que Jango bebe champanhe na Jules Rimet, segurando o cobiçado troféu pelas asas, dá a dimensão do envolvimento do presidente com os efeitos da conquista Mundial e das expectativas que ele deposita nisso (GUTERMAN, 2014, p. 145).

Aproveitando o momento de euforia, o plebiscito sobre a forma de governo no Brasil foi antecipado para janeiro de 1963, com vitória do presidencialismo, fazendo com que Jango conseguisse assumir “de fato” a presidência da República. Ao tentar impor suas reformas de base, o “clima de radicalização” foi tomando forma no país.

Apesar de toda importância do momento, nada disso, no entanto, era capaz de mobilizar a massa geral de brasileiros mais do que o futebol – menos por culpa do futebol, e mais por causa da apatia de uma sociedade cujo controle de seu destino estava crescentemente fora de suas mãos. Essa apatia teria seu ápice no golpe de 1964, quando os militares e a “vanguarda” conservadora tomaram o poder sem fazer força. A defesa dos ideais democráticos, como possível elemento catalisador dos brasileiros, tinha no futebol um concorrente praticamente imbatível, sobretudo numa época mágica desse esporte no Brasil – fazia muito mais sentido sair às ruas para festejar uma vitória da seleção brasileira do que para defender as liberdades (GUTERMAN, 2014, p. 136, grifo do autor).

Num período do país conturbado com lutas políticas e ideológicas internas entre a caserna, a classe média e grupos populares de esquerda, o futebol ainda dominava o imaginário do povo brasileiro, numa certa anestesia coletiva. Esse afastamento da população, sobretudo em relação as agitações políticas existentes próximas ao Golpe civil-militar de 1964, se enquadram no aforismo de que *o futebol é o ópio do povo*¹⁶, e que seria muito utilizada posteriormente por intelectuais durante o período ditatorial militar¹⁷.

¹⁶ Termo criado parodiando a célebre frase de Karl Marx: “A religião é o ópio do povo”.

¹⁷ “A sedimentação da tradição *futebol-corno-ópio-do-povo* acabou por inibir a possibilidade de se estudar o *esporte das multidões* com a devida profundidade [...]. Com isso a maior parte da produção historiográfica e sociológica dedicada ao futebol no período da ditadura militar desprezou o *campo* futebolístico como uma esfera significativa para a compreensão das manifestações de oposição e/ou resistência surgidas no decorrer desse período.[...] Uma vez descartada a teoria da *alienação*, se compreendido como um fenômeno social amplo –, o

2.3 O FUTEBOL DURANTE A DITADURA: LEGITIMAÇÃO, PROPAGANDA POLÍTICA E UFANISMO.

O golpe civil-militar que aplacou o Brasil em 1964, notabilizou-se pela repressão de manifestações político-sociais contrárias ao governo, além de impor um projeto para o país pautado no crescimento econômico e na produção de uma ampla propaganda ufanista. O futebol, enquanto representante de uma “brasilidade” única e movimentador das “massas” – cuja identidade foi estruturada, apoiada e explorada por diferentes gestões anteriores ao golpe – não poderia ficar de fora do controle do Estado.

Quando em março de 1964, o arдил para deposição de João Goulart foi concretizado, o país ainda vivia a emoção do segundo título mundial de 1962. O Santos de Pelé igualmente conquistara o bicampeonato mundial de clubes em 1963, e as rivalidades locais e nacionais eram exacerbadas pelos campeonatos estaduais e a Taça Brasil, respectivamente. Com isso, o aumento de público nos estádios brasileiros também aumentou, em consequência, as rendas seguiram nessa mesma proposta de ampliação. Isto despertou ainda mais o interesse dos dirigentes dos clubes e dos políticos, que vislumbravam grande potencial arrecadatório no futebol, tanto do ponto de vista dos clubes, como das entidades governamentais que dirigem o esporte mais popular do país (COUTO, 2014).

Entretanto, na Copa de 1966 disputada na Inglaterra, a seleção brasileira teve um desempenho pífio, sendo eliminada na primeira fase da competição. A preparação do escrete nacional para o torneio foi conduzida pautada em viagens por diversas cidades brasileiras, com objetivo principal de arrecadação financeira para CBD, e igualmente encarada com exagerado otimismo. O “afastamento” do governo de Castelo Branco na relação com o futebol, deixaram abertas possibilidades de disputas políticas internas no órgão máximo do futebol nacional aos desafetos de João Havelange, principalmente dos dirigentes paulistas, após afastamento de Paulo Machado de Carvalho¹⁸ da diretoria da CBD.

campo futebolístico pode abrigar múltiplas formas de expressão política, ou de maneiras como indivíduos distintos manifestam seus antagonismos e participam efetivamente da vida política da nação; afinal, ao ser apropriado por agentes de diferentes vertentes ideológicas, ele constitui um importante *espaço simbólico*, no qual se digladiavam os políticos. Nesse sentido o *campo* futebolístico representou um canal de comunicação privilegiado: tanto para o Estado, que visava difundir sua ideologia, quanto para os diversos grupos e agentes descontentes com o regime militar, que desejavam expressar sua insatisfação com os valores hegemônicos e protestar contra o regime autoritário”. COUTO (2014, p. 118, grifo do autor).

¹⁸ Paulo Machado de Carvalho comandou a delegação brasileira nas Copas de 1958 e 1962 (GUTERMAN, 2014).

Em 1966, apesar da grande mobilização social em torno dos jogos da seleção, o “Marechal”, assim como o alto comando militar, não se envolveu nas questões políticas que permeavam os bastidores da CBD. A recente luta travada contra a democracia populista parece ter inibido o presidente de incorporar ao seu arcabouço símbolos traços característicos associados a seus antecessores. [...] A figura de Castelo Branco – e, mais ainda, as figuras dos membros da cúpula militar – não possuía carisma nem penetração popular; assim, a credibilidade do novo governo deveria ser alcançada por meio do progresso econômico e da paz social, frutos da organização, da responsabilidade e da eficácia do novo regime. Neste contexto, o futebol [...] não atraía, enquanto elemento simbólico, o interesse do grupo castelista. Na verdade, a dissociação entre a imagem do presidente como esporte bretão, assim com a aparente neutralidade demonstrada em relação às questões futebolísticas, representa o distanciamento pessoal de Castelo Branco e seus ministros dos símbolos anteriormente requisitados pelos políticos que se sucederam no poder desde 1930 (COUTO, 2014, p. 134, grifo do autor).

A derrocada na Copa de 1966, além de aumentar a desaprovação à forma de organização para Copa realizada pela CBD, diminuiu o ímpeto da estratégia do dirigente máximo do futebol brasileiro para alcançar a presidência da FIFA, que, com o “inevitável” triunfo do tricampeonato seguido, garantiria o prestígio necessário para esse objetivo (GUTERMAN, 2014). Além disso, despertou cobranças na classe política, principalmente de oposição, que se prevaleceu da situação para alçar ao governo suas críticas (COUTO, 2014). Ainda, segundo Couto (2014 p. 136), essas insinuações reproduzem um “fragmento extremamente representativo do contexto político da época, no qual por meio do futebol, se reproduzem as tensões e os embates e as críticas impostas ao sistema de governo”.

Na sequência da troca de poder entre os militares, assume em 1967, o Marechal Artur da Costa e Silva, que adota uma política econômica desenvolvimentista, apoiado por seu ministro da Fazenda, Delfim Neto. Se a economia dava sinais de crescimento, começava também um dos períodos de maior repressão da ditadura com a edição do Ato Institucional nº 5, o AI-5, em dezembro de 1968. O futebol retornava a pauta governista, e o rigoroso controle da sociedade deveria ser estendido para o esporte mais popular do país (FLORENZANO, 1998 apud COUTO, 2014). Sendo assim, “as políticas educacionais esportivas deveriam se adequar ao modelo econômico definido no Plano Decenal de Desenvolvimento Econômico” (COUTO, 2014, p. 141).

Desta maneira, a conquista da Copa de 1970 passa a ser uma “questão de Estado”, e o governo militar não pouparia esforços para financiar a preparação da seleção. Da mesma forma a militarização da comissão técnica do selecionado nacional, conforme avalia Franco Júnior (2007, apud COUTO, 2014, p. 143) “teria sido uma resposta dada pela *linha dura* à desorganização e à ausência de uma preparação física adequada na Copa da Inglaterra”.

Além do aperfeiçoamento da preparação física, a militarização da CBD visava, em um sentido mais amplo, ao disciplinamento da Seleção Brasileira. O futebol, tido como o esporte mais representativo do povo brasileiro, também deveria traduzir nos gramados mexicanos os ideais formulados pela *Doutrina de Segurança Nacional* (COUTO, 2014, p. 144, grifo do autor).

Outra preocupação recorrente do governo era com a imagem difundida dos militares, apesar de certa discordância sobre o tema dentro da caserna. Mesmo com essa desarmonia interna, é criada a Agência Especial de Relações Públicas (AERP), com intuito de difundir representações otimistas do regime e de sua função enquanto um aglutinador das forças sociais (GUTERMAN, 2014). Ainda sobre o órgão, segundo Fico (1997 apud COUTO, 2014, p. 152), ele apresentava “uma ‘estratégia retórica’ que consistia em afirmar precisamente o inverso do que se tinha”. Tinha como objetivo preparar campanhas publicitárias com assuntos educacionais, uma plataforma despolitizada, de elevação dos valores patrióticos.

Por meio destas campanhas, o clima de otimismo atribuído ao *milagre econômico* e percebido principalmente nas camadas médias e nas elites urbanas deveria ser catalisado em prol da construção de uma imagem idealizadora do Brasil, cujos componentes pertenciam a um projeto de identidade nacional encontrado em tempo de longa duração: grandeza, diversidade e harmonia das três raças.[...]Desse modo, as imagens que remetiam ao futebol, ao carnaval, à alegria e ao otimismo ganharam força nas campanhas produzidas na década de 1970. Na tarefa de disseminar sua ideologia às massas, a Aerp contou efetivamente com o trabalho da imprensa “bajuladora”, tendo como principal suporte a televisão, veículo que [...] era capaz de superdimensionar o impacto da mensagem por meio de seus recursos audiovisuais. (COUTO, 2014, p. 152-153, grifo do autor).

Com o triunfo no México, não só a integração das imagens dos jogadores vencedores (principalmente Pelé), mas também a do presidente Médici foram amplamente divulgadas tanto na imprensa escrita, como na televisiva.

Uma das técnicas mais eficientes da AERP consistiu em associar futebol, música popular, presidente Médici e progresso brasileiro. Médici era excelente material para tal campanha. Adorava posar de pai e era fanático por futebol. A AERP explorou as duas preferências (SKIDMORE, 1998 apud COUTO, 2014, p. 160).

Juntamente com o crescimento econômico do período, as potencialidades que a vitória trouxera de legitimação do regime foram enormes. O tricampeonato da seleção, segundo Guterman (2014) e Couto (2014), evidenciam e resgatam o projeto de integração e identidade nacional por meio do futebol que se desenhavam desde o varguismo, e se consagram em 1970.

No campo das competições entre clubes no Brasil, anos antes, na tentativa de recuperar o prestígio do futebol nacional após a Copa de 1966 e com o esvaziamento da Taça Brasil¹⁹, foi aprovada a participação de clubes de outros estados no Torneio Rio-São Paulo, denominado Roberto Gomes Pedrosa²⁰. Tal medida também foi influenciada pela solicitação das confederações de Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul, que ambicionavam estender seus lucros e a projeção de seus afiliados a nível nacional. Com a extinção da Taça Brasil, a partir de 1969, este passa a ser o principal campeonato entre clubes até a criação do campeonato brasileiro em 1971 (SANTOS, 2012).

A aproximação de João Havelange com o regime, o deixou à cargo do projeto para elaboração da Loteria Esportiva – lançada durante o mundial de 1970 – que renderia subsídios financeiros para CBD e federações (COUTO, 2014), enquanto ampliava a possibilidade de ascensão social entre os brasileiros através apenas do conhecimento esportivo. Em 1969, já houvera a interpelação por parte do governo militar junto à CBD para criação de um campeonato nacional (GUTERMAN, 2014), com a intenção de introduzi-lo na lista de “instrumentos capazes de realizar a integração nacional no plano sociocultural” (COUTO, 2014, p. 165), em seu Plano de Integração Nacional (PIN).

Porém, foi somente em 1971, com as federações e também os clubes cada vez mais instrumentalizados pelo governo, que é criado o campeonato brasileiro de futebol, com 20 clubes em sua primeira edição. Embora enfrentasse as mesmas dificuldades das tentativas de integralização anteriores, pela grande extensão do país, agora existia uma cobertura maior por linhas aéreas, o subsídio das passagens e custos com as taxas dos jogos via arrecadação da Loteria Esportiva recém-criada (SANTOS, 2012).

Contudo, o torneio já nascera sob a égide do vigente clientelismo entre os dirigentes dos clubes e políticos, que visavam tirar proveito do imenso movimento financeiro e de massas que o futebol apresentava, para manutenção e ampliação do *status quo* (COUTO, 2014). Some-

¹⁹ A Taça Brasil não conseguiu em nenhuma de suas edições o objetivo inicial de sua criação de obter participação de times de todos os Estados da Federação.

²⁰ Esta denominação já existia para o torneio desde 1954 e foi mantido, apesar troca de nome para Taça de Prata a partir de 1968, que não caiu no gosto popular. Ficou mais conhecido como “Robertão”. O torneio Roberto Gomes Pedrosa de 1967 foi organizado pelas federações dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, porém em 1968, num conluio entre a CBD, e a CND, o torneio passa a ser organizado pelo órgão liderado por Havelange. Roberto Gomes Pedrosa foi um jogador e dirigente de futebol que iniciou sua carreira no Botafogo-RJ e depois se transferiu para o São Paulo F.C., onde posteriormente se tornou presidente do clube e da Federação Paulista de Futebol, sendo homenageado com o nome do torneio.

se as contínuas aspirações de Havelange²¹ para eleger-se presidente da FIFA, concretizada em 1974, com a necessidade do governo de respaldar o regime após a derrota nas eleições legislativas, o torneio acabou tornando-se uma moeda de troca política nos anos posteriores à sua criação (SANTOS, 2012).

Na mesma proporção que o futebol ampliava sua abrangência territorial, crescia o interesse dos políticos: *cartolas*, governadores, deputados e prefeitos disputavam abertamente as vagas no Campeonato Brasileiro, os valores das arrecadações e, principalmente, as verbas destinadas à construção de estádios. Com o “objetivo de integrar todas as regiões ao Campeonato Brasileiro”, foram construídos, entre 1972 e 1975, trinta estádios por todo país. [...] a dinâmica política do futebol acabou se tornando fruto da lógica clientelística que conduzia os grandes investimentos públicos no período militar, muito bem traduzida pela máxima da época – “onde a ARENA vai mal, um time no Nacional” – lembrada por Gilberto Agostino (COUTO, 2014, p. 165, grifo do autor).

Mesmo mantendo o aparelhamento militar da seleção vencedora de 1970 nas Copas subsequentes disputadas na Alemanha e Argentina, 1974 e 1978 respectivamente, o escrete canarinho não obtivera o mesmo sucesso anterior. Com o declínio da seleção brasileira pós tricampeonato mundial, ao mesmo tempo que o enfraquecimento econômico alcançava o país e aumentava também a influência da oposição; o aumento de clubes no nacional era uma clara tentativa do governo Geisel de aplacar o ímpeto dos emedebistas nos estados.

Fica ainda mais contundente a anuência da CBD aos interesses do aparelho político que dava suporte ao regime, agora com um político da Arena no comando, o almirante Heleno Nunes (SANTOS, 2012). A quantidade de times no campeonato brasileiro de 1979, no primeiro ano do governo Figueiredo, chegou a incríveis 96 clubes.

No campo político, o Brasil entrava num período de lenta abertura democrática da ditadura militar a partir do início dos anos 1980 e, economicamente, estava cerceado por uma grande recessão (GUTERMAN, 2014). É nesse contexto que a CBD passa a designar-se CBF (Confederação Brasileira de Futebol) em 1979, e sob comando do empresário Giulite Coutinho – a partir de 1980 – modifica toda estrutura militarizada da seleção brasileira, e diminui o campeonato nacional para 44 clubes. “Ainda era um número inacreditável, mas indicava o desejo político de devolver o futebol a seus próprios defeitos, resgatando-o do mundo da pura manipulação política” (GUTERMAN, 2014, p. 209). Essas medidas concernem em mais um aspecto inerente da modernização do futebol, que nessa conjuntura dos anos 1980-1990 constitui

²¹ A dissertação de mestrado de Moreira (2017), *Futebol e Ditadura Militar: A Elaboração dos Projetos Políticos para o Futebol Brasileiro 1966-1971*, é um contraponto sobre o corrente binômio futebol x ditadura, tendo como ponto central o projeto de poder de João Havelange.

em “uma retração do Estado e uma expansão do mercado sobre esse setor” (HELAL; GORDON, 2002, p. 51), e que viria a ter uma aceleração dessa expansão mercantil no próximo século. Ainda assim, para Proni (2000 p. 155), tais soluções de modificações na estrutura do futebol brasileiro propostas pelo presidente da CBF, “mantinham um caráter tipicamente conservador, paternalista, explicitamente continuísta e bastante vago”.

Essa alteração no ambiente nacional se refletiria também na estrutura política da CBF. A pressão crescente dos dirigentes dos principais clubes brasileiros, sistematicamente afastados do centro decisório da entidade por conta do estilo centralizador e excludente de Heleno Nunes, forçava agora uma nova correlação de forças. Por outro lado, a adoção de uma nova imagem pública pelo regime militar, que procurava atrair as chamadas “lideranças civis responsáveis”, levava a um enfraquecimento da posição de Nunes no comando da Confederação recém-fundada. Era preciso adotar uma nova face para um novo modelo de gestão em uma nova entidade. [...] Ciente da necessidade de buscar um novo modelo de relação política com clubes e federações e atento às mudanças operadas internacionalmente em relação à comercialização da imagem do esporte, Giulite Coutinho deu início à sua gestão com dois grandes projetos: a implantação de um plano de marketing para o futebol brasileiro e a definição de um novo calendário para as competições nacionais e para a seleção brasileira (SARMENTO, 2006, p. 146).

Enquanto a sociedade brasileira passava por um período de restabelecimento dos direitos civis, o resgate da autoestima futebolística era pautado na seleção formada para Copa de 1982, na Espanha. Concomitantemente, o futebol brasileiro experimentava um movimento único em sua história, a “Democracia Corinthiana”²². Formado no bojo de um dos clubes mais populares do país, refletia as contestações da sociedade civil em busca da restauração de seus direitos de liberdade de expressão e escolhas políticas. Seriam, de certa maneira, como a seleção de 1982, representantes de uma negativa à disciplina militarizada que permeava o futebol desde 1970 (GUTERMAN, 2014). “Era uma negação da tecnocracia que levava o Brasil ao desastre da dívida externa e da perversa distribuição de renda” (GUTERMAN, 2014, p. 208). Entretanto, a derrota do escrete canarinho, na Tragédia do Sarriá²³, “pareceu acordar os brasileiros para uma nova realidade de um país em transição, em profunda crise tanto econômica quanto de identidade” (GUTERMAN, 2014, p. 213).

²² Para mais detalhes sobre: FLORENZANO, José Paulo. **A Democracia Corinthiana**: práticas de liberdade no futebol brasileiro. São Paulo: FAPESP; EDUC. 2010.

²³ Tragédia do Sarriá foi o nome dado à eliminação do Brasil na Copa de 1982 na Espanha, após derrota para a Itália pelo placar de 3x2, no Estádio Sarriá, em Sevilha, no dia 5 de julho. Considerada a última seleção do Brasil a desempenhar um futebol tipicamente brasileiro, o futebol-arte, sendo esta derrota lamentada e lembrada até os dias atuais. Para mais detalhes: ROMAN, Gustavo; ZANATA, Renato. **Sarriá 82**: o que faltou ao futebol arte? Rio de Janeiro: Maquinaria, 2012. Também: MORA, Marcelo. **Telê e a seleção de 82**: da arte à tragédia. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

Nas décadas seguintes à redemocratização, enquanto a CBF lucrava com a seleção e seus contratos milionários; a organização do futebol brasileiro e os clubes por extensão (muitas vezes por cumplicidade), conviveram com resquícios do clientelismo que marcou a relação do futebol durante o período militar. Campeonatos deficitários, pouca credibilidade nas regras das competições, um período de penúria econômica, tal qual o país, e desorganização do calendário.

A chamada “modernização” do futebol enquanto negócio, parece ter amadurecido no futebol brasileiro nestas primeiras décadas do século XXI. A estabilização econômica, e a globalização com crescimento exponencial das formas de comunicação, contribuíram para essa modificação de paradigma na estruturação dos clubes nacionais. Contudo, a identidade popular do futebol pode estar sendo comprometida com estas alterações.

3 FIGUEIRENSE: ENTRE A MODERNIZAÇÃO E A IDENTIDADE.

Como tentamos demonstrar no capítulo anterior, o futebol enquanto grande instrumento agregador sociocultural, encontrou no Brasil em diferentes momentos do cenário político nacional, um intrínseco envolvimento com o Estado, sob diferentes aspectos e utilização, seja para consolidar uma identidade, expandir ou sustentar a ideologia dominante no momento.

Entretanto, com as alterações ocorridas no plano econômico, social e político nesses anos iniciais do novo século, também modificaram a conjuntura do envolvimento e da relação do Estado com o esporte bretão no Brasil e no mundo. Novas “categorias” de torcedores vão surgindo, conformando com os movimentos que os clubes e seleções realizam, cada vez mais observando-o pela ótica mercadológica.

Fundado no início do século XX, em um bairro popular de raízes negras, o Figueirense também estabelece mudanças circunstanciais na vinculação do clube com seus aficionados ao iniciar um modelo de gestão empresarial em sua administração. Embora tais modificações possam ter resultado em expansão da visibilidade do clube em nível estadual e nacional, aumento de simpatizantes, conquista de títulos e participações recorrentes na elite do futebol brasileiro, transparece avaliar a questão sobre quais consequências essa modernização promovida, afetaram na identificação do clube com o torcedor e suas simbologias tradicionalmente populares.

3.1 IDENTIDADES DO TORCEDOR DE FUTEBOL.

O sentimento do torcedor brasileiro, em especial nas vitórias em momentos de Copa do Mundo, da sua identificação com a seleção transcendendo também para o orgulho nacional e essa com as virtudes do governo, é o que, segundo Helal e Gordon (2002, p. 44), contribuiu para que o futebol se tornasse o *esporte nacional*, pois “foi produto de um processo histórico realizado por agentes do universo cultural, político e esportivo, tendo como base uma forte presença do Estado e das idéias nacionalistas”. Porém não podemos desprezar a “rica gama de dramatizações presentes nos vínculos sentimentais observados na relação entre torcedores e os seus respectivos clubes” (COUTO, 2014, p. 75), onde o indivíduo consegue se enxergar pertencente a uma prática que pode possibilitar uma ascensão do ponto de vista social, principalmente os pertencentes as classes subalternas.

Desde a década de 1930, é igualmente difundida pela crescente mídia esportiva do país o apelo aos clubes de futebol. As rivalidades regionais tiveram um crescimento exponencial com a expansão dos meios de comunicação, em especial o rádio. A especialização da mídia esportiva na cobertura e transmissão dos jogos alargou a abrangência de torcedores de determinados clubes à nível nacional, sobretudo os times do Rio de Janeiro e de São Paulo, muitas vezes em detrimento dos clubes locais. Isso ajuda a explicar, em parte, a grande massa de admiradores que os grandes clubes desses dois estados adquiriram em âmbito nacional.

Mesmo com uma série de culturas brasileiras diferenciadas, a nação brasileira é imaginada através da representação de uma destas culturas, mais especificamente a do eixo Rio-São Paulo, no sudeste do país. As demais culturas são vistas como culturas regionais. [...] O mesmo aconteceu com o esporte, e em especial com o futebol [...]. No entanto, não se pode considerar o futebol brasileiro como um esporte homogêneo. O estilo de jogo do sul do país é identificado com características muito diferentes do estilo brasileiro dito como “padrão”, ou seja, do jogo que seria praticado no eixo Rio-São Paulo (DRUMOND, 2008, p. 51, grifo do autor).

Em sua origem, o Figueirense desperta um sentimento de pertencimento na comunidade em que se origina. Os moradores e frequentadores do bairro da Figueira, ocupado majoritariamente pela população de origem africana, operários e prostitutas, observam no novo clube uma possibilidade de transpor as barreiras sociais existentes e melhorar sua “posição” na sociedade florianopolitana, de forma diferente aos elitistas clubes de remo, quase que exclusivamente formados por brancos (CARDOSO; RASCHE, 2016).

Se nas circunstâncias sociais em que os sujeitos estão inseridos não os permitem escolherem sua classe social, no futebol entretanto, a liberdade de adotar um time para torcer parece contrária a esta lógica. Sendo assim, o futebol pode permitir uma relativa igualdade na sociedade entre as pessoas, independentemente de sua renda, classe social ou escolaridade, sensação despertada nos figueirenses²⁴ no contexto das primeiras décadas de existência do clube.

Os treinos abertos do esporte alvinegro realizados até meados de 1940, no campo conhecido como “pasto da vaca”²⁵, aumentaram a relação de cumplicidade entre os moradores e o clube. Para Cardoso e Rascke (2016 p. 113), com os treinamentos neste local, o Figueirense foi “envolvendo diferentes sujeitos históricos em sua formação e em suas atividades, o clube consolidou um sentimento de grupo na comunidade, criando certo laço de ‘intimidade’”.

²⁴ Como eram conhecidos os torcedores do Figueirense nesta época, posteriormente a alcunha de alvinegros foi mais popularizada, em referência as cores preto e branco do time. (CARDOSO; RASCHE, 2014).

²⁵ Área que estava localizada na esquina entre a avenida Rio Branco e a rua Padre Roma.

Em concomitância com os treinos abertos à comunidade, também a alteração de sua sede para o Estreito, em 1945, contribuiu para o alargamento de admiradores e construção da identidade popular do Figueirense, pois aproximou o clube das comunidades dos bairros continentais da capital catarinense e também aos simpatizantes das cidades vizinhas.

Também essa popularidade foi crescendo e as torcidas começaram a criar expectativas em relação aos clubes a que se vinculavam ou demonstravam apreço. [...] O torcedor de futebol, identificado com a história e as expectativas de um clube, torce por esta instituição, mesmo sem ser membro deste clube. Nas palavras de Rosenfeld, “para uma imensa torcida, a vitória de seu time, que se transmite para o grupo inteiro, significa um triunfo coletivo, um incremento da honra e do poder e, ao mesmo tempo, uma revelação do curso feliz das coisas” (2013, p. 102). Assim, torcer significa engajamento, expectativas e sonhos com a vitória e o sucesso do clube (CARDOSO; RASCHE, 2016, p.113).

Embora tenha recebido o terreno por doação em 1945 para a construção de seu estádio pelo empresário e então presidente do clube, Orlando Scarpelli, o Figueirense ainda necessitou de muito esforço para pôr em pé o desejo de sua praça esportiva. Apesar de treinar no local desde então, a construção do estádio iniciou-se apenas em 1948 e a inauguração oficial ocorreu somente em 12 de junho de 1960, quando o clube completava 39 anos (BECKER; SILVA, 2015).

O torcedor de futebol antes de mais nada é um apaixonado pelo clube de coração, muitas vezes carrega nele suas aspirações pessoais. Todavia, as reminiscências de um Estado controlador e influente, não somente nos campos esportivos, aparentam estar sendo deixadas no passado no âmbito de uma globalização econômica e cultural.

Que estamos num momento de redução do poder do estado, de esvaziamento da idéia de nação e do projeto nacionalista e corporativista. A idéia de globalização traz em si a negação dos estados-nacionais e a multifragmentação das identidades. Não se enfatiza mais a pertinência das pessoas a uma nação, mas a grupos étnicos, de gênero, e sobretudo a grupos que se definem basicamente pelo consumo. Ao mesmo tempo, observamos fragmentação de produtos, serviços e bens de consumo, que acompanham e visam atender essa pulverização das identidades em setores de consumo. A transformação do futebol num produto, numa questão de business, portanto, ratifica sua dissociação com domínios mais totalizantes, e o mergulha num meio em que passa a fazer parte de uma miríade de produtos de entretenimento (e de consumo) no meio de tantos outros (com a difusão das redes de televisão, o aumento da produção de mídia) disponíveis no mercado (HELAL; GORDON, 2014, p. 51-52).

Nesse contexto do início do século XXI, pautado numa era globalizada, com altíssima circulação de informações e facilidade de acesso a muitas formas de entretenimento, não somente os clubes transformaram sua forma organizacional, mas também se sucede modificada a maneira como o apreciador de futebol se identifica com os clubes.

Nas palavras de Giulianotti²⁶ (2012, p. 2) se referindo ao futebol atual, “as finanças do esporte cresceram exponencialmente ao mesmo tempo em que ocorreram grandes mudanças na organização cultural do jogo, na forma em que é vivenciado por jogadores, torcedores e comentaristas da mídia”. Para o sociólogo, existe uma *hipermercantilização* em uma conjuntura de relacionamentos comerciais e sociais pertinentes ao final do século XX, que influem diretamente na maneira como esses simpatizantes passam a se relacionar com o futebol e especificamente com os clubes. Nesse sentido, ele classifica os torcedores de futebol, nessa nova conjectura, em quatro categorias básicas²⁷.

[...] as quatro categorias de torcedores estão baseadas em duas oposições binárias básicas: quente-frio e tradicional-consumidor. Portanto, existem quatro quadrantes nos quais os torcedores podem ser classificados: tradicional/quente; tradicional/frio; consumidor/quente; consumidor/frio. Os quatro quadrantes representam categorias de tipos-ideais, através das quais podemos mapear as transformações históricas e diferenças culturais vivenciadas por comunidades específicas de torcedores, em suas relações com os clubes com que se identificam (GIULIANOTTI, 2012, p. 12).

Estas aproximações de caráter mais antropológico e sociológico, se fazem necessárias para tentar entender o meio do futebol e as sensações que despertam nos torcedores, sendo um aspecto relevante quando nos propomos a trabalhar com a História do tempo presente, que necessita, segundo Dosse (2012, p. 11), de “uma abertura da prática histórica sobre outras práticas, que permite novos esclarecimentos graças a esses intercâmbios frutuosos entre diferentes disciplinas”.

²⁶ O trabalho de Giulianotti (2012, p. 5) parte de estudos anteriores de Ian Taylor e Chas Critcher, como bem coloca o autor: “O trabalho realizado pelos sociólogos Ian Taylor e Chas Critcher (*escritos separadamente*) fornece um ponto de partida crucial para minha análise de mercantilização do futebol da década de 1960 em diante. [...] De forma geral, era argumentado que a torcida de futebol estava sendo mercantilizada, com a busca de um público mais rico para frequentar os jogos, em um processo que era sustentado pelas tentativas das forças que controlavam o esporte de reinventar suas relações sociais” (grifo nosso).

²⁷ Vamos descrever resumidamente as características que compõe cada grupo de torcedores classificados por Giulianotti (2012, p. 15-29). *Torcedores tradicionais/quentes*: fanáticos, possuem um contrato cultural com o clube, mantêm uma relação calorosa com os espaços do clube, principalmente o estádio. *Torcedores tradicionais/frios*: são seguidores de clubes, porém também seguem jogadores, técnicos e outros sujeitos ligados ao futebol; entretanto sua identificação com o clube é realizada de forma fria, através das mídias eletrônicas. *Torcedores quentes/consumidores*: fãs, é um torcedor moderno do clube de futebol ou de seus jogadores e sobretudo de celebridades; esses torcedores vivenciam o clube, contudo, seguindo uma lógica de relações baseada no mercado, validando esta relação através da compra de mercadorias relacionadas ao clube. *Torcedores frios/consumidores*: flâneurs, são os torcedores pós-modernos de clubes, cuja relação é baseada nas mídias frias; o clube é enxergado como uma vitrine, não obstante, sua lealdade pode ser trocada de acordo com as vitórias no campo esportivo, – inclusive relacionados a nacionalidade – ou pela atuação das celebridades que estes seguem.

Ao classificar diferentes modelos de torcedores em fanáticos, seguidores, fãs e flâneurs²⁸, Giulianotti evidencia não somente as modificações ocorridas no relacionamento entre torcedores e clubes, mas da mesma forma transparece a realidade das relações dos indivíduos na sociedade contemporânea, balizada pelo determinismo mercantil de consumo. Com o Figueirense esse processo não foi diferente, ao incorporar um modelo administrativo pautado numa direção “modernizante”, também podem ter sido modificadas as identidades correspondentes à sua origem e a de seus torcedores.

3.2 O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO DO FIGUEIRENSE.

Se nas décadas iniciais de sua fundação o Figueirense iniciara de forma vencedora sua trajetória no futebol – alcançando seis conquistas do campeonato catarinense até 1941²⁹ – com a construção do estádio Orlando Scarpelli e os recursos voltados para este fim, os títulos rarearam e só voltariam a aparecer na década de 1970, exatamente na década de criação do campeonato brasileiro. Coube ao clube ser o primeiro representante catarinense no campeonato nacional, em 1973, repetindo a participação nos anos de 1975 1976, 1978 e 1979³⁰.

Durante a década de 1980, a penúria financeira e a falta de vitórias foram as marcas do clube, que quebraria um jejum de 21 anos sem títulos catarinenses somente em 1994. Entretanto, essa conquista esporádica, embora muito festejada, não melhorou a condição financeira do clube, que chegou às portas da virada do século em situação de extrema fragilidade. Vale destacar que tal situação não era exclusividade do clube catarinense, fazia parte de um contexto mais amplo do cenário econômico em que passava o país, que invariavelmente afetava o futebol nacional. Nesta década e início dos anos 1990, os grandes clubes brasileiros também estavam em sérias dificuldades financeiras. Entretanto, para clubes

²⁸ “O flâneur compõe um tipo social urbano distinto, descrito e caracterizado por Baudelaire em meados do século XIX, remodelado sociologicamente por Simmel e analisado mais criticamente por Walter Benjamin (1793, 1999) durante a década de 1930.[...] Em seu sentido original, o flâneur era um andarilho urbano moderno: burguês do sexo masculino, tipicamente adulto, ele vagava pelos bulevares e pelos mercados.[...] Em sua manifestação contemporânea, sugiro que o flâneur não seja tão específico quanto ao gênero. Diferenças de classe permanecem, uma vez que ele tem o capital econômico, cultural e educacional capaz de inspirar um interesse cosmopolita em sua coleção de experiências” (GIULIANOTTI, 2012, p. 25-26).

²⁹ O Figueirense conquistou os campeonatos catarinense de 1932, 1935, 1936, 1937, 1939, 1941; só viria a retomar o título catarinense em 1972 e depois 1974.

³⁰ Embora a participação do Figueira no campeonato nacional tenha sido recorrente na segunda metade da década de 1970, devemos levar em consideração o inchaço que esse torneio recebera devido às barganhas com o governo ditatorial militar, como verificamos no capítulo 2.

de menor porte como o Figueirense, tal condição poderia decretar inclusive o fechamento de suas atividades.

No início da década de oitenta, o fato mais marcante do ponto de vista econômico, foi os clubes terem sido arrastados pela recessão econômica para uma situação financeira extremamente precária, forçando a maioria a se desfazerem de parte importante de seu patrimônio líquido: os “passes” de seus melhores atletas. Essa situação demonstrou, na verdade, que as formas tradicionais de administrar os clubes de futebol tinham entrado em colapso com a queda do público e da renda dos jogos. (PRONI, 2000, p. 148, grifo do autor)

No entanto, uma reestruturação administrativa do Figueirense foi iniciada no final de 1998, com a criação de um Conselho de Gestão, com José Carlos da Silva e Paulo Prisco Paraíso nas coordenações executiva e geral, respectivamente. José Carlos da Silva era o atual presidente da agremiação, e encontrava muitas dificuldades para manter o clube em funcionamento.

José Carlos tinha a idéia de transformar o Figueirense em clube/empresa. Tentaria implantar uma gestão que pudesse ser chamada de profissional, administrada com práticas comuns a uma empresa como fluxo de caixa, orçamento pré-definido, aprovação de despesas. Queria que todo o processo de gestão do futebol tivesse limites estipulados pela administração de caixa do clube e que, equilibrado financeiramente, o Figueirense pudesse criar novas fontes de receita (FRANZONI, 2005, p. 30).

Desta forma, o conselho foi formatado com empresários locais³¹, que comutaram um investimento de cotas fixas mensais, por 50% dos direitos sobre os dividendos de negociação dos atletas do clube (FRANZONI, 2005). Os valores investidos de cada cota inicialmente – R\$ 5 mil reais por mês³² – parecem irrisórios se compararmos com as altas cifras que envolvem o futebol atualmente, porém foram fundamentais para o processo de sobrevivência do quase falido clube alvinegro.

Entretanto, o direcionamento para um modelo de administração empresarial no Figueirense somente foi possível, segundo Rodrigues (2006), em virtude da Lei Pelé (Lei nº 9615/98) aprovada em 1998. A premissa inicial desta lei previa, entre outros pontos, que em até dois anos os clubes de futebol profissional se tornassem, obrigatoriamente, sociedades civis com finalidade econômica ou sociedades comerciais. Embora a lei fosse modificada posteriormente, tornando esta mudança de modelo econômico dos clubes facultativa e não mais obrigatória, a iniciativa de empresarialização no Figueirense já estava em curso. Cabe esclarecer

³¹ Eram membros do Conselho de Gestão: José Carlos da Silva, com duas cotas, Carlos Aragão, José Laércio Madeira, Djalma Berger, Émerson Soca da Silva, Sérgio Schütz, Gérson Rocha, Mário Prisco Paraíso e Paulo Prisco Paraíso (FRANZONI, 2005)

³²FRANZONI, Marcos. **Futebol e gestão profissional no Figueirense**. Florianópolis: [s.n.], 2005. p.31.

que, quando falamos em empresarização³³, nos referimos ao “processo pelo qual um objeto ou uma prática social adquire um valor ou sentido de mercado” (GIULIANOTTI, 2012, p. 4). Podemos compreender desta forma que alguns aspectos foram determinantes e formaram uma conjuntura que possibilitou tornar possível a modernização do Figueirense para um modelo empresarial, através da transformação da sua forma de gerenciamento: o ajuste inicial do erário alvinegro realizado por José Carlos a partir de 1996, a Lei Pelé e a criação do Conselho de Gestão.

Tal iniciativa de modificação da estrutura administrativa no Figueirense, através de um conselho de Gestão, começou a chamar a atenção em cenário nacional, inicialmente no campo econômico, mesmo que timidamente, por sua forma inovadora para os padrões dos clubes de futebol brasileiros da época. Em sua coluna no Jornal Estado de São Paulo, datada de 22 de maio de 1999, o jornalista Joelmir Beting destaca esta mudança, que corrobora com nossa compreensão do contexto em que tal modificação foi possível.

Campeão catarinense há duas semanas [...], o Figueirense acaba de eliminar, em reforma estatutária, os cargos de presidente e de diretoria. Eles foram substituídos por um Conselho de Gestão, integrado por dez empresários e executivos de Florianópolis. Nas ondas da Lei Pelé, vai assumir a condição de clube-empresa e transformar seu velho estádio em shopping center. Com um campo de futebol dentro. Cercado de 28 mil torcedores sentados. Fundos de pensão e dois grandes bancos já toparam financiar o projeto.

Embora a questão da transformação do estádio em uma “arena multiuso” não tenha saído do papel – apesar de diversos anúncios de projetos nesse sentido serem pertinentes até os dias atuais – a preocupação dos novos mandatários com o patrimônio do clube, em especial o Estádio Orlando Scarpelli, era evidente. Já em 1999, recebeu melhorias na estrutura pois, segundo Franzoni (2005, p. 33) “a diretoria sabia da importância de oferecer um bom produto a seus clientes, os torcedores”. Igualmente, Rodrigues (2006 p. 117), verificou ao tratar com dirigentes alvinegros que “o clube, atualmente, pretende aumentar seu quadro associativo, para isso, estão iniciando obras de modernização do estádio Orlando Scarpelli, além de investir, significativamente, na expansão da sua marca e no marketing do clube”.

Igualmente, investimentos em locais mais adequados para treinamentos, visando a formação de jovens jogadores, era necessário para o fortalecimento do clube e sucesso da nova

³³Outro trabalho interessante sobre o desenvolvimento do conceito empresarização, empresas, organizações e as modificações ocorridas no futebol brasileiro sobre a lógica globalizante, podem ser verificadas em: RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho. **Clientes ou torcedores: a empresarização do futebol no Brasil.** Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/159/131>. Acessado em: 30 set. 2019.

estrutura empreendedora. Em 2000, por iniciativa da ASFIG – Associação de Amigos do Figueirense – era inaugurado o Centro de Formação e Treinamento em Palhoça, na região metropolitana de Florianópolis. O CFT do Cambirela, como viria a ser conhecido, tornou-se o local oficial dos treinamentos do time profissional, além dos jogos dos campeonatos estaduais da divisão de base do clube³⁴.

Desde início, a busca por parcerias com empresas para conciliar a gestão do futebol foi um dos alicerces da nova administração. Um dos primeiros acordos nesses moldes foi com a multinacional Umbro, que acertou como fornecedora de material esportivo, além de contribuir para o pagamento dos jogadores do elenco alvinegro (RODRIGUES, 2006). A preocupação mercadológica parece desenhada a partir dos primeiros momentos da nova administração.

Uma das primeiras tarefas de Paulo Prisco no Conselho de Gestão foi a de estabelecer contatos com clubes e empresas europeias especializadas na gestão do futebol. As viagens ao velho continente promovidas por ele em 99 tinham dois objetivos básicos. O primeiro, quase imediato, era o de abrir as portas do mercado europeu para os chamados “semi-prontos” das categorias de base do alvinegro. A intenção era criar um canal de distribuição desses atletas para um mercado bem mais rentável que o brasileiro. O segundo objetivo era atrair investidores para o projeto do Figueirense, já pensando na possibilidade de, futuramente, transformá-los em sócios de uma empresa que administraria os direitos do clube (FRANZONI, 2005, p. 35, grifo do autor).

Entretanto, também aproximações políticas precisaram ser efetuadas, pois a organização do futebol nacional ainda era suscetível às mazelas da estrutura patrimonialista que fora pautada durante todo regime militar. Aproveitando o imbróglgio jurídico que se tornou a realização do campeonato brasileiro de 2000³⁵, que viria a se chamar Copa João Havelange, o Figueirense que disputara a série C (equivalente a 3ª divisão) em 1999 e terminara na quinta posição, alcançou uma vaga no então criado módulo Amarelo³⁶. Tal realização só foi possível em virtude das articulações do presidente da Federação Catarinense de Futebol, Delfim de

³⁴ Mais detalhes sobre o CFT pode ser verificado em: <http://figueirense.com.br/institucional/centro-de-treinamento/>. Acessado em 29 Set. 2019. Também em: FRANZONI, op. cit., p. 84-85.

³⁵ O acontecimento ficou conhecido como “Caso Gama”. O clube do DF foi rebaixado após o Botafogo-RJ ganhar os pontos da derrota para o São Paulo, devido a utilizar o jogador Sandro Hiroshi com problemas de documentação na partida. O PFL-DF e o Sindicato de Técnicos do Distrito Federal conseguiram liminar na justiça comum para reverter o rebaixamento do time brasiliense, algo proibido pela FIFA, que puniu o Gama. Diante desta confusão, a CBF então entregou a organização do campeonato ao Clube dos 13, entretanto, após várias disputas jurídicas e políticas, o Gama manteve-se na disputa da equivalente primeira divisão no ano 2000.

³⁶ O campeonato brasileiro de 2000, ou Copa João Havelange, foi disputado por 116 clubes divididos em 4 módulos: Módulo Azul: equivalente a 1ª divisão, com 25 times, classificando 12 para a fase final; Módulo Amarelo: equivalente a 2ª divisão, com 36 times, classificando 3 para fase final e Módulos Verde e Branco: equivalentes à 3ª divisão, com 56 times, classificando 1 para fase final.

Pádua Peixoto Filho e do então presidente do Figueirense e da Associação de clubes de Santa Catarina, Paulo Prisco Paraíso³⁷ (FRANZONI, 2005).

Mesmo que a campanha em 2000 não tenha resultado no acesso para a primeira divisão, para o ano seguinte o calendário já estava melhor desenhado. Com ajustes no elenco de jogadores, apoiado na parceria com a empresa CSR Futebol & Marketing, o Figueirense conquistara o acesso para disputar a série A do campeonato brasileiro de 2002, algo que não acontecia desde 1979. A Série B de 2001 foi disputada por 28 equipes divididas em dois grupos, onde jogavam os times em turno e retorno, com a classificação de 4 equipes por grupo para a fase quartas-de-final. O Figueirense ficou em 2º lugar no seu grupo, disputando a fase seguinte contra o Náutico-PE e se classificando posteriormente para o quadrangular final, formado por Caxias-RS, Avaí-SC e Paysandu-PA, além do próprio Figueira. Disputado também em jogos de turno e retorno, seriam designados ao final da disputa dois classificados para a Série A de 2002.

Esse quadrangular fora extremamente acirrado, chegando em sua última rodada com os quatro times empatados com 6 pontos cada. Paysandu e Caxias tinham a vantagem de jogar pelo empate na última partida – contra Avaí e Figueirense respectivamente – devido seus melhores saldo de gols, em jogos a serem realizados em Belém-PA e Florianópolis. Enquanto no Pará, o Paysandu goleava o Avaí por 4x0 e garantia sua promoção e o título da Série B, no Scarpelli, o jogo transcorria num 0x0 favorável ao clube gaúcho pela segunda vaga a Série A. Até que aos 16 minutos do segundo tempo, o gol do atacante Abimael³⁸ coroou a campanha do escrete comandado pelo treinador Vagner Benazzi (FRANZONI, 2005). O gol do acesso marcado por Abimael e a vitória no chuvoso 22 de dezembro de 2001, ainda é lembrado pelos torcedores do Figueirense como uma das maiores conquistas do clube quase centenário, que renascia após grande período de ostracismo, para disputar entre os grandes clubes do futebol nacional.

Entretanto, apesar da vitória em campo contra o time gaúcho garantir um lugar na série A do ano seguinte, mais uma vez a capacidade de negociação política de Paulo Prisco foi necessária para ratificar na justiça (Desportiva e também Comum) a tão sonhada vaga na elite

³⁷ Outros clubes catarinenses também “beneficiados” por esse inchaço foram: o Marcílio Dias – time do qual Delfim era torcedor – e que no ano anterior não havia disputado nenhuma divisão do campeonato nacional; e o Criciúma, que fora rebaixado à Série C. Ambos acabariam disputando o Módulo Amarelo em 2000 (FRANZONI, 2005).

³⁸ Abimael não era titular do time, mas em decorrência de lesões de vários atacantes do Figueirense durante o quadrangular final, acabou figurando no banco de reservas e entrando no decorrer dos jogos, ficando marcado como um talismã, pois além desse gol contra o Caxias, também havia marcado um gol contra o Avaí no jogo anterior no empate em 2x2, sendo considerado por Franzoni como “o predestinado Abimael” (FRANZONI, 2005).

do futebol brasileiro. A invasão de campo por parte da torcida do Figueirense, pouco antes do final do jogo decisivo contra o Caxias, tornou a confirmação da conquista em uma disputa jurídica que só terminou pouco antes do início do campeonato de 2002³⁹. O dirigente conseguiu agrupar forças políticas catarinenses adversárias em prol da causa alvinegra, “em um mesmo dia, negociou o apoio de Esperidião Amin (PPB), na época governador do Estado, e de Luiz Henrique da Silveira (PMDB), principal líder peemedebista local” (FRANZONI, 2005, p. 90).

Da mesma forma que em 1999 o título estadual “veio em um momento crucial para provar a eficiência do novo modelo de gestão” (FRANZONI, 2005, p. 63) – demonstrando não somente para os torcedores, mas principalmente aos investidores que o Figueirense estava em um momento de transformação – a disputa de um campeonato brasileiro com os maiores clubes nacionais, após 22 anos, era a vitrine perfeita para alavancar ainda mais parcerias para o projeto de clube funcionando no *modus operandi* empresarial.

Evidentemente, a “novidade” de competir na elite do futebol nacional, despertou um incremento na quantidade de torcedores alvinegros acompanhando os jogos, presentes no estádio e associando-se ao clube, além do crescimento e valorização da “marca” Figueirense. Essa ocupação maior do estádio, foi destaque também na mídia nacional, como podemos verificar na edição n° 1292, datada de dezembro de 2002 da Revista Placar, onde o Estádio Orlando Scarpelli foi eleito o “Caldeirão do Brasil”.

O Figueirense manteve o estádio Orlando Scarpelli sempre cheio nos jogos que fez em casa. Não tanto pelo time, mas pelos visitantes ilustres, como Cruzeiro, Palmeiras, São Paulo, Flamengo e Grêmio. Com média de público de 11.808 torcedores por jogo, teve a maior lotação média em casa entre todos os participantes, com 49% das dependências ocupadas.

Embora não fosse desconhecido o marketing esportivo entre clubes brasileiros⁴⁰, com a nova visão empresarial adotada à gestão dos clubes, este departamento passa a desempenhar um papel primordial para o crescimento e valorização do “produto” futebol. Em 1998, quando iniciado o processo de empresarização com o implemento do Conselho de Gestão, nem mesmo um departamento de marketing definido existia no Figueirense. Com a contratação de profissionais da área, foi implementada uma campanha para “reconquistar” o torcedor alvinegro

³⁹ Para mais detalhes sobre o ocorrido e as negociações realizadas por Paulo Prisco Paraíso podem ser verificadas em: FRANZONI, op. cit., p. 88-92.

⁴⁰ O movimento de utilização do marketing esportivo nos clubes brasileiros iniciou-se nos anos 1980, com a liberação da utilização de patrocínios nas camisas dos times, porém “era entendido simplesmente como uma forma de utilizar o esporte como instrumento de publicidade”, como coloca Proni (2000, p. 157).

num primeiro momento, e posteriormente desenvolveram outras campanhas⁴¹ à nível estadual e nacional para estender o alcance da “marca” Figueirense (FRANZONI, 2005).

Contudo, o grande diferencial do modelo adotado pelo Figueirense foi a criação, em 2004, da Figueirense Participações S/A (FPSA). Empresa de capital fechado, que seria responsável pela gestão administrativa e do futebol no clube, tendo como mentor e presidente Paulo Prisco Paraíso⁴².

Capitaneada pelo ex-presidente Paulo Prisco Paraíso, a Figueira Participações S.A., empresa de capital fechado, passa a se constituir na gestora oficial do clube nos próximos 10, podendo chegar a 20 anos. A transformação para "clube-empresa", prevê a transferência dos resultados financeiros obtidos com a parceria para o quadro societário da Figueira Participações S.A. que, por sua vez fará a divisão dos lucros. O Figueirense terá direito a 20% do ativo advindo da parceria, sendo que 26% pertencerão aos membros do conselho de gestão (12 integrantes); 14% destinados aos investidores locais e 40% para os investidores externos. [...] "Tudo o que foi feito nos últimos cinco anos é uma pálida lembrança do muito que haveremos de concretizar num futuro muito próximo", destacou otimista o diretor-presidente Paulo Prisco Paraíso, ao lembrar o crescimento constante do clube. A forma como foi instituída a parceria, segundo o dirigente, está perfeitamente adaptada ao que prevê a Lei Pelé, já que a empresa conta com um estatuto e razão social registrados na Junta Comercial de Florianópolis. A Figueira Participações S.A. será a responsável pela captação de recursos, oriundos da venda de jogadores, contratos de patrocínios, investidores, valorização e difusão da marca Figueirense. A partir da introdução do pioneiro modelo de gestão entre os clubes de futebol no Brasil, o Figueirense (clube) passa a ser presidido pelo, até então vice-presidente Norton Flores Boppré pelos próximos sete anos. "Trata-se de uma forma administrativa inovadora que fortalecerá cada vez mais o Figueirense", atesta o novo presidente (ESTADÃO, 17 jun. 2004).

Toda essa engenharia financeira, entretanto, não transformou o clube do ponto de vista legal, em uma empresa. A entidade Figueirense Futebol Clube, diante do Código Civil Brasileiro, ainda era uma instituição sem fins lucrativos. Para fins legais, foi uma parceria firmada com uma empresa, sob contrato inicial de dez anos, renováveis por mais vinte, com alteração do estatuto do clube⁴³, para o gerenciamento e condução do futebol, da parte administrativa e comercial (FRANZONI, 2005). Embora Franzoni considere essa parceria um meio termo entre o amadorismo e o clube empresa, na prática a FPSA tinha plenos poderes para efetuar quaisquer transações em nome do Figueirense Futebol Clube, – exceto venda de

⁴¹ Dentre as campanhas pode-se destacar: o programa “Cônsul alvinegro”, criado em 2004 que espalhou diversos cônsules nas cidades catarinenses como projeto de estadualização do time, que auxiliavam na criação de escolinhas de futebol e divulgação e vendas de produtos licenciados do clube, entre outros atributos. (FRANZONI, 2005).

⁴² Norton Flores Boppré assumiu a presidência do Figueirense Futebol Clube, mas efetivamente o mandatário ainda permanecia sendo Paulo Prisco Paraíso.

⁴³ Uma alteração importante do estatuto foi verificada e destacada por RODRIGUES (2006, p. 90) no que diz respeito a atualização das finalidades do Figueirense Futebol Clube: “participar no quadro societário de outras sociedades empresariais, na forma prevista e autorizada pela legislação desportiva vigente, em especial naquelas que tenham por objeto social a atuação no ramo de gestão esportiva”.

patrimônio – toda administração comercial e condução do futebol profissional e da base era realizada pela empresa gestora, como constata Rodrigues (2006).

[...] como a responsável pelo sucesso financeiro e esportivo do clube, essa empresa tem a incumbência de ampliar o “mix” de negócios do clube, captar potenciais investidores, desenvolver a marca Figueirense e consolidar o Figueirense como uma das principais equipes do futebol brasileiro. Dessa forma, existindo dentro do clube uma organização que o gerencie, as atribuições do Conselho Administrativo ficam reduzidas às tarefas rotineiras do clube. [...] Além disso, não se pode esquecer que esta empresa deve proporcionar resultado para seus acionistas (RODRIGUES, 2006, p. 121, grifo do autor).

Como uma empresa que necessita gerar receitas e aumentar a lucratividade, grande parte dos valores investidos nos clubes de futebol passa a ser direcionada à formação de atletas, pois eles são, segundo Rodrigues (2006, p. 117), “os ‘produtos’ mais importantes e caros do clube”. Da mesma maneira, o autor verifica a importância que as categorias de base passaram a ter na gestão da Participações no Figueirense⁴⁴, pois afinal, todo o investimento efetivado foi visando a posterior valorização e obtenção de lucros com a venda de atletas⁴⁵.

Desde o início do processo de empresarização, a característica principal para formação do elenco alvinegro era a utilização de uma mescla de jogadores da base e atletas experientes de renome nacional, na maioria das vezes em final de carreira, mas que ainda atraíam público ao estádio e também contribuía para o desenvolvimento dos atletas “pratas da casa” (FRANZONI, 2004). Porém, para realização desses prospectos, as parcerias com os empresários de futebol e suas carteiras de jogadores era essencial.

Desta forma, ao longo da administração da FPSA, continuaram sendo firmadas parcerias com empresas para contribuir na formação dos elencos para disputa dos campeonatos e também vendas de direitos econômicos⁴⁶ dos atletas da categoria de base, uma nova fonte de

⁴⁴ O Figueirense sob a gestão da Figueirense Participações conquistou o principal campeonato nacional das categorias de base, a Copa São Paulo de Futebol Junior, em 2008.

⁴⁵ Um dos destaques desse investimento na captação e formação de atletas da base foi o lateral-esquerdo Filipe Luís, oriundo de Jaraguá do Sul-SC, foi negociado para jogar no Ajax-HOL em 2004 – consolidando posteriormente sua carreira na Europa em diversos clubes, com passagens pela seleção brasileira, disputou a Copa de 2018, retornando ao Brasil em 2019 para jogar no Flamengo. Outro fator de valorização dos atletas alvinegros foram as seguidas convocações para a seleção brasileira de categorias de base (FRANZONI, 2005, p. 81-88).

⁴⁶ Segundo o Instituto Brasileiro de Direito Desportivo: “Os direitos econômicos do jogador são derivados da multa rescisória paga na transferência entre clubes. Isso porque, a expectativa de pagamento da cláusula indenizatória desportiva pode ser negociada com empresários, com grupos de investidores e até com o próprio jogador.[...] Em 1998, a Lei Pelé acabou com a chamada Lei do Passe para os jogadores de futebol, que vigorava desde 1976 (Lei nº 6.354). Até então, os atletas eram vinculados aos clubes, mesmo após o término dos contratos.[...] Agora, o jogador é vinculado ao clube pelo contrato de trabalho e pelo direito federativo.” Disponível em: <http://ibdd.com.br/entenda-os-direitos-federativos-e-economicos-dos-jogadores-de-futebol/> . Acessado em: 30 set. 2019.

receita e lucros. Dentre essas parcerias destacam-se a BIS (Business International Sports), que substituiu a CSR em 2004, e a Brazil Soccer, ambas empresas cujos proprietários são *empresários de futebol*, isto é, agenciadores de jogadores, José Carlos Lage e Eduardo Uram, respectivamente (RODRIGUES, 2006).

O tricampeonato estadual entre 2002 e 2004, além dos campeonatos de 2006 e 2008, a recorrente participação no campeonato brasileiro da série A até 2008 e o vice-campeonato da Copa do Brasil em 2007, contribuíram sobremaneira para a estadualização da torcida alvinegra, além de implementar maior visualização nacional ao clube e aumentar o valor da “marca”. Mesmo assim, com toda estrutura consolidada, após sete anos consecutivos na elite do futebol nacional, em 2008, com uma campanha bem abaixo das anteriores, o Figueirense foi rebaixado para segunda divisão. Parece que a perda da grande vitrine também afetou a confiança dos dirigentes alvinegros. No decorrer de 2009, a FPSA propôs modificações no contrato com o Figueirense, alegando dificuldades para manter o modelo de gestão, chegando a anunciar que deixaria o clube no final do ano corrente, caso as mudanças solicitadas não fossem acatadas.

É o fim de uma era no Figueirense. Após dez anos administrando o departamento de futebol e a marca do clube, Paulo Prisco Paraíso, presidente da Figueirense Participações, afirmou que a gestão do time de Florianópolis se encerrará em dezembro. O anúncio da saída foi feito durante a reunião do Conselho Deliberativo do clube nesta segunda-feira, dia 21. Prisco justificou a decisão alegando que não tem mais condições de competir com o modelo adotado pelos grandes clubes do país, que vêm firmando parcerias com empresas bancadas por conglomerados milionários.
- Tivemos dificuldades grandes no ano passado na montagem do grupo por causa dos preços das negociações, das luvas e dos salários dos jogadores - afirmou o dirigente (SANTA, 2009, 21 set.).

De certa maneira, a justificativa de PPP – apesar de seu aparente objetivo com a ameaça de ruptura transparecer um movimento no sentido de aumentar ainda mais o poder de decisão e controle da empresa sobre o clube – encontra em Proni (2000) certa concordância, visto que o autor considera que o processo de modernização do futebol brasileiro neste início do século XXI, na maneira como vinha ocorrendo, estava aumentando o abismo de capacidade de investimento entre os considerados grandes clubes e os de porte médio e pequenos, na mesma medida em que a própria legislação criada não se preocupou em proteger os clubes menores, que “forneciam” os jogadores para os grandes.

Entretanto, a própria empresa recuaria de sua decisão inicial, aceitando alterar alguns pontos da proposta enviada aos conselheiros do clube. Porém para o Conselho Deliberativo, a

parceria com a FPSA não poderia continuar sob esses moldes e, em março de 2010, era decretada o fim da “era PPP” no Figueirense⁴⁷.

O Conselho Deliberativo do Figueirense confirmou na noite desta quarta-feira, dia 23: o contrato de gestão com a Figueirense Participações será encerrado no dia 21 de março de 2010. A parceria exclusiva só será mantida se a empresa de capital fechado acionar a Justiça para fazer valer o seu entendimento sobre o caso, que estende o contrato até 2024 (SANTA, 2009, 23 Dez.).

Todo esse processo de modernização e de empresarização na administração do Figueirense, iniciado em 1999, e rompido com o fim da parceria com a FPSA no início de 2010, ficou conhecido como a “era PPP”, pela proeminência de Paulo Prisco Paraíso a frente das negociações e das tomadas de decisão, tanto enquanto presidente do alvinegro, como também da Figueirense Participações. Embora toda esta década sob comando de Paulo Prisco possa ser considerada uma das mais destacadas do Figueirense, ao imprimir uma gestão sob o domínio da lógica mercantil, mesmo considerando o torcedor como principal cliente e o futebol seu produto mais importante, pareceu demonstrar em determinados momentos um esquecimento das essências que movem a paixão do torcedor e que o fazem permanecer fiel ao seu clube de coração.

3.3 A MERCANTILIZAÇÃO DO FUTEBOL MODERNO E SUAS CONSEQUÊNCIAS NA IDENTIDADE POPULAR DO FIGUEIRENSE.

Como pudemos verificar ao longo do trabalho, a relação do torcedor brasileiro com o futebol foi sendo moldada no decorrer do século XX influenciada por diversos fatores da conjuntura social, econômica e política nacional. Os clubes de futebol, ao alterarem sua dinâmica organizacional em uma prática empresarial, com propósito de gerar dividendos, ou seja, a empresarização de suas atividades, também modificam alguns aspectos da organização cultural do jogo. Tais modificações acabam impactando nas relações dos clubes com os torcedores, que reciprocamente, também modificam suas relações com os clubes.

⁴⁷ Uma cronologia resumida dos acontecimentos que culminaram com o rompimento da parceria entre FFC e FPSA pode ser verificada em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/conselho-alvinegro-diz-que-clube-encerra-vinculo-com-figueirense-participacoes-em-marco-de> Acessado em: 01 out. 2019.

Considerando o crescimento dessa lógica mercantilista no Brasil, Helal e Gordon (2002 p. 51) já demonstravam preocupação com a possibilidade desta globalização acarretar uma perda do vínculo do torcedor comum.

De fato, tem-se a impressão de que, muitas vezes, os agentes do universo futebolístico não conseguem ver claramente que o “país do futebol” não é uma realidade natural, mas uma construção social que dependeu de uma conexão ad hoc do futebol com instâncias mais totalizantes da vida social. À medida que se coloca a ênfase do futebol como um produto a ser consumido num mercado de entretenimento cada vez mais pulverizado e diversificado, sem um projeto que o articule a tais instâncias mais inclusivas, o que se consegue é esgarçar cada vez mais o vínculo estabelecido antes. (grifo do autor).

Essa característica de tentativa de elitização dos torcedores, em detrimento aos torcedores mais pobres, já era evidenciada desde da década de 1960 na Inglaterra, onde o processo de mercantilização dos clubes de futebol já vinha sendo incorporado. “Os diretores dos clubes perceberam a necessidade de reembalar seu ‘produto’ para competir com outros elementos culturais de consumo conspícuo, no emergir de uma ‘sociedade de consumo’” (TAYLOR, 1971b apud GIULIANOTTI, 2012, p. 5). Embora esse processo inicie tardiamente no Brasil em comparação a Europa, os elementos que compõe o cabedal que caracterizam essa mudança na estruturação dos clubes também podem ser infligidas ao futebol brasileiro.

A popularidade burguesa do futebol, seus crescentes laços com corporações e outras instituições comerciais, a redução da capacidade dos estádios para a criação de ingressos mais caros e o advento da transmissão televisiva em pay-per-view são quatro ingredientes chave identificados com esse processo de mercantilização (GIULIANOTTI, 2012, p. 2)

No Figueirense, com a implantação de uma lógica mercantilista de administração, foram estabelecidas transformações que comportam os ingredientes descritos acima. As parcerias desenvolvidas pelo Conselho de Gestão e a FPSA, seja no âmbito da formação do elenco – com a CSR, BIS e Brazil Soccer – fornecedores de material esportivo (Umbro), entre outras parcerias comerciais de patrocínio⁴⁸ foram essenciais economicamente para a viabilidade do projeto.

Quanto ao relacionamento com o torcedor, seguindo a diretriz econômica globalizante da prática de consumo, este passa a ser visualizado agora como um cliente. Nessas mesmas circunstâncias é que se configuram mudanças no perfil do agora torcedor-cliente que o clube

⁴⁸ Mais detalhes sobre os acordos comerciais e de patrocínio firmados pelo Figueirense podem ser verificados em: RODRIGUES (op. Cit. p. 120).

procura conquistar. Embora devamos ter cuidado quanto as intencionalidades inerentes a cada autor perante o objetivo de seu estudo, e da mesma forma do entrevistado que participa da interlocução, a dissertação de Rodrigues (2006 p. 105) traz componentes interessantes a serem verificados quanto a segmentação do público alvo do Figueirense durante a gestão da FPSA.

Ainda em relação à segmentação, ao ser questionado acerca da tendência futura do futebol nesse quesito, o entrevistado 4 do Figueirense Futebol Clube, faz a seguinte previsão: “a idéia é atrair consumidores com um poder aquisitivo maior, que não vão ser representativos somente na bilheteria, mas, principalmente, no consumo da marca, no consumo de serviços do clube, na relação em outros eventos com o clube, porque nós temos que atrair esse cliente que tem um poder aquisitivo maior, hoje ele está focalizado na tevê a cabo, no conforto de sua casa. [...] a partir do momento em que ele percebe qualidade dos serviços oferecidos, que ele tem estacionamento, que ele tem uma cadeira, que ele tem uma boa alimentação, uma boa bebida, tem facilidade de deslocamento, que não tem briga no estádio, que tem segurança; ele vai começar a vir ao estádio [...] e é na busca desse cliente que o futebol brasileiro tem que começar a pensar. Por que nós temos um produto de alto valor. [Não pode perder a popularidade do esporte?], *perguntou Rodrigues*⁴⁹. Eu não penso dessa forma, a popularização do futebol vai acontecer a partir da televisão, que é onde se atinge camadas mais populares. A popularização será pela televisão e as camadas mais ricas serão aquelas que terão condições de ir aos jogos de futebol. Até porque nós temos que pensar que a capacidade do nosso estádio é limitada e temos que tirar o melhor proveito disso. Mas mesmo assim nós continuaremos realizando esforços para que esses clientes mais pobres continuem consumindo os produtos do clube”.

Da mesma forma, foram alteradas as instalações do Estádio Orlando Scarpelli ao longo desse período de empresarização. O estádio, que já recebera mais de 30 mil torcedores em diversas oportunidades⁵⁰, em 2005, teve sua capacidade reduzida para 19.584 torcedores, ao serem instaladas cadeiras em todos os seus setores (BECKER; SILVA, 2015). Não obstante, anteriormente o setor popular conhecido como “coloninha”⁵¹ – que pode ser comparada a geral do Maracanã – onde os torcedores viam os jogos em pé e que tinha os ingressos mais baratos, foi extinguida no ano 2000 para construção de um corredor de circulação (BECKER; SILVA, 2015).

⁴⁹ Grifo nosso.

⁵⁰ Maior público registrado no jogo Figueirense 0 X 1 Vasco da Gama em 24/09/1975, em partida válida pelo campeonato brasileiro da 1ª divisão. Foram 26.670 pagantes; com 32.800 de público total.

⁵¹ O nome se refere ao bairro da Coloninha, que fica nas imediações do Estádio Orlando Scarpelli, formado por moradores mais pobres.

FIGURA 2: A “Coloninha” do Estádio Estádio Orlando Scarpelli, em 13/06/1971 em jogo válido pelo campeonato catarinense, contra o Hercílio Luz.



FONTE: Arquivo do Memorial do Figueirense Futebol Clube.

O público em torno dos 30 mil torcedores, evidentemente, não podia mais ser repetido, visto que os torcedores se acotovelavam por um lugar na arquibancada e a segurança dos presentes era questionável. Efetivamente, alterações deveriam ser realizadas para modernizar o estádio, tanto na estrutura física, quanto no relativo à segurança e comodidade do torcedor, inclusive para adequação ao Estatuto de Defesa do Torcedor⁵². Entretanto, a total negação de proporcionar setores com ingressos mais populares, em detrimento à colocação de cadeiras como se fosse um teatro, evidencia o caráter mercadológico e de público que a gestão tinha intenção que frequentasse o estádio. Se utilizarmos as classificações de Giulianotti (2012) acerca da nova conjuntura desse mercado do futebol globalizado e mercantilizado, poderíamos considerar que o torcedor tradicional estava sendo preterido pelos torcedores consumidores. Enquanto a identidade do torcedor alvinegro, caracterizada desde sua fundação no Bairro da Figueira e consolidada ao longo de sua história como um clube popular, era de certa forma negligenciada pela lógica capitalista da gestão comandada por Paulo Prisco.

⁵² Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, estabelece um conjunto de normas a serem cumpridas pelas instituições que promovem as disputas esportivas com objetivo de garantir ao torcedor seus direitos humanos e de consumidor. Também caracterizou algumas condutas dos torcedores como criminosas (tal como violência dentro e fora dos estádios, confusões no deslocamento ao evento, etc.), penalizando os infratores inclusive com penas de prisão. Disponível em: http://www.esporte.gov.br/arquivos/ESTATUTO_DO_TORCEDOR.pdf . Acessado em: 03 out. 2019.

Outra grande “obsessão” da gestão FPSA frente ao Figueirense, era a construção de uma Arena em substituição ao Estádio Orlando Scarpelli, inicialmente com intuito de receber jogos da Copa do Mundo de 2014, a ser realizada no Brasil após 54 anos. Paulo Prisco Paraíso se envolveu diretamente na tentativa de concretizar a escolha de Florianópolis como uma das cidades sede do evento e na captação de recursos para viabilização do projeto do novo estádio. Mesmo sem obter esta escolha, ainda assim PPP mantinha a posição de edificação da Arena.

Eu acho que é muito grande a chance de Florianópolis conquistar o direito de ser uma das sedes da Copa 2014, entre 12 cidades possíveis. Tudo está se desenhando para isso, mas nós temos que fazer a nossa parte. Já temos duas empresas contratadas para buscar os parceiros financiadores que viabilizem todo o suporte necessário. Em 2009, serão feitos os estudos dos projetos de engenharia e o anúncio das sedes. As obras devem começar em 2010 e acabar em 2013. Eu me atrevo a dizer que nós vamos construir um estádio para 40 mil pessoas, em Florianópolis, com padrão Fifa, com ou sem Copa do Mundo – garantiu [*Paulo Prisco Paraíso*] (DC: mai. 2008, grifo nosso).

O local onde se encontra o estádio Orlando Scarpelli é uma área com grande valor imobiliário, e a construção de uma Arena Multiuso possibilitaria grande impulso na geração de receitas ao clube e seus parceiros. A alteração da praça esportiva futebolística tradicional, parece uma característica inerente ao processo de empresarização dos clubes de futebol, conforme comenta Proni (2000, p. 229), “chama a atenção o fato de novos investidores, invariavelmente, anunciarem a construção ou reformas das ‘arenas’”. Isso, ainda segundo Proni, deve-se ao fato dos dirigentes enxergarem na alteração dos estádios em “arenas multiuso”, uma implementação de arrecadação em dias de jogos e também quando não estivessem recebendo partidas de futebol. Entretanto, para o Figueirense e seus torcedores, nenhuma das perspectivas delineadas se concretizaram: Florianópolis não foi sede de jogos da Copa de 2014, a construção da nova Arena não saiu do papel e ainda Paulo Prisco deixou de ser mandatário do clube em 2010. Ficaram as promessas no imaginário do torcedor alvinegro de contar com uma nova estrutura moderna “padrão FIFA”⁵³.

A torcida alvinegra foi pautada ao longo de sua história como sendo uma das mais fiéis ao clube em Santa Catarina. Não obstante, na década de 1980, em talvez um dos piores momentos de sua trajetória, com a queda para segunda divisão do campeonato estadual, em 1987, foi destaque na Revista Placar por sua fidelidade e paixão. Intitulado “Começando tudo

⁵³Termo difundido devido as várias exigências que a FIFA faz para os estádios receberem jogos da Copa do Mundo.

de novo”, a reportagem lembrava a boa campanha do Figueirense no campeonato brasileiro de 1975, até a derrocada de 1986, que o levou a disputar a segundona catarinense de 1987.

Esta façanha [*se referindo à campanha no brasileiro de 1975*] e o título estadual de 1974, porém, são as últimas boas lembranças da torcida do Figueirense. Depois, o time entrou em um processo de decadência que culminou, em 1986, com o triste rebaixamento à Segunda Divisão catarinense. Queda consumada, restou ao clube tentar em modestos estádios do interior o seu retorno consagrador. Parece que vai dar certo. Mesmo na Segundona, a torcida não abandonou o time. O prestígio do velho Figueirense pode ser aferido pela média de arrecadação de 100.000 cruzados contra os 60.000 que o rival Avaí alcança na Primeira Divisão (PLACAR, 10 ago., 1987, grifo nosso).

Embora tenha enfrentado dificuldades, o Figueirense sempre encontrou apoio em sua torcida, mesmo em momentos tão críticos como este acima citado. Porém, como comenta Proni (2000 p. 225) “a mudança de perfil de torcedor, transformando-o em cliente pode significar subtrair dos estádios aqueles que por décadas sustentaram seus times”.

Enquanto a identidade do torcedor alvinegro mais pobre, sua ligação com o clube e o estádio, possa ter sido afetada pela reestruturação da administração e remodelação do Scarpelli, não podemos deixar de registrar a contribuição para o resgate da memória da história do clube que a gestão de PPP realizou com a criação do Memorial do Figueirense. Inaugurado em 2001 e localizado no próprio estádio, procurou reunir fotos, uniformes, troféus, entre outros itens, que estavam de posse de torcedores ou guardados no almoxarifado do clube. Trabalho de pesquisa coordenada por Norton Flores Boppré e pelo pesquisador Jairo Roberto de Souza (FRAZONI, 2004).

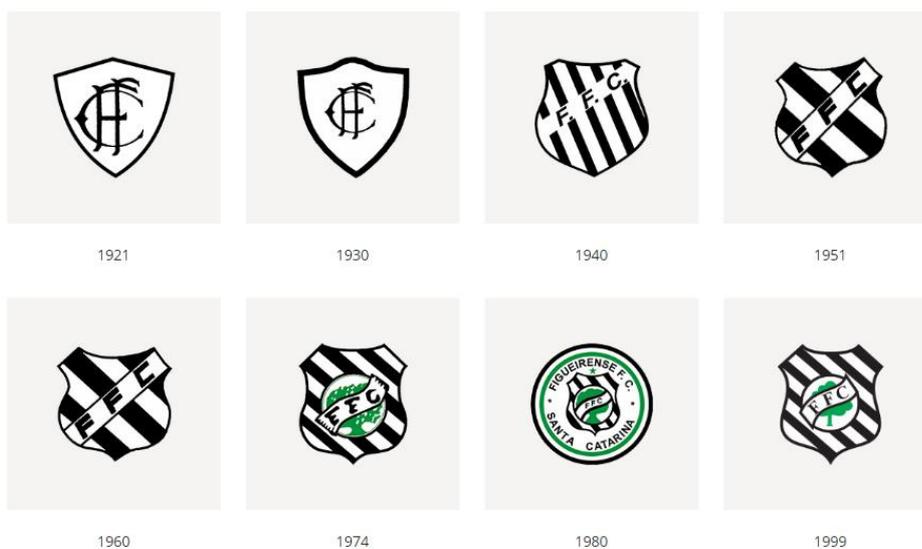
O Memorial contribuiu para ações de aproximação do Figueirense com as crianças das escolas da Grande Florianópolis, através da campanha “Torcedor do Futuro”, que semanalmente levava crianças para um tour no estádio, assistir vídeos institucionais e conhecer a história do clube (FRAZONI, 2004). Todo este trabalho demonstra certa preocupação da gestão não só em preservar a história do clube – embora não se apontem no memorial referências acerca da origem humilde, do bairro marginal do centro da cidade – mas também em disseminar e de criar vínculos desde cedo com torcedores mirins. Torcer para um clube é “pertencer a uma ‘comunidade de sentimentos’ que permite expressar coletivamente as emoções conflitantes que os torcedores sentem no seu cotidiano” (PRONI, 2000, p. 131). Então, ações deste tipo, podem aproximar o clube do dia-a-dia da comunidade e criar laços que se perpetuem, criando assim novos torcedores.

De certa forma, a relação do torcedor de futebol com o seu clube de coração, vai além de simplesmente torcer pela vitória em determinado campeonato ou jogo, está ligada ao sentimento de “pertencimento clubístico”, com todas as suas relações identitárias com os símbolos do clube, como o escudo, as cores, a mascote, o estádio, entre outros. Nesse sentido, ao modificar alguns desses símbolos, as identidades e simbologias que estes carregam também podem ser distorcidas.

Vale destacar que no Figueirense, anteriormente à gestão empresarial iniciada em 1999, também transformações em um símbolo importante do panteão das identidades clubísticas foram efetuadas. Na década de 1970, a inclusão de uma figueira verde no escudo totalmente alvinegro, em alusão ao nome do clube, transferiu aos torcedores mais jovens, segundo Cardoso e Rascke, (2016 p. 116) “uma memória pautada na perspectiva de que o clube e suas vivências ocorreram na Praça XV de Novembro”, local frequentado pela elite florianopolitana – que também ostenta uma figueira, cantada em verso e prosa – mas que não remete à origem do Bairro da Figueira, local de fundação do Figueirense.

Este brasão liga o time não à figueira do bairro, mas à árvore imortalizada pelo Zininho, Cláudio Alvim Barbosa (1929-1998), no seu Rancho de Amor a Ilha: “Ilha da Velha Figueira em que tardes fagueiras vou ler meu jornal”. Embora deliciosa, tal associação constrói uma ponte para o símbolo das elites da cidade, o Jardim Oliveira Belo, que nos seus primeiros anos era fechado com grades e cercados, impedindo a circulação de pretos e pobres, tidos como mal trajados da cidade (CARDOSO; RASCKE, 2016, p. 116)

FIGURA 3: Escudos do Figueirense ao longo de sua história.



FONTE: site Figueirense Futebol Clube⁵⁴.

⁵⁴ Disponível em: <http://figueirense.com.br/institucional/simbolos/> Acesso em: 06 out. 2019.

Essa mudança no escudo e de certa forma da referência da origem do clube aos seus torcedores, parece ainda mais significativo se considerarmos que as cercanias da Praça XV mantinham delimitações territoriais da prática do futebol quanto aos seus frequentadores, inclusive de cunho racial (CARDOSO; RASCHE, 2016), muito diferente do bairro original da fundação do clube, caracterizado pela predominância de uma população negra e não elitizada.

A introdução de mascotes dos clubes de futebol no Brasil, principalmente realizado por jornalistas, foi iniciado nos anos 1950 e para Couto (2014, p. 76), isto “acendeu ainda mais o interesse da população pelo futebol, ao incrementar o universo das rivalidades clubísticas com elementos simbólicos da identidade social presentes no sistema de classes brasileiro”. O moleque negro, com a camisa alvinegra, representava o Figueirense e sua torcida nas charges de jornais, valorizando o caráter popular do clube.

A figura de um personagem de origem africana em charges ou representando a torcida do clube em jornais e revistas se faz presente. Inquieta este revela/esconde da memória, pois ao mesmo tempo em que se destaca a figura de um menino negro, remetendo à região de fundação do clube, o bairro da Figueira, local de trabalhadores do mar, barbeiros, em especial de origem africana; também salta aos olhos uma memória que se quer distanciada desta vinculação e, por isso, associada a Figueira à sombra da Praça XV de Novembro, indicativo de um distanciamento por parte dos dirigentes das raízes populares do velho Figueirense. (CARDOSO; RASCHE, 2014, p.118-119).

Ademais de aumentar a popularidade da marca Figueirense, modernizar e criar uma mascote “oficial” para associar ao clube, foi criado em 2002 pelo marketing alvinegro uma nova figura para esta finalidade, o “Figueirinha”. Uma árvore estilizada como se fosse um ser humano, com a camisa do Figueirense e uma bandeira em punho.

FIGURA 4: Figueirinha: mascote criado em 2002.



FONTE: Blog do Roberto Luiz dos Santos Vieira⁵⁵

⁵⁵ Disponível em: <http://blogdorobertoluizdossantosvieira.blogspot.com/2009/10/figueira.html> Acesso em: 06 out. 2019.

FIGURA 5: Menino negro representando a torcida do Figueirense.



FONTE: CARDOSO; RASCKE (2016, p. 115)

Embora nas charges continuassem a ser utilizadas a figura do menino negro, a tentativa de institucionalizar a figura do mascote, presente mesmo que inconscientemente no imaginário do torcedor que desconheça a origem do clube, mas que se sente representado pelo caráter popular na figura no jornal⁵⁶, adultera em certa maneira esta apropriação, deslocando para uma figura mais lúdica, num apelo ao novo processo de viés mercadológico presente na transformação da dinâmica de relações entre o torcedor e o clube, implementada a partir de 1999.

Evidentemente, não podemos descaracterizar o crescimento do clube em diversos aspectos conseguido pela gestão implementada desde 1999 até 2010, ano do distrato do contrato. Crescimento este tanto no âmbito futebolístico, na quantidade de conquistas estaduais, recorrentes participações em campeonatos brasileiros da primeira divisão, participação em torneios sul-americanos, vice-campeonato da Copa do Brasil, Copa São Paulo de Futebol Junior, entre outros; do ponto de vista patrimonial, com melhorias no estádio Orlando Scarpelli, criação de Centro de Treinamento, valorização das categorias de base; aumento da visibilidade nacional do clube e valorização da marca Figueirense..

Todos esses foram fatores que fomentaram alegria e orgulho aos torcedores alvinegros, porém ao impor uma administração mercantil a um clube cujas origens remontam um passado popular, levaram a algumas transformações nas relações do torcedor alvinegro comum com o

⁵⁶ “O visível é sintoma do invisível, e todo objeto, toda imagem significam mais do que a aparência e podem conduzir à circunscrição de um inconsciente coletivo, uma cosmovisão, um espírito da época”. (MENESES, apud FLAMARION; VAINFAS, 2012, p. 245) Tais colocações podem ser aplicadas tanto a mascote quanto ao escudo, enquanto objetos que simbolizam o clube e se relacionam com seus torcedores.

clube que foram de certa forma abaladas. Como bem coloca Giulianotti (2012), o torcedor fanático e o flâneur estão ligados dentro desta política globalizante, onde o primeiro depende do segundo para atrair mais investimentos e receitas ao clube, na esperança de melhores resultados para o time de coração. Contudo, podemos entender que se a administração do clube se voltar exclusivamente a esses torcedores maleáveis, a essência do clube e as identidades construídas com sua torcida podem estar sendo perdidas.

O imediatismo inerente na pós-modernidade, também influencia a lógica relativa a identidade dos torcedores de futebol, torcer para um clube pequeno e sem muitas perspectivas de vitórias ao competir com os grandes clubes com receitas milionárias, dificulta a manutenção de projetos estruturantes desses clubes e a consolidação de novos torcedores-clientes, que fomentem a conservação da cultura do futebol por parte dos torcedores tradicionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao entendermos o futebol como constituinte importante da cultura da sociedade brasileira, procuramos investigar como a introdução de métodos empresariais na administração do Figueirense, poderiam modificar as percepções da identidade popular que o clube carrega em seus torcedores desde sua origem.

Procuramos inicialmente verificar como se apresentou o desenvolvimento do futebol no Brasil e sob quais circunstâncias econômicas, sociais e políticas foi utilizado no decorrer do século XX pelos diferentes atores do cenário político nacional. O futebol introduzido na elite da sociedade brasileira, logo popularizou-se e durante o Estado Novo, com toda sua característica nacionalista, verificamos o impulso estabelecido para ser transformado em esporte mais popular do Brasil, apesar da derrota na Copa de 1950.

Em seguida, analisamos que as vitórias nas Copas de 1958 e 1962, tiveram consequências diferentes para os governantes dos períodos. Enquanto para Juscelino a conquista da Copa capitalizou politicamente e contribuiu para as realizações de seu governo, para Jango, nem o bicampeonato mundial pôde conter o ímpeto da caserna para sua deposição.

A utilização da seleção brasileira em associação com as políticas de Estado como uma extensão da “pátria de chuteiras”, não carregou em si nenhuma novidade em relação aos governos predecessores do golpe. Entretanto, a determinante influência no controle da organização dos campeonatos entre clubes no país, num primeiro momento para legitimação do regime e posteriormente para manutenção da influência política da ARENA, foi a singularidade percebida da relação da ditadura militar com futebol durante o período ditatorial.

Mesmo após este período, as influências políticas no âmbito esportivo do futebol se mantiveram presentes. Contudo, a partir de meados dos anos 1990 e a passagem para uma economia liberal globalizante do final do século XX e início do XXI, observamos a transformação da condução administrativa da seleção e dos clubes brasileiros para uma mentalidade mais empresarial, embora com resquícios do paternalismo vigente até então.

Em Santa Catarina, também verificamos que o futebol seguiu as mesmas características iniciais elitizadas, para posteriormente se tornar um esporte democrático. Entretanto, o Figueirense foi fundado sob a égide popular, cuja origem remonta um bairro marginalizado da capital catarinense. Suas origens populares foram determinantes para o desenvolvimento das identidades dos seus torcedores.

Ao analisarmos a modificação no aspecto organizacional do clube, para uma modelo empresarial, com viés mercadológico, procuramos identificar as possíveis alterações que esse processo de empresarização implicaria na relação com o torcedor alvinegro no período compreendido entre 1999 e 2010, ano do rompimento do contrato com a empresa FPSA. Nesse sentido, o futebol enquanto elemento da vida social do torcedor, à medida que avançou na política exagerada de obtenção de lucros para o clube e outras corporações e instituições envolvidas no negócio futebol, transformando os jogadores em mercadorias, torcedores em clientes e o estádio em uma casa de espetáculos, o Figueirense parece ter se afastado de suas raízes fundadoras populares que o acompanhou ao longo da sua história.

Contudo, ao examinarmos o exponencial crescimento do clube no âmbito esportivo estadual e principalmente nacional, somado ao aumento na visibilidade e das melhorias no patrimônio do clube, seria no mínimo imprudente não considerar que todos esses aspectos foram proporcionados ao clube e seus torcedores na gestão modernizadora liderada por Paulo Prisco Paraíso.

Da mesma forma, seria ingênuo esperar retrocedermos ao futebol comandado de forma amadora, exclusivamente por dirigentes torcedores do clube num cenário atual extremamente globalizado e mercantilizado, com o esporte visualizado como um espetáculo de consumo. Tal conjuntura exige que o clube seja pensado e estruturado como uma empresa, organizado e com as contas saneadas. Entretanto, a pura lógica mercantil da busca pelo lucro, também nos parece excludente dos torcedores mais pobres, ao mesmo tempo que pode transformar, se já não está transformando, o futebol em um espetáculo elitizado.

Encontrar um meio-termo entre a lógica mercantil e a manutenção da identidade cultural do jogo, parece ser uma alternativa a ser considerada, entretanto, ações para conseguir alcançar este equilíbrio não são fáceis de serem encontradas na conjuntura econômica e cultural globalizante contemporânea, nem é pretensão deste trabalho apontar tais soluções. Esperamos de alguma forma contribuir para levantar questões que permitam provocações para uma discussão mais aprofundada acerca do tema em trabalhos futuros, afinal, como diria Michel de Certeau (apud DOSSE, 2012 p. 10), “a história nunca é certeza”.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Rubim Santos Leão de. **Futebol: uma paixão nacional**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

ARAÚJO, Hermetes Reis de. **A invenção do litoral: reformas urbanas e reajustamento social em Florianópolis na Primeira República**. Dissertação (Mestrado em História) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1989. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/12633>. Acesso em: 10 jul. 2019.

BECKER, Denise; SILVA, Luiz Henrique da. **Scarpelli 55**. Florianópolis: [], 2017.

BETING, Joelmir. Entretenimento S.A. *In: O Estado de S. Paulo*, São Paulo, p. 44, 22 maio 1999. Disponível em: <https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19990522-38567-nac-0044-eco-b2-not>. Acesso em: 10 set. 2019.

BORGES, Maury Dal Grande. **85 anos de bola: A Memória do Futebol Catarinense**. Florianópolis: Ioesc, 1996.

BRASIL. **Estatuto de defesa do torcedor**. Estatuto de defesa do torcedor e legislação correlata. Brasília: Câmara, Série legislação, n. 106, 2013. Disponível em: http://www.esporte.gov.br/arquivos/ESTATUTO_DO_TORCEDOR.pdf. Acesso em: 11 set. 2019.

CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco; RASCHE, Karla Leandro. Cidadania e expectativas no bairro da Figueira: o surgimento do Figueirense Foot Ball Club (Florianópolis/SC, 1921-1951). *In: Vozes, Pretérito & Devir: revista de História da UESPI / Universidade Estadual do Piauí. Pró-reitoria de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários, Teresina, v.5, n. 1, p.77-98, 2016*. Disponível em: <http://revistavozes.uespi.br/ojs/index.php/revistavozes/issue/view/5/showToc>. Acesso em: 10 set. 2019.

CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco; RASCHE, Karla Leandro. Figueirense. O bairro da Figueira e o nascimento de um clube. *In: VAZ, Alexandre Fernandez; DALLABRIDA, Norberto (orgs). O futebol em Santa Catarina. Histórias dos clubes (1910-2014)*. Florianópolis: Insular, 2014. p. 17-45.

CARRANO, Paulo Cesar Rodrigues. **Futebol: paixão e política**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

CONSELHO alvinegro diz que clube encerra vínculo com Figueirense Participações em março de 2010. **SANTA**. 23 dez. 2009. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/conselho-alvinegro-diz-que-clube-encerra-vinculo-com-figueirense-participacoes-em-marco-de>. Acesso em 10 set. 2019.

COUTO, Euclides de Freitas. **Da ditadura à ditadura: uma história política do futebol brasileiro (1930-1978)**. Niterói: UFF, 2014.

DASILVA, Zé; GASPERIN Emerson. **Almanaque do futebol catarinense**. Florianópolis: Edição do autor, 2010.

DOSSE, François. História do tempo presente e historiografia. **Tempo e Argumento**: Revisa do programa de pós-graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina. Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 5-23, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/tempo/article/view/2175180304012012005/2014>. Acesso em: 05 ago. 2019.

DRUMOND, Maurício. **Nações em jogo**: esporte e política em Vargas e Perón. Rio de Janeiro: Apicuri, 2008.

DRUMOND, Maurício. Os gramados do Catete: futebol e política na Era Vargas (1930-1945). In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira; SANTOS, Ricardo Pinto. **Memória social dos esportes**: futebol e política: a construção de uma identidade nacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 107-132.

FIGUEIRA terá novo estádio até 2013, garante dirigente. **DC**: 01 maio 2008. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/figueira-tera-novo-estadio-ate-2013-garante-dirigente>. Acesso em: 10 set. 2019

FIGUEIRENSE FUTEBOL CLUBE. **Figueirense**: 90 anos de glória, amor e paixão. Florianópolis: Natal, 2011.

FIGUEIRENSE se transforma em S.A. **ESTADÃO**, São Paulo, 17 jun. 2004. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,figueirense-se-transforma-em-sa,20040617p46257> Acesso em: 12 set. 2019.

FLORENZANO, José Paulo. **A Democracia Corinthiana**: práticas de liberdade no futebol brasileiro. São Paulo: FAPESP; EDUC. 2010.

FRANCO JUNIOR, Hilário. **A dança dos deuses**: futebol, cultura e sociedade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FRANZONI, Marcos. **Futebol e gestão profissional no Figueirense**. Florianópolis: [], 2005.

GIULIANOTTI, Richard. Fanáticos, seguidores, fãs e flaneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. In: **Recorde**: revista de História do esporte, UFRJ, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 1-35, jun. 2012. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/Recorde/article/view/703> Acesso em: 14 ago. 2019.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**: uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Contexto, 2014.

HELAL, Roberto.; Soares, Antonio Jorge; LOVISOLO, Hugo. **A Invenção do país do futebol**: Mídia, Raça e Idolatria. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HELAL, Ronaldo. **Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1997.

HELAL, Ronaldo; GORDON, Cesar. A crise no futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI. *In: Eco-Pós: revista do programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 37-55, 2002. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/issue/view/141/showToc. Acesso em: 05 ago. 2019.

MACHADO, Cesar do Canto. **A história do futebol catarinense**. Florianópolis: Insular, 2000.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. História e imagem: iconografia/iconologia e além. *In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo (orgs). Novos domínios da história*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MORA, Marcelo. **Telê e a Seleção de 82: da arte à tragédia**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

NASCIMENTO, Paulo Henrique. **Futebol e identidade nacional brasileira: o caso da Copa do Mundo de 1938**. Trabalho de conclusão de curso apresentado para obtenção de título de bacharel em História, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de História, Direito e Serviço Social. Franca, 2006. Disponível em: [https://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/303808_Nascimento%20\(TCC\)%20-%20futebol%20e%20identidade%20nacional.pdf](https://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/303808_Nascimento%20(TCC)%20-%20futebol%20e%20identidade%20nacional.pdf). Acesso em: 12 set. 2018.

O ESTADO. Florianópolis, 11 jul. 1921. Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/oestadofpolis/1921/EST19212113.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2019.

OLIVEIRA, Alex Fernandes de. Origem do futebol na Inglaterra no Brasil. **Revista Brasileira de Futsal e Futebol**: periódico do Instituto Brasileiro de Pesquisa e Ensino em Fisiologia do Exercício, São Paulo, v.4, n.13, p.170-174. Set./Out./Nov./Dez., 2012. Disponível em: <http://www.rbff.com.br/index.php/rbff/article/viewFile/154/139>. Acesso em: 18 jun. 2018.

PAULO Prisco Paraíso deixa a gestão de futebol do Figueirense. **Santa**. 21 set. 2009. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/paulo-prisco-paraiso-deixa-a-gestao-de-futebol-do-figueirense>. Acesso em: 10 ago. 2019.

PLACAR. São Paulo, n. 1292, dez. 2002. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=S-TrzooJV0QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 ago. 2019.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **A metamorfose do futebol**. Campinas: UNICAMP, 2000.

RODRIGUES, Marcio Silva. **Os mercadores de emoção: um estudo sobre a empresarização de clubes de futebol no Brasil e sua configuração estrutural**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Florianópolis, 2006. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/89123/225195.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 11 set. 2018.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. Crônicas de futebol. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

ROMAN, Gustavo; ZANATA, Renato. **Sarriá 82: o que faltou ao futebol arte?** Rio de Janeiro: Maquinaria, 2012.

SANTOS, Daniel Araújo dos **Futebol e política: a criação do campeonato nacional de clubes de futebol**. Dissertação de Curso apresentada ao Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC – como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em História, Política e Bens Culturais. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/10367>. Acesso em: 11 set. 2018.

SARMENTO, Carlos Eduardo. **A regra do jogo: uma história institucional da CBF**. Rio de Janeiro: CPDOC, 2006.

VIRTUOSO, Zeca. Começando tudo de novo. **Placar**. São Paulo, n. 897, p.48 10 ago. 1987. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=74z2PMCe72QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 ago. 2019.