

MELLYNA ANDRÉA REIS DOS SANTOS BORGES

mellynareis@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE, BRASIL

FUTEBOL NA BAIXADA FLUMINENSE: PERSPECTIVAS SOBRE CONSUMO, REPRESENTAÇÃO E TERRITÓRIO

RESUMO

O sonho da ascensão social domina o imaginário de milhares de meninos que moram nas favelas, subúrbios e rincões do Brasil. E o futebol é visto por eles como uma estratégia para alcançar este lugar. A partir de uma reflexão sociocultural, a proposta deste artigo – que é fruto de uma pesquisa de mestrado em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense sobre futebol e práticas sociais – é discutir as tensões e contrastes no território da Baixada Fluminense, no Rio de Janeiro, a partir do consumo de produtos da Adidas e Nike pelos jogadores das categorias de base do Nova Iguaçu Futebol Clube (N.I.F.C.).

Consideradas duas das marcas mais valiosas do mundo, a Adidas e a Nike patrocinam os jogadores mais bem pagos do futebol mundial, como Lionel Messi (Barcelona) e Cristiano Ronaldo (Real Madrid) e são as mais utilizadas pelos jovens atletas do clube iguaçuano, reconhecido por formar atletas para serem vendidos a outras equipes.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; futebol; identidade; território

A CULTURA DO ESPORTE POR UM VIÉS TERRITORIAL

O esporte pode reavivar a esperança onde antes só havia desespero
Nelson Mandela

A jornada desta pesquisa começa na estação de trem da Supervia, em Campo Grande, Zona Oeste do Rio de Janeiro, em mais uma típica

manhã de vagões lotados e interrupção não programada do trajeto. Começava assim o meu primeiro dia de campo no Nova Iguaçu Futebol Clube, na Baixada Fluminense. Até lá, seriam dezoito estações com uma baldeação obrigatória em Deodoro, acompanhada de trabalhadores, conversas aleatórias, o frenesi dos smartphones – seja para suprir a falta de informação do maquinista sobre o que afetava a viagem ou mesmo para fazê-la passar sem aquela sensação de estar vivendo um calvário moderno –, e claro, os ambulantes, que mesmo sem intenção transformam o sufoco em entretenimento, com estratégias de vendas que os mais habilidosos marqueteiros profissionais seriam capazes de imaginar. São eles que muitas vezes ditam o ritmo daqueles deslocamentos, ao oferecerem todo o supérfluo necessário para sobrevivermos até o destino final.

Assim segue a viagem de trem, costurando as zonas territoriais do Rio de Janeiro em uma experiência antropológica. Foi preciso refazer algumas vezes esse trajeto (que ainda é complementado por um ônibus, ao sair da estação de Nova Iguaçu) para se dar conta disso, uma vivência que antecede a minha própria busca por um *ethos* ou, nas palavras de Stuart Hall, “a sensação familiar e profundamente moderna de deslocamento, a qual – parece cada vez mais – não precisamos viajar muito longe para experimentar” (Hall, 2003, pp. 27-28). A imprescindibilidade de contextualizar a trajetória para chegar ao campo de pesquisa se deve ao fato de que este também é o percurso de alguns dos garotos que jogam no Nova Iguaçu. Ademais, é válido notar que o desgaste dessa logística é condicionante e afeta mais do que o esforço diário pelo sonho de se tornar um jogador de futebol profissional. As relações sociais desses adolescentes são diretamente tangidas por essa rotina de deslocamentos, que inclui estudar em uma escola distante de casa, porém, mais próxima do clube, na Baixada, impondo assim um vínculo involuntário com aquele território. O discernimento dos jovens atletas ainda em processo de formação não permite que eles percebam o elo mantido com aquele lugar, no qual alguns despendem a maior parte de tempo do dia, incluindo as horas gastas no caminho. Uma conjuntura que nos possibilita perceber a relação, organização e os significados atribuídos pelas pessoas para com o espaço, e assim, compreender as dinâmicas desses sujeitos na Baixada.

Nas primeiras entrevistas houve certa resistência dos atletas em reconhecerem uma identificação com a Baixada, tanto por parte dos jovens que moram na região, como dos que são de fora. A negação dos “nativos” e dos “forasteiros” se deu principalmente quando questionados sobre a morada e as opções de lazer e cultura na região. Não se utilizaram

de parcimônia para justificar as melhores possibilidades que os aguardam em outros territórios onde vivem ou onde gostariam de viver. A rejeição inicial ao que representa a Baixada reflete o que Kathryn Woodward (2014) entende como “sistemas classificatórios”, os quais remontam ao processo de construção de identidades a partir das diferenças. De acordo com Woodward:

as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas *simbólicos* de representação quanto por meio de formas de exclusão *social*. A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade *depende* da diferença. (Silva, Hall & Woodward, 2014, p. 40)

Mas as questões sobre identidade e diferença serão aprofundadas ao longo da pesquisa. O que é oportuno considerar nesse artigo é como essas marcações de identidades e diferenças contribuem com a noção de territorialidade inerente a este trabalho. Exceto pela escola, o meu percurso para chegar até o clube, no bairro de Moquetá, onde fica o Centro de Treinamento do Nova Iguaçu Futebol Clube, é similar ao de parte dos atletas. Majoritariamente, trens e ônibus nos servem nesse deslocamento, cujo início se dá do centro de Nova Iguaçu. O cenário é típico de um centro comercial: diversidade de lojas, comércio informal, poluição sonora, transeuntes, congestionamento de veículos e de pessoas, como por exemplo, nas rampas de acesso à estação, durante as chegadas e partidas dos trens. Não é muito diferente de bairros como Campo Grande, na Zona Oeste, ou Madureira, na Zona Norte, exceto pela evidente diferença de que se trata de um município. Na expectativa de exercitar o pensamento paradoxal proposto por Bourdieu (2008), o qual depõe contra o “bom senso e os bons sentimentos”, busquei experimentar aquela realidade para além dos discursos existentes, em especial, os que taxaram a Baixada como uma mancha de sangue no mapa do Rio de Janeiro. Há ali, na área central, um caos urbano que remete à ineficiência do Estado e ao processo em que este importante município da Baixada foi organizado territorialmente. Apesar disso, a violência midiaticizada não parece ser latente, como em territórios mais vulneráveis do estado.



Figura 1: Populares improvisam para assistir a estreia da Taça Guilherme Embry, em Xerém, na Baixada

Ainda que esse deslocamento seja insignificante considerando as dimensões geográficas da Baixada, essa paridade entre os trajetos, meu e dos jovens, me fazem querer perscrutar o que motiva a negação da afetividade com aquele território. Por outro lado, é um movimento que possibilita fazer ponderações sobre a ideia de territorialidade, para refletir as relações sociais deste local, as quais podem ser complementadas com o pensamento de Pierre Bourdieu sobre o *espaço social*: “não há espaço, em uma sociedade hierarquizada, que não seja hierarquizado e que não exprima as hierarquias e distâncias sociais” (Bourdieu, 2008, p. 159). Quer dizer, essa diferenciação de lugar e não-lugar assumida pelos garotos reforça o entendimento da Baixada Fluminense como um território com diversas significações e microterritórios. É possível perceber nos discursos desses atletas, principalmente os que são “crias”, o sentido de moradia e acolhimento para além dos limites físicos de um muro ou questões geográficas, que definem bairros e municípios. Semanticamente, parece não haver quase diferença. Contudo, ao conversar com esses garotos é possível perceber que há várias Baixadas na mesma Baixada.

Eu acho que aqui [o clube] é a minha segunda casa. Pra mim, eu ficava aqui até... Dormia aqui, fazia tudo, pra mim, eu fazia isso. Mas, se Deus quiser, eu tô lá que nem meus amigos estão, em outro clube. (Andrey, “Coxinha”, 16 anos)²

¹ Nascidos e/ou que vivem há muito tempo na Baixada Fluminense.

² Entrevista realizada com o jogador Andrey, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 27 de junho de 2017.

O deslocamento desses jovens nos espaços urbano e social já desperta por si só uma relevância que poderia ser apreciada em qualquer iniciativa empírica, já que representam uma peça fundamental no sistema. Isto é ainda mais estimado ao levarmos em conta a configuração social desses adolescentes, cuja maioria é de famílias de classes mais baixas, sendo várias afetadas diretamente pela atual crise econômica/política que acomete o país:

lá onde eu moro, do outro lado, é área dominada pelo tráfico. Não passo perto não, é do outro lado. Mas é tenso. Às vezes dá pra ouvir assim, mas nada que possa, assim, atrapalhar que eu saia pra treinar. Não interfere não”. (Fabiano, 16 anos)³

Assim, há que se ter como referência a recomendação de Milton Santos (2006, p. 221; grifos do autor): “por serem ‘diferentes’, os pobres abrem um debate novo, inédito, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as populações e as coisas já presentes”.

O FUTEBOL COMO FATO SOCIAL NA BAIXADA FLUMINENSE

Segregada dos holofotes dos Jogos Olímpicos Rio 2016, a Baixada tem vilas olímpicas em todos os oito municípios, que totalizam 3,13 milhões de habitantes⁴. Porém, a maioria desses equipamentos encontra-se em situação de abandono⁵, desrespeitando o artigo 217 da Constituição Federal, que imputa ao poder público o papel de incentivar o lazer, como forma de promoção social (Parágrafo 3º): “é dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não-formais, como direito de cada um” (Constituição Federal, 1988). Isso significa que a dotação de espaços adequados à prática esportiva é uma forma de garantir o direito constitucional dos cidadãos. “Políticas de esporte e lazer podem contribuir para melhorar a vida das pessoas nas cidades e democratizar possibilidades de acesso à cultura em todas as dimensões” (Feix, 2007, p. 31). A região também conta com três unidades do Sesc Rio – em Nova Iguaçu, Duque de Caxias e São João do Meriti –, que abrigam equipamentos culturais, como biblioteca, teatro,

³ Entrevista realizada com o goleiro Fabiano, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 29 de junho de 2017.

⁴ O número de habitantes apresentado no texto é a soma da população dos oito municípios pesquisados, com base nos dados do Censo 2010 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE).

⁵ As informações atualizadas sobre a situação dessas vilas estão em processo de apuração na pesquisa.

galeria de arte e salas de cinema, para além dos complexos esportivos. Apesar dos espaços serem abertos à comunidade, o fato de as estruturas serem cercadas por muros, grades e catracas para controlar o fluxo, agravado pela escassez de canais de comunicação mais eficientes e direcionados, provoca o afastamento do público, que muitas vezes desconhece o direito de acessar os serviços prestados no local. Em artigo sobre o planejamento de equipamentos esportivos urbanos, o pesquisador Carlos Mulatinho Pedroso e colegas ressaltam que o esporte só terá condições de produzir práticas sociais se houver espaços esportivos públicos: “nos espaços da cidade e na vida cotidiana das pessoas que o esporte desenvolve seus valores e manifestações” (Pedroso, Silva, Menezes & Lopes, 2010, p. 16).

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

Essa construção provocou a intensificação da urbanização nos trechos às margens da linha férrea através do loteamento das fazendas, em grande parte de forma ilegal, em terrenos pequenos e baratos, atraindo assim uma população de migrantes de baixa renda vindos do Nordeste em sua maioria, mas, também, do município do Rio de Janeiro, expulsos pelos preços dos aluguéis e terrenos. (Barreto, 2004, p. 59)

Vale ressaltar que a escolha desse *ethos* atravessa muitas questões, entre as quais, o desejo de ampliar as discussões sobre o esporte como um fato social e as relações com determinados territórios e sujeitos. Ronaldo Helal (1990, p. 12) ressalta que,

assim como a língua ou religião, o esporte nos é herdado pelo nosso meio no início da infância. E a sua presença entre nós é tão impositiva que, muitas vezes, aquele que não se liga ao esporte de seu grupo social, se sente, de certa forma, como uma pessoa não integrada, que vive à margem da sociedade.

Ou seja, apesar das consciências e sentimentos individuais, o esporte é capaz de influenciar culturalmente e de forma coletiva a sociedade, ao ponto de interferir significativamente no nosso cotidiano. Essas impressões

ficam ainda mais evidentes no contexto do futebol, uma expressão da cultura de massa, cuja história no Brasil ajudou a construir uma identidade de nação (Hall, 2015) ou “país do futebol” no imaginário da sociedade que perdurou por décadas, até que viesse a ser questionada diante dos retumbantes revezes – com destaque para a fatídica derrota da seleção masculina para a Alemanha, em 2014. Em sua obra, *Sociología Política del Deporte*, Jean-Marie Brohm (1982) define que:

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

O papel social que o esporte pode desempenhar na vida do cidadão tende a ser mais impactante em regiões marcadas pela pobreza e vulnerabilidade, o que compreende uma parcela considerável da Baixada. De acordo com o Censo 2010, mais de 200 mil pessoas residem em favelas – ou “aglomerados subnormais”, como o IBGE classifica –, sendo que 70% desse público está concentrado nos municípios de Duque de Caxias⁶, São João de Meriti e Belford Roxo.

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

Na Baixada, onde sequer as competições olímpicas resvalaram – houve apenas a passagem da tocha⁷ –, os agentes políticos do território

⁶ A favela Vila Operária, em Duque de Caxias, é a maior da Baixada Fluminense, com aproximadamente nove mil moradores (Censo 2010, IBGE).

⁷ As narrativas midiáticas de homogeneização da Baixada prevaleceram na divulgação da passagem da tocha olímpica pela maioria dos veículos de comunicação, que não detalharam os locais que receberiam o símbolo máximo dos Jogos.

se encarregam de promover eventos esportivos, como a 23^a Olimpíada da Cidadania na Baixada Fluminense; a 20^a edição dos Jogos da Baixada, realizada em junho passado, cuja abertura foi realizada no Parque Olímpico da Barra, na Zona Oeste do Rio; eventos municipais, como o Domingão Esportivo e o Campeonato Iguaçuno de Futebol. Considerando a densidade da vida social observada nos espaços urbanos, com ressalvas para o aumento da especulação imobiliária e os projetos de cidades empresaria-listas⁸, a Baixada ainda preserva o espaço público mais democrático para o desenvolvimento da prática esportiva: a rua. Para o treinador da categoria Sub 16 do Nova Iguaçu Futebol Clube, Júlio Neres, esse é um dos fatores que contribui para o esporte ser um dos mais praticados pelos garotos da região, considerando que não requer uma estrutura complexa.

A Baixada Fluminense hoje é um dos lugares mais pobres do Rio de Janeiro e aqui ainda a gente costuma dizer que a globalização ainda não chegou aqui, pelo seguinte: não que a informação não chegou, não é no nível de informação. Mas é no nível de infraestrutura, né? Principalmente com relação à cidade. Ou seja, um pouquinho mais pra Zona Norte, Zona Sul e Zona Oeste, os campos foram dando lugares para os prédios, pra outros empreendimentos comerciais. E aqui na Baixada Fluminense o garoto ainda tem acesso a um campo de futebol, àquele futebol de rua, em jogar descalço na periferia, a oportunidade que ele tem de desenvolver assim, a sua coordenação motora e sua capacidade de criatividade. Então assim, hoje a Baixada Fluminense é um celeiro nesse ponto. (Neres, 2017)⁹

É pertinente salientar que a infância nas periferias e rincões do Brasil ainda é muito marcada por uma educação patriarcal, que direciona as crianças para gostos e preferências antes mesmo que possam ter um entendimento de mundo – no qual já somos influenciados por “um sistema de representação cultural” (Hall, 2015, p. 13). Assim, é comum ver meninos induzidos por seus familiares a gostarem e praticarem o futebol, até quando não há uma empatia inicial com o esporte, como no caso do goleiro do sub-16 do Nova Iguaçu, Fabiano, morador de Belford Roxo: “eu não sabia o que é que eu tava fazendo. Eu só fazia porque gostava de fazer, sem saber o que estava fazendo”, relembra o jogador, sobre as brincadeiras de “agarrar a bola” e pular que mais curtia na infância, antes que a mãe tivesse a

⁸ Ver *Semântica Urbana e Segregação: Disputa simbólica e embates políticos na cidade empresarialista* do geógrafo Marcelo Lopes de Souza (2013).

⁹ Entrevista realizada com o treinador do NIFC, Júlio Neres, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 24 de maio de 2017.

iniciativa de conversar com pai para inseri-lo no futebol já como goleiro. Contudo, Neres acredita que o interesse pela profissionalização no futebol por parte dos garotos da região é motivado pela estrutura do clube e/ou pela perspectiva do atleta como solução financeira da família.



Figura 2: Público acompanha partida contra o Botafogo, válida pela Taça Guilherme Embry, Nova Iguaçu

A INTRINSECIDADE DA POBREZA NO FUTEBOL E O SONHO DA ASCENSÃO SOCIAL

Considerado um fenômeno de expressão cultural massificado, o futebol vem se reconfigurando na história da sociedade contemporânea. No contexto do Brasil, o esporte que nos primórdios foi acalentado no berço da elite branca aristocrática, virou sinônimo de um caminho para a ascensão social de milhares de garotos das periferias e favelas do país. Nas entrevistas com jogadores do NIFC, o discurso de “levantar a família” é repetitivo: “qualquer criança que pensa em ser jogador de futebol, eles pensam em levantar a família, tirar a família desse aperto”, conta o garoto Alberto, de 16 anos. Em outro relato, o goleiro Fabiano afirma:

eu sempre espero uma mudança e, principalmente, futebol... eu jogo futebol pela minha família, pra levantar a minha família. É, assim, condição financeira, tirar eles daquele lugar, dar uma vida melhor, morar... dar uma casa

pra minha mãe e alguma coisa a mais, ou então um carro. Fico porque... Eles dão muito pela gente, né? Aí a gente tenta retribuir isso tudo que eles fazem pela gente.

Contudo, a realidade dos jogadores que chegam ao *status* de astro e desfrutam de salários exorbitantes é restrita a poucos. Uma matéria¹⁰ produzida pelo *Jornal Extra* (Calil, 2012) traz um levantamento da Confederação Brasileira de Futebol, o qual revela que dos 30.784 jogadores registrados no país em 2012, 82% recebiam até dois salários mínimos – incluindo atletas que jogavam sem remuneração. Por outro lado, apenas 2% ganhavam acima de R\$ 12,4 mil – cerca de 20 salários mínimos na época. O texto também mostra que, de acordo com a Federação Nacional dos Atletas Profissionais (Fenapaf), cerca de 20% dos profissionais (de qualquer faixa de renda) do Brasil sofrem ainda com atrasos salariais e no pagamento de encargos e bônus. No NIFC, o treinador Júlio Neres não encara como um problema os desejos expostos pelo seu plantel, mas confessa que tenta blindar os garotos das possíveis pressões que venham a sofrer, principalmente dos familiares: “sonhar é livre” (Neres, 2017).

A história dos dois maiores ícones do futebol atual, o português Cristiano Ronaldo, de 32 anos, e o argentino Lionel Messi, 30 anos, é mais um retrato dessa estrutura desigual que leva milhares de meninos a idealizarem uma projeção social semelhante. Dono de 4 Bolas de Ouro, o maior reconhecimento a um jogador de futebol¹¹, CR7, como se identifica, nasceu no bairro da Quinta do Falcão, no Funchal, ilha da Madeira. A mãe do craque, Dolores Aveiro, conta em sua autobiografia¹² que tentou por duas vezes interromper a gravidez em que esperava Ronaldo, o quinto filho de uma família pobre. A um oceano de distância, em Rosário, um garoto argentino que sofria de nanismo fora rejeitado pelo seu clube do coração: Newell's Old Boys. Devido à falta de apoio, seu pai e sua mãe resolveram arriscar ir para a Catalunha, onde já vivia uma tia do menino, em busca de um tratamento para aquele que anos mais tarde alcançaria a alcunha de gênio, designada a apenas um punhado de nomes na história do futebol. A crença que nasce dessas trajetórias é uma fonte de inspiração para meninos das favelas, subúrbios e rincões no país afora e também de seus familiares.

¹⁰ Disponível em <http://extra.globo.com/esporte/triste-realidade-no-brasil-82-dos-jogadores-de-futebol-recebem-ate-dois-salarios-minimos-6168754.html>

¹¹ Até 2015, o prêmio era entregue pela tradicional revista francesa *France Football*, em parceria com a FIFA. Desde o ano passado que a revista faz a premiação de maneira independente, enquanto a FIFA promove o prêmio “The Best”.

¹² Ver “Mãe Coragem”, Aveiro (2014).

Como bem define o jornalista Breiller Pires, “é um trajeto de mão única idealizado por milhares de garotos pobres no Brasil” (Pires, 2017). A construção desses sonhos é fundamentada em diversas realidades:

da nossa parte é todos os incentivos, das coisas boas e incentivo a ele. Mais pra ele ter foco, que o futuro dele é esse, pra ele brilhar lá na frente e vim ter o reconhecimento, que ele não veio pra cá sozinho. (...) Então, a expectativa da gente é essa, que ele brilhe daqui pra frente. O foco dele é esse. Ele fala que dá o sangue dele pra tirar da vida que a gente vive. Então ele fala que o que ele faz é pela família dele. E o foco dele é me tirar do aluguel. (Danielle da Silva, mãe de Andrey)¹³

Quando questionados sobre o que eles gostariam que o futebol proporcionasse, foi necessário dizer algumas opções para os que tiveram mais dificuldade de entender a pergunta. Entretanto, os discursos continuavam bem afinados. O jogador Ítalo Conceição, morador de Belford Roxo, disse que queria proporcionar “a alegria da minha família. De assim, poder dar uma vida melhor para todos, de ajudar a quem precisa”. Já o jovem Alberto, de 16 anos, que passou por outros três clubes antes de aportar no Nova Iguaçu (Flamengo, Botafogo e Boavista), foi ainda mais específico, ao dizer que quer deixar o bairro onde mora, em Curicica, na Zona Oeste do Rio:

fica feio, né? Você morar num lugar assim, né? Pô, cê fica até com medo de sair na rua às vezes. Teve um tempo que, pô, você num podia sair na rua que os caras ‘tavam roubando tudo lá. Aí você num tem como. (Alberto, 16 anos)¹⁴

“CONSUMO, LOGO EXISTO”: A CONSTRUÇÃO DE UM IMAGINÁRIO DE SUCESSO

Toda essa inclusão pelo consumo, ampliada a partir das políticas de redução da desigualdade social desenvolvidas em boa parte dos governos do PT na presidência da República, desencadeou outros reflexos, como o acesso a marcas mais caras. No caso dos garotos do NIFC, as preferidas são Adidas e Nike, duas das mais valiosas do mundo. De acordo com a

¹³ Entrevista realizada com Danielle da Silva, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 8 junho de 2017.

¹⁴ Entrevista realizada com o jogador Alberto, na sede do Nova Iguaçu Futebol Clube, Rio de Janeiro, em 29 junho de 2017.

Revista Forbes¹⁵, em 2016 a Nike teve um crescimento de 3,8% e fechou o ano no topo do ranking: avaliada em 27 bilhões de dólares, cerca de 90 bilhões de reais. Nessa lista, a alemã Adidas ficou no terceiro lugar, cujo valor estimado está na casa dos 7 bilhões de dólares, ou aproximadamente 24 bilhões de reais. Em seguida, a também germânica Under Armour, ultrapassando os 5,5 bilhões de dólares (cerca de 18 bilhões de reais).

A Adidas e Nike também são patrocinadoras dos clubes mais ricos do futebol, o espanhol Real Madrid e o catalão Barcelona. Os embaixadores das marcas são, invertidamente, as maiores estrelas desses clubes: Cristiano Ronaldo (Nike) e Messi (Adidas). Logo no meu primeiro contato com os atletas do NIFC, ficou constatada a predileção deles, como é o caso do Alberto, que recorre a lojas de *outlet* da marca e prefere as chuteiras coloridas para chamar atenção nos jogos: “eu sou um pouquinho fanático pela Nike. Só gosto de usar Nike. Modelo, conforto... É diferente, eu acho diferente”. O meio-campo Ítalo Conceição é incisivo ao definir a Adidas: “é marca de goleiro”. A marca que patrocina o Messi também é a favorita do goleiro Fabiano: “eu gosto mais da Adidas, não sei dizer porquê”. Em um mundo globalizado, no qual o futebol é cada vez mais tratado como um negócio de cifras estratosféricas, a sociedade do consumo definida por Zygmunt Bauman também é estimulada por essa paixão nacional, o que propicia o surgimento de novas representações identitárias, que vão além das premissas desportivas básicas, como a disciplina e o lúdico. Segundo Eneida Feix (2007, pp. 32-32)

o ser humano precisa do lúdico para se desenvolver, pois, desde criança, através do brinquedo, vai entendendo o seu mundo, lidando com seus medos, aprendendo seus limites, relacionando-se com o outro, resolvendo situações-problema e criando novas possibilidades.

Neste mundo sem fronteiras, onde as distâncias foram reduzidas a partir da comunicação global¹⁶, o capitalismo é um dos fatores que mais favoreceu a construção dessas representações.

¹⁵ O ranking da Forbes considera todas as marcas do meio esportivo, não só as de vestuário. Ver mais em http://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/nike-e-marca-esportiva-mais-valiosa-do-mundo-segundo-forbes_31449.html

¹⁶ Sobre comunicação global, ver *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo* (Paiva, 2003).



Figura 3: Atacante Andrey, o Coxinha, corre em direção à câmera após marcar o gol de empate contra o Botafogo

Entretanto, os meios de comunicação também desempenham um papel social nesse processo. Néstor García Canclini (2007, p. 50) entende que “a comunicação com o que está além do local pode levar ou a imaginar que as identidades se dissolvem ou a procurar referentes globais indefinidos”. Em *Globalização Imaginada*, Canclini (2003, p. 50) narra:

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

Utilizando a perspectiva proposta por Jesús Martín Barbero (2008, p. 232), podemos inferir que as mediações no fenômeno de consumo de marcas por uma geração de futuros jogadores de futebol profissional “adquiriram materialidade institucional e densidade cultural”. Apesar de jogadores-celebridades como Daniel Alves e Neymar, frequentemente citados pelos atletas do Nova Iguaçu como parâmetro em estilo de moda possuírem histórias de vida semelhantes à da maioria dos jovens da Baixada, a construção social desses sujeitos é indissociável do que representam. Desta forma, a ascensão de classe que esses jogadores-celebridades tiveram não deve ser considerada como exclusiva na definição de um estilo de moda (ou de vida), pois, mesmo que a mobilidade social alcançada por esses astros do futebol permita o acesso a bens de consumo e marcas

– que muitas vezes patrocinam essa representação –, as práticas sociais e vivências desses sujeitos também impactam no processo da construção de um imaginário que os cerca.

REFERÊNCIAS

- Barbero, J. M. (2008). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Barreto, A. S. (2004). Um olhar sobre a Baixada: usos e representações sobre o poder local e seus atores. *Campos-Revista de Antropologia*, 5(2), 45-64.
- Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Brohm, J. M. (1982). *Sociología política del deporte*. Ciudad del México: Fondo de Cultura Economica.
- Canclini, N. G. (2007). *Globalização Imaginada*. São Paulo: Iluminuras.
- Feix, E. (2007). *O Esporte e Lazer da Cidade e as Fases da Vida*. In E. Feix (Eds), *Brincar, Jogar, Viver: Programa Esporte e Lazer da Cidade*, volume 1.
- Grafmeyer, Y (1994). Regards sociologiques sur la ségrégation. In J. Brun & C. Rhein (Eds.), *La ségrégation dans la ville: concepts et mesures* (pp. 85-117). Paris: Editions L'Harmattan.
- Hall, S. (2015). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina.
- Helal, R. (1990). *O que é sociologia do esporte*. São Paulo: Brasiliense.
- Melo, V. de. (2009). Equipamentos culturais na América do Sul: desigualdades. In V. A. Melo & F. de F. Peres (Eds.), *Coleção Sport: História*. Rio de Janeiro: Apicuri.
- Paiva, R. (2003). *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Pedroso, C. A. M. Q., Silva, F., Menezes, V. & Lopes, J. (2011). Planejamento de equipamentos esportivos na cidade: os parques urbanos do Recife-PE/ Brasil. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 1(1), 15-32.
- Pires, B. (2017, 12 de outubro). Adriano Imperador, a sobriedade de um craque que trocou o futebol pela favela, escrito por Breiller Pires. *El País Brasil*. Retirado de https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/12/deportes/1507827980_653003.html

- Santos, M. (2006). *A Natureza do espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. São Paulo: EDUSP.
- Souza, M. L. (2013). Disputa simbólica e embates políticos na cidade empresarialista. In P. Vasconcelos, R. Correa & S. Pintaudi (Eds.), *A cidade contemporânea: segregação espacial* (pp. 127-146). São Paulo: Editora Contexto.
- Woodward, K. (2014). Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In T. T. Silva, S. Hall & K. Woodward (Eds.), *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (pp. 7-72). Petrópolis, RJ: Vozes.

Citação:

Borges, M. A. R. S. (2019). Futebol na Baixada Fluminense: perspectivas sobre consumo, representação e território. In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 149-163). Braga: CECS.